

INTERVIEW

Dagmar Jenni, Geschäftsführerin der Swiss Retail Federation, äussert sich im Gespräch über die Strategie des Verbandes für die kommenden Jahre.

«Wir werden uns kraftvoll für die Interessen der Branche einsetzen»

INTERVIEW: HANDEL HEUTE

Die Swiss Retail Federation hat in den letzten Monaten eine neue Strategie erarbeitet. Wie positioniert sich der Verband?

Wir stehen für den mittelständischen Detailhandel. Unsere Mitglieder sind auf dem Schweizer Markt mehrheitlich von mittlerer Grösse, insbesondere im

Vergleich zu den beiden grössten Detailhandelsunternehmen bei uns in der Schweiz.

Wo setzen Sie in der Verbandstätigkeit die Schwerpunkte?

Wir vertreten mit Nachdruck die Anliegen und Interessen des mittelständischen Detailhandels gegenüber Politik, Verwaltung und Medien, darin investieren wir noch stärker. Unsere von den Mitgliedern stark genutzten Verbandsdienstleistungen, die ihnen dank guten Konditionen auch finanziell einen Mehrwert bringen, werden wir weiterführen, etwa die Möglichkeit zum Anschluss an eine Ausgleichskasse und die attraktiven Rahmenverträge in Bezug auf Debit- und Kreditkarten. Ausbauen möchten wir die Vernetzung zu Sachthemen: Wir werden neue Plattformen schaffen, auf denen sich unsere Mitglieder über ge-

meinsame Probleme und über Optionen für die Zukunft austauschen können.

Wie sehen Sie sich mit dieser Positionierung im Verhältnis zu anderen Verbänden?

Unser Trumpf ist die breite Abdeckung des Detailhandels: Unsere Mitgliederbasis reicht vom Foodbereich über Bekleidung und Schuhe bis zu Do it yourself und Möbeln.

Sie haben die hohe Bedeutung der politischen Interessensvertretung erwähnt. Welche Themen stehen dort im Vordergrund?

Der Detailhandel steckt in herausfordernden Zeiten. Wir setzen uns für liberale Rahmenbedingungen ein. Besonders wehren wir uns gegen Handelshemmnisse. Offiziell sollen sie immer abgebaut werden, aber laufend werden neue eingeführt. Hier muss man dagegenhalten. Ein Beispiel ist das Projekt LARGO im Lebensmittelbereich, wo wir erfolgreich Gegensteuer gegeben haben. Auch bezüglich Arbeitsrecht und Arbeitsmarkt setzen wir uns für liberale Lösungen ein. Insbesondere brauchen die Detailhandelsunternehmen die Flexibilität, den Personaleinsatz auf das Kundenaufkommen ausrichten zu können.

Wo sehen Sie in Zukunft politisch den grössten Handlungsbedarf?

Durch die bunte Produktpalette, die der Detailhandel anbietet, ist er überall irgend-



Foto: Swiss Retail Federation

Dagmar Jenni
 Geschäftsführerin
 Swiss Retail
 Federation.

**Grösster Arbeitgeber
des privaten Sektors**
356'000

Erwerbstätige im Detailhandel *

7%

aller Erwerbstätigen *

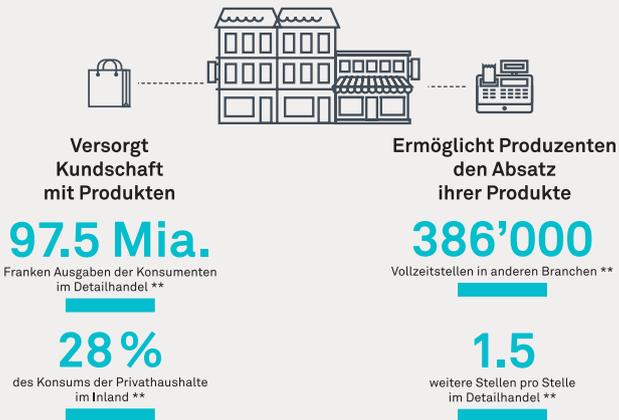
Jede

8.

Lehrstelle **

10.

Teilzeitstelle **



Der Detailhandel – Ein Bindeglied der Volkswirtschaft.

wie betroffen. Die Herausforderung für den Verband besteht massgeblich darin, Schwerpunkte zu setzen. Sicher wird im Lebensmittelbereich weiterhin der Einsatz gegen immer neue unverhältnismässige Regulierungen nötig sein, etwa bei gegenüber der EU abweichenden Deklarationsvorschriften. Sie bedeuten, dass man für den kleinen Schweizer Markt Produkte umetikettieren und neu verpacken muss. Das verteuert sie oft unnötig. Im Non-Food-Bereich gibt es analoge Beispiele, etwa die nicht-präferenziellen Zolltarife im Bekleidungsbereich.

Was bedeutet die Digitalisierung für den Detailhandel?

Jeder versteht etwas anderes unter Digitalisierung. Für den Detailhandel bietet sie die Möglichkeit zur Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen, einer Vernetzung von stationärem und Online-Handel, aber auch kundengerechtere Angebote. Die Digitalisierung bringt aber auch neue Zahlungsmittel, Prozessoptimierungen und neue Erlebnis- und Vernetzungswelten. Eine Folge der Digitalisierung ist auch eine gewisse Globalisierung: Heute kann der Kunde Preise problemlos länderübergreifend vergleichen. Um in diesem internationalen Wettbewerb bestehen zu können, wird

es noch wichtiger, zu gleichen Bedingungen wie Unternehmen im Ausland arbeiten zu können.

Was wird der Verband bezüglich Digitalisierung für die Mitglieder tun?

Wir schaffen eine Arbeitsgruppe Digitales und werden die Mitglieder durch Events und Inputreferate unterstützen.

Wie sehen Sie die Zukunft der Branche?

Das ist eine schwierige Frage. Sicher sind wir in einer Transformationsphase. Viele, die stationär sind, sind auch online da. Cross-Channeling ist von zentraler Bedeutung. Bezüglich der Integration der digitalen Kanäle in Ladenkonzepte ist einiges im Umbruch. Heute müssen Filialen kritisch überprüfen, ob sich der Standort rechnet, ob der Betrieb effizient genug ist, ob das Produktesortiment für die Frequenzen und das Publikum am Standort stimmig sind. Es ist eine spannende Zeit.

Wird der stationäre Handel überleben?

Davon bin ich entgegen aller Schwarzmalerei überzeugt. Sicher gibt es im Bekleidungsbereich für den Onlinehandel weiteres Potenzial. Aber ein toller Kundenservice wird immer gut ankommen und Formate, die auch ein Kundenerlebnis schaffen oder mit der Ladengestaltung Emotionen wecken können, müssen sich nicht sorgen. Es gibt Kunden wie mich, die ein Produkt gerne anfassen und vors Gesicht halten möchten. Mir ist eine gute Beratung, dank der ich Neues entdeckte, wichtig. Zudem überfordert es einen, wenn man bei einem Online-Bekleidungsanbieter «blaue Hosen» eingibt und 500 Vor-

«Der Detailhandel steckt in herausfordernden Zeiten»

schläge erhält. Da schätze ich die tolle Vorselektion im stationären Detailhandel! Alle Formate haben ihre Berechtigung, die Vernetzung zwischen ihnen muss richtig aufgeleitet sein.

Wenn Sie einen Wunsch an die Branche frei hätten, was würden Sie sich wünschen?

Nicht der Vergangenheit nachzutruern, sondern vorwärts zu schauen. Das Rad der Zeit lässt sich nicht zurückdrehen.

Und was darf der Detailhandel von Ihnen erwarten?

Wir werden uns kraftvoll für die Interessen der Branche und unserer Mitglieder einsetzen und bei allen Gesetzesvorlagen und neuen Regulierungen, die auf die Branche herunterprasseln, für die bestmöglichen Lösungen kämpfen. Die Schweiz darf die Rahmenbedingungen nicht noch künstlich verschlechtern und damit die Kosten weiter erhöhen!

www.swiss-retail.ch

Dagmar Jenni, Rechtsanwältin, ist seit März 2016 Geschäftsführerin der Swiss Retail Federation. Zuvor war sie seit 2008 stellvertretende Geschäftsführerin des Verbandes. Seit 2007 bietet sie zudem in selbständiger Tätigkeit juristische Dienstleistungen primär im Industriegüterbereich an. Von 2000 bis 2007 war sie bei der Forbo Gruppe als General Counsel tätig und zuletzt für Strategie und Entwicklung der grössten Sparte zuständig. Zuvor hatte sie bei einer renommierten Wirtschaftskanzlei in Zürich gearbeitet.