

Schweiz mit grösster Verkaufsfläche

Mit dem Alpenrhein Outlet Village in Landquart hat die Schweiz ein weiteres Factory Outlet

Center erhalten. Rund 100 Mio. Franken setzen Outlet Shops mit Sportartikeln um. **BEAT LADNER**

In Sachen Factory Outlet Centers (FOC) nimmt die Schweiz in Westeuropa eine Führungsrolle ein. Gemäss Ecostra, einem international tätigen Beratungsunternehmen im Bereich Immobilienentwicklung, kommt die Schweiz auf 9,4 m² FOC-Verkaufsfläche pro tausend Einwohner und steht damit zusammen mit England unangefochten an der Spitze. Frankreich und Österreich liegen unter 5 m², Deutschland sogar unter 1 m². Mit der Eröffnung des Alpenrhein Village hat die Schweiz vermutlich auch England hinter sich gelassen und dürfte nun mit rund 11 m² die vorderste Position einnehmen. Das Alpenrhein Outlet Village zählt gegen 100 Shop-Flächen, von denen jedoch erst knapp die Hälfte vermietet sind. Als Sportanbieter sind Bogner, Jet Set, Lacoste, Maya Maya, Nike, Oakley, Quiksilver und Roxy in Landquart mit von der Partie. Mit einer Gesamtverkaufsfläche von 21'000 m² ist das Alpenrhein Village das zweit-

grösste FOC der Schweiz hinter Foxtown in Mendrisio.

Drei Kategorien von Outlets

In den Schweizer FOCs gibt es etwa 40 Sport-Outlets, wovon drei Viertel Marken Outlets sind und ein Viertel von Händlern betriebene-Outlets. Marken-Outlets sind auch ausserhalb der FOCs, oft in der Nähe der Firmensitze, anzutreffen. Mindestens drei Dutzend Marken verfügen über Outlet Shops und setzen damit schätzungsweise gegen 50 Millionen Franken um. Neben den Marken-Outlets gibt auch zahlreiche Sportfilialisten, die Outlets betreiben. Dazu gehören Ochsner, Bächli, Transa, Trophy, Universal, Doodah oder Vaucher. Die Intersport hat mit ihren drei Sport-Fabriken im letzten Geschäftsjahr rund 13 Millionen Franken erwirtschaftet. Aber auch Fachgeschäfte wie Pesko und Skiservice Corvatsch oder Jelmoli haben Outlets. Alle dem Fachhandel angeschlossenen Outlets dürften zu-

sammen etwa 30 bis 40 Millionen Franken umsetzen. Eine dritte Kategorie bilden die Outlet-Spezialisten, welche sich ausschliesslich auf die Vermarktung von Restposten konzentrieren. Davon gibt es zwischen einem und zwei Dutzend, die zusammen auf einen Umsatz von vielleicht 10 bis 15 Millionen Franken kommen.

Neue Vertriebsform im Internet

«Markenartikel zu stark reduzierten Preisen» ist auch das Geschäftsmodell der Online Shopping Clubs. Bekannte Anbieter sind FashionFriends.ch oder eBoutic.ch, wo eingeschriebene Mitglieder in zeitlich befristeten Aktionen Markenartikel erstehen können, darunter auch sehr oft Sportartikel. Im Vergleich zu den Sport-Outlets kommt dieser Vertriebsform jedoch noch eine marginale Bedeutung zu.

Offene Fragen

Eine Erklärung für die grosse Outlet-Dichte in der Schweiz zu

finden, fällt schwer. Gibt es überdurchschnittlich viele Restposten, oder liegt es daran, dass Outlets die sinnvollste Form sind, um Warenüberhänge zu liquidieren, und der Schweizer Handel somit sehr progressiv ist? Oder lässt sich in der Schweiz auch mit Restposten und Rabatten bis zu 70% noch viel Geld verdienen, während in Ländern mit geringerer Kaufkraft das Preisniveau generell schon tiefer ist? Nicht geklärt ist zudem, welche Auswirkungen Outlets auf die Konsumenten haben. Wie viele Outlets verträgt es, bis sich bei den Konsumenten die Überzeugung festsetzt, Markenartikel sind im Fachhandel grundsätzlich zu teuer? Oder wird die Einstellung der Konsumenten bezüglich fairer Preise durch Outlets gar nicht beeinflusst? Von den Antworten auf diese Fragen wird es abhängen, ob Outlet-Shops eine reine Zeiterscheinung sind oder sich in Zukunft noch stärker ausbreiten beziehungsweise etablieren werden. ◇