

Chief Merchandise Officer und Co-CEO Ad Interim, bis Nina Müller im Mai die Position als CEO Jelmoli und Mitglied der Gruppenleitung von Swiss Prime Site einnehmen wird. Die Manor AG bleibt Schweizer Marktführerin im Sektor Warenhäuser mit einem Marktanteil von rund 60% und will im Rahmen ihrer Unternehmensstrategie das führende Omnichannel-Warenhaus der Schweiz werden. Um die Mittel für den Transformationsprozess bereitzustellen und gleichzeitig neue Wachstumsmöglichkeiten zu erschliessen, wird für die Supermärkte in Liestal und Delémont eine Nachfolgelösung gesucht.

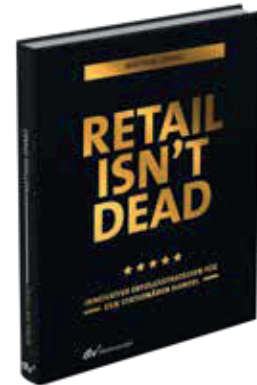
## – Schweizer kaufen unter anderem nicht online, weil sie lieber ins Geschäft gehen. Der E-Commerce hat also Aufholpotenzial. –

TIZIANA HUNZIKER, ÖKONOMIN UND MITAUTORIN DER CREDIT-SUISSE-STUDIE

### Prognosen

«70% der Händler und Hersteller rechnen 2020 mit einer moderaten Umsatzsteigerung, was hauptsächlich auf die positive Entwicklung der Onlineumsätze zurückzuführen ist, aber Schwächen im globalen verarbeitenden Gewerbe und ein starker Franken dürften 2020 ein dynamisches Wachstum verhindern», schreibt die CS. Das Bevölkerungswachstum sowie eine leichte Zunahme der Kaufkraft, die durch den ungewöhnlich geringen Anstieg der Krankenkassenprämien und ein erwartetes Nominallohnwachstum von 0,7% begünstigt wird, könnten die nominalen Detailhandelsumsätze aber stützen und ihnen zu einem leichten Zuwachs (Prognose: 0,4%) verhelfen. Die wichtigsten Segmente listet Marcel Stoffel auf: «Alles im Bereich von Lifestyle und Wellbeing, Gesundheit, Beauty, kosmetischen und medizinischen Bandlungen und Sport.» Für die stationären Händler des Bekleidungs- und Schuhsegments wird im Jahr 2020 ein weiterer Rückgang der nominalen Umsätze (-5,0%) und eine bescheidenere Preisentwicklung von plus 0,8% im Vergleich zum Vorjahr erwartet. Zusammenfassend wird für den Detailhandel Schweiz ein nominales Umsatz- respektive Preiswachstum von 0,4% und 0,3% prognostiziert. Der digitale Transformationsprozess und die damit verbundenen Veränderungen machen es den Akteuren im Bereich Non-Food weiterhin schwer, die Umsatzziele marktkonform zu definieren. Die Stadtentwicklung Zürich schreibt: «Letztlich bestimmen jedoch Konsumentinnen und Konsumenten mit ihren tag-täglichen Einkaufsentscheidungen die Zukunft des Detailhandels, beeinflusst durch den demografischen Wandel und künftige gesellschaftliche Veränderungen.» Es geht ans Eingemachte. Denn die Zukunft ist jetzt.

## Buchverlosung «Retail Isn't Dead»



Im Februar erschien im Deutschen Fachverlag das Buch «Retail Isn't Dead» von Matthias Spanke. Darin werden 15 Strategien für den stationären Handel vorgestellt, um zukünftig relevant und erfolgreich zu sein. Dazu liefert der Autor über 50 Praxisbeispiele verschiedener Branchen aus der ganzen Welt: «Der Store ist nicht mehr nur ein Raum, wo Ware ausgestellt wird, er muss Mehrwert, Schnelligkeit und Bequemlichkeit bieten, wie man sie vom E-Commerce kennt.» Wie das geht und wie Customer Pain-Points in ein positives Einkaufserlebnis gewandelt werden, erklärt Spanke auf satten 176 Seiten mit Themen wie den aktuellsten In-Store-Technologien, Methoden zur Entwicklung neuer Markenerlebnisse, Nachhaltigkeit als Einzelhandelsstrategie und smarten Adaptionen von Vorteilen des Online-shoppings.

Um an der Verlosung von 3 Exemplaren mitzumachen, schicken Sie bitte eine E-Mail mit Vermerk «Retail Isn't Dead» und Angaben Ihrer postalischen Adresse bis zum 20. März 2020 an [redaktion@textilrevue.ch](mailto:redaktion@textilrevue.ch).

Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, keine Barauszahlung möglich.