

Swiss Retail Federation

Für Flexibilität und gegen hausgemachte Handelshemmnisse

Der Detailhandel ist eine vielseitige und flexible Branche mit beachtlicher volkswirtschaftlicher Bedeutung. Dank der Swiss Retail Federation hat sie auf politischer Ebene eine starke Stimme, die derzeit vor allem wegen zunehmender Regulierungstendenzen gefordert ist. Daneben bietet der Verband des mittleren und grossen Detailhandels seinen Mitgliedern verschiedene Dienstleistungen. **Daniela Baumann**



Bild: Aig

Der klassische, stationäre Detailhandel spürt die Konkurrenz durch das Online-Geschäft.

Ob beim Bäcker, im Supermarkt, beim Kleiderkauf oder im Elektronikgeschäft: Der Detailhandel begegnet uns im täglichen Leben fast ständig und überall. Wenig erstaunlich also, dass er auch für die gesamte Volkswirtschaft eine besondere Bedeutung hat. So ist der Detailhandel der zweitgrösste Arbeitgeber des privaten Sektors. Ausserdem werden nirgends sonst so viele Teilzeitstellen angeboten, Frauen beschäftigt und Lernende ausgebildet: Jede zehnte Arbeitsstelle ist ein Ausbildungsplatz; die Branche ermöglicht damit zahlreichen Menschen eine solide Grund- und Weiterbildung.

Konkurrenz belebt das Geschäft

Entsprechend ihres Gewichts verfügt die Branche mit der Swiss Retail Federation (SRF) über eine starke Stimme in wirtschaftspolitischen Angelegenheiten. Der älteste Verband des Detailhandels geht auf das Jahr 1937 zurück, als in der Schweiz die Warenhäuser noch zahlreicher waren als heute. Daher sein Gründungsname «Verband der schweizerischen Waren- und Kaufhäuser». In den 1980er-Jahren setzte ein Konzentrationsprozess ein, der

ehemals bekannte Namen wie Epa oder ABM zum Verschwinden brachte.

Mit seinen rund 40 Mitgliedern repräsentiert die Swiss Retail Federation eine breite Palette mittlerer und grosser Betriebe des hiesigen Detailhandels sowohl aus dem Food- als auch dem Non-Food-Bereich. Die beiden Sparten machen je die Hälfte der Branche aus. Da zahlreiche SRF-Mitglieder Familienunternehmen sind, ist dem Verband besonders auch der Brückenschlag zu den KMU wichtig. «Wir wollen gute Rahmenbedingungen für alle schaffen», sagt Geschäftsführer Adrian Wyss.

Die Branchenriesen mit dem orangen M beziehungsweise C sucht man vergeblich im Mitgliederverzeichnis. «Die Genossenschaften Migros und Coop vertreten ihre Interessen aufgrund ihrer Grösse seit jeher eigenständig», erklärt Wyss diesen Umstand. Angesichts der starken Positionen von Migros und Coop begrüsst er die Belebung des Wettbewerbs durch neue Akteure wie etwa Aldi, Hornbach oder Markant Syntrade – die jüngsten Zugänge beim Verband. Wyss stellt aber klar: «Obwohl wir wirtschaftspolitisch ein Gegengewicht

zu den sogenannten Grossverteilern bilden, stehen wir nicht in einem Konkurrenzverhältnis. Dossiers, die für die gesamte Branche zentral sind, wie beispielsweise die Ladenöffnungszeiten, werden auch gemeinsam angegangen.»

Neue Vorschriften verteuern die Produkte

Der Branchenverband des Detailhandels vertritt die Interessen seiner Mitglieder in relevanten politischen Geschäften. Man bündelt die Positionen und bringt sie im Kontakt mit Parlament und Bundesverwaltung sowie im Rahmen von Vernehmlassungsverfahren ein. Das vorrangige Ziel ist dabei, unnötige Regulierungen zu verhindern. «Die Schweiz ist übernormiert, und die Wirtschaft sieht sich aktuell einer wahren Regulierungswut ausgesetzt», bringt Adrian Wyss das Problem auf den Punkt.

Als Beispiel nennt der Jurist und Marketing-Fachmann den Aktionsplan Grüne Wirtschaft des Bundesrats, der unter anderem vorsieht, Produkte neu mit Labels zum ökologischen Fussabdruck zu versehen. «Für viele Güter ein Ding der Unmöglichkeit», ist er überzeugt. Ausserdem glaubt er nicht, dass zusätzliche Produktangaben einem Bedürfnis entsprechen. «Der Konsument wird schon heute mit Informationen überflutet und wird kaum bereit sein, dafür noch mehr zu bezahlen.»

Die Branche ist nicht grundsätzlich gegen neue Vorschriften; gewisse Anpassungen an EU-Standards vereinfachen die grenzüberschreitenden Handelsbeziehungen. «Wir wehren uns aber gegen solche, die von der EU abweichen oder darüber hinausgehen», sagt Adrian Wyss mit Nachdruck. Ein verbreitetes Phänomen sind spezielle Deklarationspflichten. Während beispielsweise die Aufschrift «Pastillen bei Husten und Heiserkeit» in der EU problemlos verwendbar ist, würde hierzulande ein so bezeichnetes Produkt als Heilmittel klassifiziert und bedürfte einer Zulassung. Folglich ist für die Schweiz eine preistreibende Spezialverpackung erforderlich. «Solche helvetischen Sondervorschriften verzerren den Wettbewerb und sind nichts anderes als unnötige Preistreiber.» Letztlich eine schlechte Nachricht für die Konsumenten, denn:

«Die Luft ist raus, der Detailhandel kann keine weiteren Kosten tragen.» Wyss verweist auf die tiefen Margen und die entsprechend geringe Wertschöpfung der Branche.

Verschärfter Preisdruck

Aufgrund des starken Frankens und der vergleichsweise restriktiven Öffnungszeiten kaufen viele Schweizerinnen und Schweizer schon fast gewohnheitsmässig im grenznahen Ausland ein. Das kostet die Branche gemäss Adrian Wyss jährlich gegen 10 Milliarden Franken, rund zehn Prozent des Umsatzes. Immerhin ist mit der schweizweiten Teilharmonisierung der Ladenöffnungszeiten eine zentrale politische Forderung des Detailhandels auf der Zielgeraden, welche die Auslandeinkäufe einzudämmen helfen soll.

Verschärft wird der Preisdruck zusätzlich durch den zunehmenden grenzüberschreitenden Online-Handel. Die neuen Angebotsformen eröffnen dem klassischen, stationären Handel jedoch auch die Chance, durch Vorzüge wie Komfort, besondere Verkaufserlebnisse und hohe Beratungsqualität einen Unterschied zu machen. Adrian Wyss dazu: «Gefragt sind neue Fähigkeiten und kreative Konzepte, um den Kunden einen Mehrwert zu bieten.»

Um rasch und flexibel auf solche Veränderungen reagieren zu können, ist die Branche auf einen liberalen Arbeitsmarkt angewiesen. «Bei einer Umsatzeinbusse von zehn Prozent sind unsere Mitglieder gezwungen, die Effizienz zu steigern – und nötigenfalls Stellen abzubauen», so Wyss.

Mindestlohn-Initiative gefährdet bewährte Regelung

Handlungsspielraum brauchen die Detailhändler auch bei der Festlegung der Löhne. Die Lohnfindung ist in erster Linie das Ergebnis innerbetrieblicher Verhandlungen zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmern. «Diese Sozialpartnerschaft funktioniert gut», bestätigt Adrian Wyss. Der Organisationsgrad der Angestellten im Detailhandel beträgt unter zehn Prozent, ein nationaler Gesamtarbeitsvertrag (GAV) existiert nicht. Deshalb blickt man bei der Swiss Retail Federation der Abstimmung über die

Mindestlohn-Initiative weniger des geforderten Mindestlohns als des Zwangs zum erleichterten Abschluss von GAV wegen mit gemischten Gefühlen entgegen: Er würde die bewährte Regelung der Arbeitsbedingungen auf Betriebs-ebene torpedieren.

Neben dem Fokus auf das politische Engagement erbringt die Swiss Retail Federation für ihre Mitglieder weitere Dienstleistungen. In Arbeitsgruppen werden aktuelle Fragen in den Bereichen Personal, Nachhaltigkeit, Ausbildung und Arbeitssicherheit diskutiert. Eine Branchenlösung für Betriebe des Detailhandels deckt Sicherheitsaspekte vom Umgang mit Chemikalien bis zur Ergonomie am Arbeitsplatz ab.

Der Anschluss der SRF an die Ausgleichskasse Grosshandel + Transithandel erlaubt es den Mitgliedern, die Beiträge an die Sozialwerke zentral und günstig abzurechnen. Vor allem Unternehmen, die Filialen in mehreren Kantonen haben, erzielen gegenüber Einzelabrechnungen hohe Einsparungen. Zudem profitieren die Mitglieder dank eines Rahmenvertrags für die Kartenakzeptanz von Debit- und Kreditkarten von tieferen Gebühren. Abgerundet wird das Angebot durch diverse Projekte wie ein regelmässiges Benchmarking der Anstellungsbedingungen sowohl auf Angestellten- als auch Kaderebene. ■



Gründung: 1937 als «Verband der schweizerischen Waren- und Kaufhäuser»

Mitglieder: ca. 40 Unternehmen

Präsidentin: Karin Keller-Sutter

Geschäftsführer: Dr. Adrian Wyss

Kontakt

Swiss Retail Federation

Bahnhofplatz 1, 3000 Bern 7

Tel. +41 (0)31 312 40 40

info@swiss-retail.ch

www.swiss-retail.ch