

## Referat von Dagmar Jenni, Swiss Retail Federation

Sehr verehrte Damen und Herren

Am 16. März 2020 hat die Schweiz erlebt, was es bedeutet, wenn sich innerhalb von kürzester Zeit eine Bedrohungslage einstellt. An diesem Tag wurden wegen Corona die Grenzen geschlossen und die Armee mobilisiert. Zurückgeworfen auf existenzielle Fragen, realisierten wir, wie wichtig eine funktionierende Nahversorgung ist. Die Pandemie hat uns gezeigt: Der Detailhandel ist systemrelevant. Die funktionierende Versorgung mit Lebensmitteln vor Ort war während der Lockdowns von grundlegender Bedeutung.

Dass dies auch unseren Kundinnen und Kunden wieder verstärkt bewusst geworden ist, spiegelt sich in unseren Umfragen. Wir stellten eine wachsende Wertschätzung für Nahversorgung, verlässliche Lieferketten, Regionalität, Herkunft fest. Unsere Mitarbeitenden, die trotz anfänglicher unklarer Risiken ihren Job an vorderster Front gemacht haben, ernteten verdiente Anerkennung. Die erhöhte Solidarität mit dem Detailhandel, dem Gewerbe und der Ernährungswirtschaft war auf dem Höhepunkt der Krise deutlich zu spüren. An diesem positiven Gefühl wollen wir mit unserer Kampagne «Shopp Schwiiz» anknüpfen.

Der Detailhandel steht in der Schweiz seit Jahren in einem harten Wettbewerb. Unser engmaschiges Versorgungsnetz wird zunehmend ausgedünnt, auch weil der Einkaufstourismus unseren Mitgliedern erheblich zusetzt. Das Ladensterben in den Innenstädten ist unübersehbar. Wir kommen nicht umhin unsere Kundinnen und Kunden auf die langfristigen Folgen der Entwicklung hinzuweisen. Wollen wir die in Krisenzeiten existenzielle Versorgungs-Infrastruktur nicht verlieren, dann müssen wir dem Detailhandel nicht nur in schlechten, sondern auch in guten Zeiten die Treue halten.

Der Schweizer Detailhandel erbringt eine hervorragende und wettbewerbsfähige Leistung. Er überzeugt durch lokale Nähe, Kenntnis der Gegebenheiten und Kundenbedürfnisse. Er weist im Vergleich zum Ausland nach wie vor ein dichtes Netz der Nahversorgung mit kurzen Transportwegen für Produkte aus der Region auf. Zudem wird ihm dank kompetentem Fachpersonal eine überdurchschnittlich hohe Qualität attestiert. Gesetzliche Vorgaben, die weltweit zu den strengsten Anforderungen in fast allen Belangen gehören, gewährleisten eine hohe Sicherheit für die Kundschaft. Beratung und Service erfolgen in den Landessprachen. Das hiesige Personal kennt die Lebensumstände seiner Kundschaft häufig und kann sie gezielt beraten. Retouren sind im persönlichen Kontakt weniger häufig und aufwändig.

All diese Leistungen gilt es anzuerkennen. Und so wie die Kundinnen und Kunden Schweizer Löhne wollen, sind auch die Angestellten des Detailhandels auf landesübliche Löhne angewiesen. Wer systematisch zum Einkaufen in das grenznahe Ausland fährt, profitiert letztlich auch vom Lohngefälle zwischen der Schweiz und ihren Nachbarländern. Das ist legitim, aber es gefährdet

*Aldi Suisse AG • ASMAS • C&A Mode AG • Calzedonia Switzerland AG • Changemaker AG • Conforama Direction SA • Decathlon Sports Switzerland SA  
Dosenbach-Ochsner AG • Dufry Basel Mulhouse AG • eManor AG • Franz Carl Weber AG • Fressnapf Schweiz AG • GERRY WEBER Switzerland AG  
Gonset Holding SA • Grandi Magazzini SA • Hornbach Baumarkt (Schweiz) AG • IKEA AG • Jeans Fritz Schweiz AG • Jelmoli AG • Jumbo-Markt AG  
JYSK GmbH • Landi Schweiz AG • Lidl Schweiz AG • LIPO Einrichtungsmärkte AG • Loeb AG • Manor AG • Markant Syntrade Schweiz AG  
Maus Frères SA • Mode Bayard AG • Müller Handel AG Schweiz • Müller Reformhaus Vital Shop AG • Ochsner Sport AG • Ochsner Shoes AG  
Outdoor Trading AG • Pistor AG • Populart AG • Rio Getränkemarkt AG • Rituals Cosmetics Switzerland AG • SBVV  
SCS Storeconcept AG • shop and more ag • Snipes (Schweiz) AG • Spar Handels AG • Tchibo (Schweiz) AG • The Nuance Group AG • TopCC AG  
Transa Backbacking AG • Turm Handels AG • Valora Schweiz AG • VELEDES • Volg Konsumwaren AG*

den Laden vor der Haustür und das Auskommen der Detailhandelsangestellten in der Schweiz. Entgegen der weit verbreiteten Ansicht, in der Schweiz würden die Preise ständig steigen, sind die Schweizer Preise in den letzten 25 Jahren um den enormen Wert von mehr als 27 Prozent gesunken, während das Lohnniveau relativ konstant blieb. Im Detailhandel sind die Kosten rund 50% höher als in den Anrainerstaaten, der Wettbewerb ist gross und es muss spitz kalkuliert werden, obwohl die Kaufkraft heute mit einem Medianlohn in der Schweiz um 50-100 Prozent höher ist als in den Nachbarländern.

Zum Wohlstand der Schweiz, der die hohen Schweizer Löhne ermöglicht, trägt auch der einheimische Detailhandel bei, indem er rund 310'000 Arbeitsplätze sichert und jährlich 23'000 Lehrlinge ausbildet. Der Detailhandel bietet auch Menschen ohne akademische Bildung anspruchsvolle Jobs. An ihm hängen zahllose Landwirtschaftsbetriebe und KMU, deren wichtigster Absatzkanal er ist. Es ist dieser gesamtwirtschaftliche Zusammenhang, den wir unseren Kundinnen und Kunden mit der Kampagne „SHOPP SCHWIIZ“ auch aufzeigen möchten, ohne mit dem Zeigefinger zu fuchteln. Denn wir sind überzeugt: Wenn wir alle am selben Strick ziehen, helfen wir uns damit selbst.