

15.05.2013 - 16:45 Uhr

## Media Service: Orell-Füssli-Chef Kunz: Neue Banknoten sind an der «Grenze des physikalisch Machbaren»

Zürich (ots) -

Michel Kunz will sich für den Erhalt der Marke Orell Füssli im Buchhandel einsetzen. «Nein, ich werde nicht zulassen, dass die Marke Orell Füssli verschwindet», sagt der Chef der Orell Füssli Holding im Interview mit der «Handelszeitung». Nach seinem Dafürhalten sei die Marke Orell Füssli stärker in der Bevölkerung verankert als Thalia. Die Joint-Venture-Partner Orell Füssli und Thalia müssten sich in den kommenden Wochen einigen, wie die gemeinsamen 35 Filialen und der Internetauftritt heissen und aussehen sollen. Das gelte auch für die Standorte der Filialen. Eine Schliessung im grossen Stil soll es nicht geben. «Ich gehe nicht davon aus, dass es einen grossen Rutsch geben wird.»

In den kommenden drei Jahren wollen die beiden Buchhändler Orell Füssli und Thalia das Joint Venture «zum Fliegen» bringen. «Wir haben eine Ertragsersparung, die in der Summe der beiden Partner klar höher ist als bisher. Zwar nicht im ersten Jahr, weil wir investieren müssen, aber in den Folgejahren erwarten wir eine deutlich bessere Rendite als bisher.» Ganz aus dem Buchhandel aussteigen will Orell Füssli nicht. Das sei nicht Teil der Strategie, beteuert Kunz.

Mit der Joint-Venture-Strategie wollen sich Orell Füssli und Thalia gegen das Wachstum des Internet-Giganten Amazon wehren. Die Amerikaner haben in der Schweiz einen Marktanteil von 20 Prozent. Kunz sagt aber: «Wir hüten uns davor, ein Abklatsch von Amazon zu werden. Unsere Stärke liegt ganz klar in der Nähe zum Schweizer Konsumenten und damit im Sortiment.» Im Preiskampf kann das Joint Venture aber nicht endlos mithalten. «Die Preisfindung ist natürlich wichtig, denn Internetkunden sind preissensitiver. Doch können wir die Preise nicht beliebig senken,» sagt Kunz.

Von Amazons Strategie hält der Orell-Füssli-Chef nicht viel. «Früher war Amazon auf den Buchhandel und die Musik fokussiert. Heute ist das Unternehmen zunehmend ein Feld-Wald-und-Wiesen-Anbieter, wodurch sich die Marke verwässert.» Da sieht sich der Orell-Füssli-Chef im Vorteil: «Wenn die Aktionäre irgendwann einmal mehr Profit verlangen, könnte sich das zu unseren Gunsten auswirken. Dann muss Amazon entweder mit den Kosten runter oder die Preise erhöhen.»

Zum Thema Verzögerung der Schweizer Banknoten gibt sich Kunz zurückhaltend. «Mit der neuen Banknote gelangen wir an die Grenze des physikalisch Machbaren, deshalb besteht das Risiko der Rückschläge. Und dieses muss man bei Innovationen in Kauf nehmen», sagt Kunz. Die Ehrenrunde sei vertretbar, aber ärgerlich. Zu einem neuen Zeitpunkt der Lancierung will sich Kunz nicht äussern.

Kontakt:

Mehr Informationen erhalten Sie unter der Nummer 043 444 57 77

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100009535/100737902> abgerufen werden.