



Trotz Frankenstärke und dem dadurch angestiegenen Einkaufstourismus verzeichnen die Schweizer Detailhändler für das vergangene Jahr leicht höhere Umsätze. Bild: key

## Euro knackt Markt von 1.25 Franken

**BERN.** Der Euro ist erstmals seit Mai 2011 auf über 1.25 Franken gestiegen. Während Ökonomen der Kurshausse nicht recht trauen und der Euro prompt wieder etwas nachgab, fordert die Gewerkschaft Unia eine sofortige Anhebung des Mindestkurses von 1.20 auf 1.25 Franken. Mittelfristig müsse die Nationalbank weiterhin einen «vernünftigen Wechselkurs» von gegen 1.40 Franken anstreben, verlangt die Unia. Auch der Schweizerische Gewerkschaftsbund (SGB) sieht die Kaufkraftparität bei 1.35 bis 1.45 Franken, wie Chefökonom Daniel Lampart sagte.

Auch aus Sicht des Wirtschaftsdachverbandes Economiesuisse ist die Landeswährung weiterhin überbewertet, auch wenn durch die Entspannung der letzten Tage die Exportwirtschaft etwas aufatmen könne. Die Forderung der Unia nach einem Mindestkurs von 1.25 Fr. hält Minsch für verfehlt. Bei einer weiteren Krise im Euro-Raum müsste die Nationalbank zur Verteidigung dieser Grenze noch viel massiver auf dem Währungsmarkt intervenieren als beim jetzt geltenden Minimum, gab er zu bedenken. (sda)

# Die Kleinen wachsen schneller

**ZÜRICH.** Die Migros kann auf ein erfolgreiches Jahr 2012 zurückschauen und ist im Detailhandel stärker gewachsen als der grösste Konkurrent Coop. Noch grössere Umsatzzuwächse konnten aber die Dorfläden von Volg und die Spar-Gruppe verbuchen.

PHILIPP LENHERR

Die Migros weist im Detailhandel für das vergangene Jahr einen Umsatz von rund 21,35 Milliarden aus, 1,4 Prozent mehr als im Vorjahr. Berücksichtigt man die um 0,9 Prozent gesunkenen Preise, resultiert sogar ein reales Wachstum von 2,3 Prozent, wie die Migros gestern mitteilte. «Ein starkes Resultat», sagt Detailhandelsexperte Gotthard F. Wangler dazu. In den Zahlen enthalten ist auch der Umsatz von Denner, der im Besitz des Migros-Genossenschaftsbunds ist.

Coop hat seine Umsatzzahlen bereits vor knapp zwei Wochen präsentiert und weist im Detailhandel einen Umsatz von 18,5 Milliarden Franken aus (0,5 Prozent mehr im Vergleich zum Vorjahr). Das geringere Wachstum im Detailhandel bei Coop dürfte unter anderem auf die stärkere Negativsteuerung im Sortiment zurückzuführen sein: Bei

der Migros betrug diese 0,9 Prozent, bei Coop 1,8 Prozent. Das reale Wachstum beider beträgt somit 2,3 Prozent. «Auch der Umsatz von Coop ist noch ein gutes Resultat», sagt deshalb Wangler. Es zeige aber auch, dass Coop an Grenzen stosse. Die Migros konnte ihren grössten Konkurrenten sowohl beim Umsatz wie auch beim Wachstum hinter sich lassen – und das in einem anspruchsvollen Umfeld. Der Einkaufstourismus kletterte auf einen neuen Rekordstand, und auch der Konkurrenzkampf im Inland hat die Preise sinken lassen.

Den grössten Umsatzzuwachs im vergangenen Jahr erzielte jedoch Volg. Das Unternehmen konnte seinen Umsatz um 2,4 Prozent steigern. Die Spar-Gruppe erzielte im Detailhandel ein Umsatzwachstum von 2,3 Prozent und liegt somit ebenfalls vor den beiden Grossen Coop und Migros. Das höhere Wachstum fand jedoch auf deutlich tieferem Niveau statt: Die Umsätze von Volg und

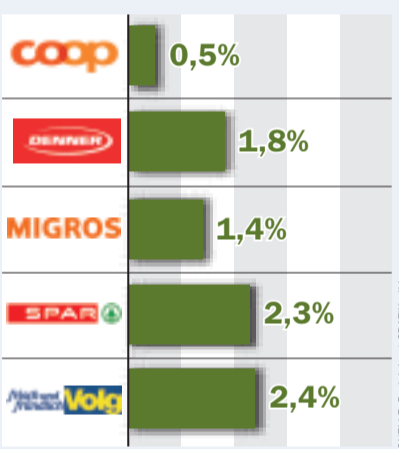
Spar zusammen belaufen sich lediglich auf einen Bruchteil des Umsatzes von einem der beiden Grossverteiler. Trotzdem ist der höhere Umsatzzuwachs bemerkenswert. Sind Spar und Volg vielleicht weniger stark vom Einkaufstourismus betroffen als Coop und Migros? Laut Wangler befinden sich die Filialen von Volg und Spar eher in ländlichen Gebieten und meist etwas weiter weg von der Landesgrenze. Vor allem Volg betreibt in der Innerschweiz und

auch in etwas abgelegenen Gebieten zahlreiche Dorfläden, wie ein Blick auf die Karte mit den Standorten zeigt.

### Der Preis ist nicht alles

Preislich können kleine Dorfläden mit grösseren Anbietern – oder mit der Konkurrenz im Ausland – oft nicht mithalten. Das scheint aber nicht immer das entscheidende Kriterium zu sein. Wangler empfiehlt dem Detailhandel sogar, die Preise nicht mehr weiter zu senken. «Andernfalls könnten die hohen Qualitätsstandards, an die wir in der Schweiz gewohnt sind, gefährdet werden», sagt er. Wozu das führen kann, zeigt sich im vergleichsweise hart umkämpften Detailhandel in Deutschland. Immer wieder sorgten einzelne Unternehmen für negative Schlagzeilen, sei es wegen des Umgangs mit Mitarbeitern oder weil mal wieder «Gammelfleisch» verkauft wurde. «Solche Gammelfleischskandale kennen wir in der Schweiz gar nicht», sagt Wangler. Die Perspektive für den Schweizer Detailhandel im laufenden Jahr bezeichnet er als gut – «obwohl die Zuwanderung, welche die Nachfrage unterstützt, wohl stagnieren wird».

### UMSATZZUWACHS 2012



## IN KÜRZE

### Glencore-Fusion verzögert

**BAAR.** Die Fusion zwischen den Rohstoffriesen Glencore und Xstrata verzögert sich. Statt Ende Januar rechnet Glencore mit dem Abschluss der Transaktion bis zum 15. März. Der Grund: In China und Südafrika stehen die Genehmigungen der Behörden aus.

### Kakaodeal in Skandinavien

**ZÜRICH.** Barry Callebaut geht in Skandinavien auf Einkaufstour. Der weltgrösste Schokoladenhersteller übernimmt den schwedischen Süswarenproduzenten ASM Foods. Der Schweizer Konzern bezahlt 33 Millionen Franken und erhöht damit sein Geschäftsvolumen um 25 000 Tonnen Schokolade und andere Süsseigkeiten. (sda)

ANZEIGE

www.citroen.ch

## DER NEUE CITROËN C3 PICASSO DIE SPACEBOX

ab Fr. 15'990.-

- ABS MIT BREMSASSISTENT UND ELEKTRONISCHER BREMSKRAFTVERTEILUNG
- VERSCHIEBBARE UND KLAFFBARE UNABHÄNGIGE SITZE HINTEN
- BLUETOOTH™ + USB-ANSCHLUSS + JACK-ANSCHLUSS\*



TECHNOLOGIE, DIE PREISE NEU ERFINDET.  
Entdecken Sie unsere Angebote für alle Citroën-Modelle.

CRÉATIVE TECHNOLOGIE



Die Angebote gelten für alle derzeit verfügbaren, zwischen dem 1. Januar und dem 28. Februar 2013 verkauften Fahrzeuge. Angebote gültig für Privatkunden; nur bei den an der Aktion beteiligten Händlern. Empfohlene Verkaufspreise. Der neue Citroën C3 Picasso 1.4 VTI 95 Manuell Attraction, Nettopreis Fr. 16'990.-, Cash-Prämie Fr. 1'000.-, Fr. 15'990.-; Verbrauch gesamt 6,3 l/100 km; CO<sub>2</sub>-Emission 145 g/km; Treibstoffverbrauchskategorie C. Abgebildetes Modell: der neue Citroën C3 Picasso 1.4 VTI 95 Manuell Exclusive, Nettopreis Fr. 21'690.-, Cash-Prämie Fr. 1'000.-, Fr. 20'690.-. Mit Optionen: Blackpaket Fr. 900.-, Metall-Lackierung Fr. 630.-. CO<sub>2</sub>-Durchschnitt aller angebotenen Fahrzeugmodelle 159 g/km. \* je nach Modell serienmässig verfügbar.