

23.05.2012 - 17:40 Uhr

Media Service: Kioske sollen auch Poststellen sein

Zürich (ots) -

Der Detailhandelskonzern Valora will enger mit der Schweizerischen Post zusammenarbeiten und Kioske als Postagenturen etablieren. Derzeit testet das Unternehmen an zwei Standorten das neue Konzept, wie Verwaltungsratspräsident und Interims-Chef Rolando Benedick gegenüber der "Handelszeitung" bestätigt. In den Post-Kiosken können Kunden bis zu einer Höhe von 500 Franken Geld einzahlen und abheben sowie Sendungen aufgeben und abholen. Benedick hält den Versuch für vielversprechend. "Im Februar erzielten wir im Vergleich zum Vormonat 15 Prozent mehr Frequenz." Valora habe Erfahrung darin, Kiosk und Post zu verbinden. "In Deutschland betreiben wir dieses Geschäft bereits im grösseren Ausmass." Valora bietet an 18 deutschen Verkaufsstellen auch Postdienstleistungen an. "Wir haben in Deutschland gezeigt, dass wir das können", so Benedick. In der Schweiz betreibt Valora über 900 Kioske. Laut Benedick lässt sich noch nicht sagen, wie gross das Potenzial des neuen Geschäftsmodells ist. "Aber ich gehe davon aus, dass die Post unser Konzept in kleineren Ortschaften umsetzen wird, wo es Sinn macht." Post und Valora würden Synergien nutzen. "Erste Erfolge sind bereits sichtbar", betont Benedick. Post-Sprecher Oliver Flüeler bestätigt die Zusammenarbeit: "Selbstverständlich sind wir für Gespräche mit interessierten Partnern offen - sei es Migros, Coop, Volg, SBB oder allenfalls Valora." Die Post arbeitet heute bereits bei 436 Agenturen mit Partnern zusammen. Detailhändler Volg betreibt allein 126 Agenturen.

Weiter sagt Benedick im Interview mit der "Handelszeitung", dass Valora nicht an einem Migros- oder Coop-Manager für die Nachfolge des scheidenden Konzernchefs Thomas Vollmoeller interessiert sei. "Sie haben eine andere Kultur." Dagegen sucht Benedick bei Schweizer Managern im Ausland sowie bei hier ansässigen Konsumgüterfirmen wie Kraft Foods, Procter & Gamble und Emmi. Er kündigte an, dass sich der Valora-Kiosk der Zukunft zu einem kleinen Convenience-Laden entwickeln werde. "Ich glaube, ein grosser Trend der nächsten Jahre ist das Mikro-Retailing. Der Kunde will dort kaufen, wo er gerade ist. Das ist viel praktischer, als am Wochenende in riesige Supermärkte zu fahren. Die Zukunft gehört dem kleinen Laden, der 10 oder 15 Quadratmeter gross ist. Wir müssen jene Kunden ansprechen, die schnell etwas essen wollen. Und jene, die noch etwas zu essen brauchen, das sie zu Hause nur noch aufwärmen müssen."

Kontakt:

Mehr Informationen erhalten Sie unter der Tel.-Nummer: 043 444 59 00

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100009535/100718948> abgerufen werden.