

SCHWEIZER KIOSKINHABER-VERBAND – Der Strukturwandel und ein harter Preiskampf machen der Branche zu schaffen. Der SKIV ist trotz diesem schwierigen Umfeld zuversichtlich und stellt sich den Herausforderungen mit viel Mut und Elan.

Gute Standorte sind eine Bedingung

Der SKIV wird nächstes Jahr 90 Jahre alt. Eine grosse Leistung, wenn man die Geschichte des innovativen Verbandes mitverfolgt hat, muss er sich doch immer wieder grossen Herausforderungen stellen. Auch momentan weht in der Kioskbranche ein kalter Wind. Die Anzahl der Kioske ist eher rückläufig. «Wir sind stark von der Entwicklung im Detailhandel abhängig. Beispielsweise die Tankstellenshops sind für uns eine harte Konkurrenz», betont Hansluz Nussbaum, Präsident und Geschäftsleiter des SKIV. Die Branche sei zudem einem starken Strukturwandel unterworfen. «Früher waren die Kioske wichtige Bezugsstellen von Zeitungen, Zeitschriften und anderen Medien. Die Presse wird allerdings heutzutage immer mehr durch das Internet abgelöst», erklärt Nussbaum und ergänzt: «Auch der Tabak ist kein Wachstumsmarkt mehr. Hier müssen wir uns stark den Gegebenheiten an-

passen, was für unsere Mitglieder eine permanente Herausforderung darstellt.»

«WIR WÜRDEN EIN REFERENDUM GEGEN DAS NEUE TABAKGESETZ UNTERSTÜTZEN.»

Die Tabakwaren seien ein wichtiger Geschäftsbereich der SKIV-Kioske. Dementsprechend ist man beim Verband über das neue Tabakgesetz nicht erfreut. «Es genügt, wie es jetzt geregelt ist. Die neuen Vorschriften sind völlig übertrieben und sehr zum Nachteil der Tabak- und auch unserer Branche. Damit werden mündige Bürger nur schikaniert», so der SKIV-Präsident. Es sei nicht die Aufgabe des Staates, sich auf diese Weise in den persönlichen Tabakkonsum der Konsumenten einzumischen. Des-

halb würde der SKIV ein allfälliges Referendum sofort unterstützen, sagt Nussbaum. Allgemein neue Vorschriften, stärkere Regulierungen und eine zunehmende Bürokratie seien Hindernisse, welche die Mitglieder in der wirtschaftlichen schwierigen Situation zusätzlich überwinden müssten.

«KIOSKE AN DER GRENZE HABEN 20 BIS 30 PROZENT UMSATZEINBUSSEN.»

Ein besonders hartes Los hätten diejenigen Verkaufsstellen nahe der Grenze. «Diese Mitglieder spüren den starken Franken unmittelbar. Die zusätzlichen hohen Steuern auf Tabak-

produkte bringen in einer solchen wirtschaftlichen Situation das Fass zum Überlaufen. Die Folgen sind 20 bis 30 Prozent Umsatzeinbussen», hält Nussbaum fest

Frequenzstarker Standort

Das entscheidende Kriterium in diesem hart umkämpften Markt sei heute der Standort der Verkaufsstellen: «Die Frequenz muss stimmen. Jedes Mitglied muss sich dem Markt anpassen, einen Standort finden, der funktioniert, eine Nische suchen und allenfalls ein alternatives Geschäft integrieren», bringt es Nussbaum auf den Punkt. Heute brauche es auch in der Kioskbranche eine innovative und nachhaltige Geschäftsstrategie, um zu überleben. «Wir sind auf frequenzstarke Standorte angewiesen und müssen aktiv bleiben – dann

sehe ich ein Zukunftspotenzial für die Branche», so Nussbaum. Der Verband könne hier seine Mitglieder hauptsächlich mit entsprechend gestalteten Rahmenbedingungen unterstützen, um ihre Leistungsfähigkeit zu verstärken und ihren Zusammenhalt zu fördern. «Dabei verlieren wir natürlich auch nie das Ziel aus den Augen, noch weiter zu wachsen», konkretisiert Nussbaum. Aktuell standen Neuverhandlungen mit den Vertragslieferanten an. Dabei waren die Mehrwertsteuerkonformen Verträge eine Herausforderung. Für 2016 will der Verband seine Dienstleistungen überprüfen und weiter ausbauen.

Corinne Remund

LINK

www.skiv.ch

SKIV KURZ ERKLÄRT

Imagebildung am Markt

Der Schweizerische Kioskinhaber-Verband ist aus einer Selbsthilfeorganisation entstanden. Die SBB kündigten die Pachtverträge der Bahnhofkioske und verlangten höhere Mieten. Dies war für die betroffenen Betriebe Grund genug sich zusammenzuschliessen und 1926 den SKIV zu gründen. Der Verband organisierte sich zunehmend und es gesellten sich weitere Kioskbesitzer dazu, ausserhalb der Bahnhöfe. Grundidee des Schweizerischen Kioskinhaber-Verbandes war, die Mitglieder mit guten Rahmenbedingungen und besseren Einkaufskonditionen zu unterstützen. Dazu übernahm der Verband die Verrechnung und somit das Ausfallrisiko für die Lieferanten. Die Mitglieder profitierten so von jährlichen Rückvergütungen. Der SKIV wurde als Kette anerkannt und konnte so insbesondere im Tabakbereich günstigere Einkaufskonditionen anbieten.

Diverse Dienstleistungen

Noch heute ist die Verrechnung für die Mit-

glieder eines der Hauptstandbeine des Verbandes. Nebst den Rahmenverträgen mit Lieferanten gehören diverse Versicherungslösungen, eine Rechtsberatung sowie ein Aussendienst zu den wichtigsten Dienstleistungen. Letzterer unterstützt die Mitglieder bei Übernahmen, technischen Problemen, Neuakquisitionen usw. Der SKIV betreibt eine aktive und offene Kommunikation gegen innen und aussen. Er arbeitet mit anderen Organisationen und Verbänden zusammen und sorgt für eine positive Imagebildung am Markt und in der Öffentlichkeit.

Der engagierte Verband zählt in der gesamten Schweiz 150 Mitglieder. Diese betreiben rund 160 Verkaufsstellen. Dabei zählen Kioske und kioskhähnliche Betriebe sowie Tankstellenshops zu den Mitgliedern. Bedingung für die Mitgliedschaft sind zahlungsfähige Finanzen. Die angeschlossenen Verkaufsstellen machen jährlich rund 80 Millionen Franken Umsatz.

CR



Die SKIV-Kioske haben als Nischenplayer an einem gut frequentierten Standort mit einem innovativen Angebot trotz eines schwierigen wirtschaftlichen Umfeldes Zukunftspotenzial. Kleines Bild: Hansluz Nussbaum, SKIV-Präsident und Geschäftsführer.

CREDIT SUISSE 

Harmonisierung im Zahlungsverkehr?

Als Bank für Unternehmer unterstützen wir Sie bei den Vorbereitungen auf ISO 20022. Rufen Sie uns an unter der Nummer 0800 80 87 50 oder erfahren Sie mehr auf credit-suisse.com/zvmigration

ISO 20022