

# Konsum Jetzt kommt es zur Mutation

Niemand zweifelt daran, dass der digitale Fortschritt das Konsumentenverhalten radikal verändert. Plötzlich aber sieht es so aus, als ob dies erst der Anfang war: Wir stehen vor einer regelrechten Mutation. Analog zur Disruption von Märkten mit neuen Geschäftsmodellen führen die Klimabewegung und die Corona-Krise zu einer neuen Konfiguration unseres Mindsets. Wir erleben eine tief greifende Verunsicherung, weil etwas Undenkbares Realität wurde. Und wir erhalten eine beunruhigende Bestätigung: Unsere Gesellschaft ist in zentralen Bereichen auf dem falschen Weg, sei es, wie wir mit der Umwelt umgehen oder wie wir die Globalisierung umsetzen. Was könnten nun die Folgen für das Konsumentenverhalten sein?

Wir treten in eine neue Bewusstseins-Ära ein, in der die Konsumentinnen mehr hinterfragen und gezielter einkaufen. Eine neue Sensibilität wird die Konsumenten prägen. Gedanken zur Nachhaltigkeit werden dabei zentral sein. Das heisst nicht, dass wir eine Konsumverweigerung erleben werden, sondern vielmehr – gerade in der Recovery-Phase dieser Krise – einen sehr genussvollen, aber differenzierteren Konsum.

## Wir werden einen Trend zu echter Qualität sehen

Die Erkenntnis, dass nachhaltiger Konsum nicht Beschränkung und Verzicht, sondern Bereicherung bedeuten kann, wird sich durchsetzen. Weil wir in den Ferien im öffentlichen Verkehr der Landesbevölkerung näherkommen oder weil Lebensmittel aus der Region frischer und deshalb oft geschmacklich überlegen sind.

Generell werden wir einen Trend zu echter Qualität sehen: Produkte, die hochwertig und langlebig sind; Erlebnisse, die einmalig und sinnstiftend sind. Dabei werden vermehrt lokale Produkte bevorzugt, da die Heimatverbundenheit mit dem neu entstandenen «Wir-Gefühl»



**Dominique von Matt**  
Präsident  
Jung von Matt/Limmat

«Wer gewinnt nach der Krise Marktanteile? Es werden Unternehmen sein, die vor allem über etwas verfügen: Empathie.»

der Corona-Solidaritätswelle sowie mit dem kritischen Impact der Globalisierung zunehmen wird.

Statussymbole könnten unter Druck geraten. Nachdem sich bei jüngeren Konsumenten das Primat der Nutzung durchgesetzt hat und Besitz oft eher als Belastung empfunden wird, hat die Corona-Krise die Klassengesellschaft weiter untergraben: Die Solidarität aller Schichten und der Umstand, dass vor dem Virus alle gleich sind, wird die Bedeutung von Status relativieren.

## Der stationäre Handel hat nochmals Kunden verloren – auch ältere

Mit der Corona-Krise hat der digitale Lebensstil noch einmal einen Sprung gemacht, indem Online-Shopping, Social Media und digitale Erlebnisse wie Gaming und VR erstmals praktisch die ganze Bevölkerung erfasst haben. Der stationäre Handel hat weitere Kunden, darunter viele ältere, an E-Commerce verloren – die meisten davon für immer, da sie das neue Convenience-Erlebnis nicht mehr loslassen wird.

Auch das Arbeitsleben wird nach Corona ein anderes sein. Der Komfort der Videokonferenzsysteme wird den Trend zum Homeoffice beflügeln und unser Reiseverhalten grundlegend verändern. Flugreisen, sowieso schon durch Flugscham belastet, werden noch mehr infrage gestellt. Gleichzeitig hat die Krise deutlich gemacht, wie wichtig Plattformen sind, auf denen sich Menschen persönlich treffen.

Beim Informationsverhalten wiederum schwingt das Pendel zurück. In Zeiten der Unsicherheit kehren Konsumentinnen wieder zu Qualitätsmedien zurück.

Diejenigen Unternehmen, die sich am schnellsten darauf einstellen, werden in der Recovery-Phase dieser Krise Marktanteile gewinnen können. Da man sich weder auf Erfahrung noch auf Daten zum neuen Konsumverhalten abstützen kann, ist von den Unternehmen jetzt vor allem eines gefragt: Empathie.

MEHRWERT (157)

## Corona-KPI

ESTHER-MIRJAM DE BOER

Gute Schlüsselkennzahlen machen es leichter, ein Unternehmen strategisch zu führen. Mit welchen Zahlen führen uns Staat und Medien durch die Corona-Krise? Wir zählen Tote. Und wir zählen die getesteten Neuinfektionen. Ist das ein wirksames Führungsinstrument, um Verständnis in der Bevölkerung zu gewinnen? Nein. Das ist wie Autofahren mit Blick in den Rückspiegel. Auch das löst Angst aus.



Es macht sich zunehmend Unmut breit. Der Druck bezüglich einer Lockerung der Massnahmen steigt. Viele halten den Lockdown für übertrieben und wollen zurück zur Normalität. Die Kapazitäten von Krankenhäusern und Intensivbetten seien nicht ausgelastet und daher sei die Krise wohl doch nicht so schlimm, so der Tenor. Zudem kümmert die Alten die Gefahr zu wenig. Das wirft die Frage auf: Warum sollten wir jüngeren ihnen ein statistisch um ein paar Wochen längeres Leben mit

## «Wollen wir wirklich eine darwinistische Selektion?»

einer heftigen Wirtschaftskrise und vielen Konkursen erkaufen? Darum: Zurück an die Arbeit, die Wirtschaft retten und eine darwinistische Sanierung der Sozialversicherungen in Kauf nehmen.

Dabei geht vergessen, dass freie Kapazitäten ein Zeichen von realistischer Umsicht sind und der Anteil der Toten mit Vorerkrankungen kein Messinstrument für den Erfolg der Politik. Solange wir leere Betten und ungenutzte Beatmungsgeräte haben, können wir einen weiteren Anstieg von Infizierten verkraften und alle behandeln, die Behandlung brauchen. Auch die Kinder und Erwerbstätigen mit Unfällen, Vergiftungen und Krankheiten, die akut einen Spitalaufenthalt brauchen. Herzinfarkte zum Beispiel. Wenn das Gesundheitssystem kippen würde, trifft es alle hart – auch viele Junge vermeidbar tödlich.

Fast die Hälfte der Corona-Übertragungen passieren, bevor Symptome spürbar werden. Dieses Risiko unterbindet der Lockdown weitgehend. Wir werden alle Schutzmasken tragen und unsere Begehungen mit dem Handy tracken, um die Wirtschaft wieder schrittweise öffnen zu können, bis schnelle Tests und wirksame Impfstoffe auf dem Markt sind. Wir müssen die Reproduktionszahl unter 1 kriegen und halten. Das ist die wirksame Corona-Schlüsselkennzahl (KPI): Wenn jeder und jede Infizierte im Schnitt höchstens eine Neuinfektion auslöst. Homeoffice bleibt im Trend. Grosse Menschenansammlungen sind es noch lange nicht.

Esther-Mirjam de Boer, Mitglied Verband Frauenunternehmen, CEO Getdiversity.

# Sozialpartnerschaft Auf dem Prüfstand

Wie stark verankert die Sozialpartnerschaft in einer Branche ist, zeigt sich jeweils in schwierigen Zeiten mit grossen Herausforderungen. Eine solche Zeit erleben wir aktuell mit der Corona-Epidemie. Die Art und Weise, wie die Gewerkschaft Unia diese schwierige Situation zur Selbstinszenierung ausnutzt, zeigt tief gehende Risse in der Sozialpartnerschaft.

Die Unia versucht – isoliert auch unter den Gewerkschaften –, den Gesundheitsschutz gegen den Erhalt von Arbeitsplätzen und Unternehmen auszuspielen. Anstatt sich zusammen mit dem Bundesrat und den Arbeitgebern für möglichst viele sichere und offene Baustellen einzusetzen, geht die Unia mit der Forderung nach generellen Baustellenschliessungen auf Fundamentalopposition. Oberste und einzige Priorität scheint die gewerkschaftsinterne eigene Agenda zu sein. Dies wirft betreffend Sozialpartnerschaft für die Zeit nach Corona Fragen auf, die bei gegebener Zeit aufgearbeitet werden müssen.

Die Unia hat in den vergangenen Wochen das gemeinsame Verständnis über den Wert der Sozialpartnerschaft arg strapaziert. Sie kümmert sich nicht um die Gesundheit der Mitarbeitenden und um die wirkungsvolle Umsetzung der baustellenspezifischen Schutzmassnahmen. Vielmehr versucht die Unia mit fundamentalen Forderungen wie generellen Baustopps, die Medienaufmerksamkeit für sich zu gewinnen. Sie fällt damit nicht nur der Landesregierung in den Rücken,



«Die Unia erweist sich in der Krise als unzuverlässiger Partner.»

**Benedikt Koch**  
Direktor, Schweizerischer Baumeisterverband

sondern nimmt auch mutwillig einen verheerenden Schaden für die Schweizer Wirtschaft in Kauf.

## Die Bauwirtschaft ist gerade in Krisenzeiten ein tragender Pfeiler

Für die Gesellschaft und die Volkswirtschaft ist es elementar, dass auch während der Corona-Epidemie unter Einhaltung der Schutzmassnahmen weitergebaut werden kann. Die Bauwirtschaft trägt 10 Prozent zur Schweizer Wirtschaftsleistung bei. Sie ist gerade in Krisenzeiten ein tragender Pfeiler für die ganze Gesellschaft, der nicht verantwortungslos umgestossen werden darf. Und sobald die Eindämmung des Virus es wieder zulässt, müssen die sehr strengen Massnahmen auch wieder gelockert werden können. Dazu müssten die Sozialpartner mit dem Bundesrat an einem Strang ziehen. In Österreich und in Deutschland haben Arbeitgeber und Arbeitnehmende diese Rolle verstanden und setzen sie

um. Dabei sind die erarbeiteten Schutzmassnahmen, beispielsweise mit Abstandsempfehlungen von einem Meter, teilweise lockerer als in der Schweiz.

Welchen Wert hat eine Sozialpartnerschaft, wenn in anspruchsvollen Zeiten kein gemeinsamer Nenner besteht? Gibt es die gemeinsamen Ziele wie den Erhalt von Arbeitsplätzen, Lehrstellen und Unternehmungen, welche die Grundlage für Arbeit und Wohlstand darstellen? Welche Konsequenzen hat es, wenn die Gewerkschaft Unia unbeirrt das Ziel verfolgt, auf unabsehbare Zeit ganze Branchen flächendeckend lahmzulegen?

So gross die Herausforderungen heute sind, die Corona-Epidemie wird auch einmal vorüber sein. Ein Zurück zum normalen Alltag scheint mit der heutigen Situation in der Sozialpartnerschaft sehr anspruchsvoll zu werden. Im Begriff «Sozialpartnerschaft» kommt das Wort «Partner» vor. In der Corona-Epidemie arbeitet die Gewerkschaft Unia nicht daran, sich als zuverlässiger Partner zu positionieren.

## DIALOG



**HZ Nr. 15** 9.4.2020  
«Die Schweiz braucht einen Strategiewechsel in der Corona-Krise»  
Im Sommer werden die Corona-Analysen nur so auf uns niederprasseln. Aber Hand aufs Herz – es braucht nicht viel Mut und Verstand, um nachträglich zu analysieren, und ich veröffentliche deshalb jetzt schon die Schlussbilanz: Wir werden feststellen, dass Corona «in der Wirkung» eine ganz normale Grippewelle darstellte,

welche massiv weniger Opfer gefordert hat als die saisonale Grippe 2015. Wir werden uns verwunden die Augen reiben, weil der für Mai vorausgesagte Ansturm auf die Spitäler ausblieb. Die Experten und Politiker werden uns eintrichtern, dass sie nach bestem Wissen und Gewissen gehandelt hätten und nicht hätten voraussehen können, dass alles nur halb so schlimm sei (obwohl die BAG-Daten dies seit Wochen klar belegen).  
Michel Ebinger



**HZ Nr. 14** 1.4.2020  
«Das sind die besten Personaldienstleister der Schweiz»  
Die «Handelszeitung» hat die besten Personalvermittler in den Kategorien Executive Search, Professional Search, Temporary Search und High-End Executive Search eruiert. Nur acht Unternehmen aus der Ostschweiz schafften es in die Rankings.  
«Der Leader» Unternehmensmagazin @LEADER\_Magazin

**HZ online** 9.4.2020  
«Podcast Schöne neue Arbeitswelt: Interview mit Miriam Meckel»  
«Ich bin sicher, dass wir nach #Corona nicht zu den Zuständen von vor Corona zurückkehren. Wir sind zwar ungewollt, aber rasant in die #Digitalisierung hineingeschleudert worden», sagt @mmeckel im Podcast «Schöne neue Arbeitswelt» der @handelszeitung Uni St. Gallen @HSGStGallen



**HZ Nr. 15** 9.4.2020  
«Die Schweiz braucht einen Strategiewechsel in der Corona-Krise»  
Kritisch zu denken und zu hinterfragen, ist ja gut und recht. Aber mich nerven auch die x-tausend Hobby- und Pseudo-Experten, die allesamt meinen, sie wüssten es besser als die langjährigen Experten. Es sind ja nicht Herr Berset oder Herr Koch, die eines Morgen aufgestanden sind und sich gesagt haben: «Ach, machen wir jetzt einmal

einen Shutdown und verhängen den Ausnahmezustand!» Da steht ein ganzer Beraterstab mit Fachexperten mit langjähriger Erfahrung dahinter. Und Blocher und Köppl sind einfach unverbesserliche Opportunisten, die meinen, sie wissen es eh immer besser als der ganze Rest. Und hätten die Weisheit mit dem Löffel aus Gottes Hand gefressen. Wie auch immer, ein bisschen Demut in jeglicher Hinsicht würde uns allen guttun.  
Chris Vogu

## Schreiben Sie uns

Ihre Meinung ist uns wichtig. Wir freuen uns über Kritik, Lob und Anregungen über folgende Kanäle:  
**E-Mail:** redaktion@handelszeitung.ch  
**Twitter:** twitter.com/handelszeitung  
**Facebook:** facebook.com/handelszeitung  
**Online:** Posten Sie Ihre Meinung auf www.handelszeitung.ch unter einen Artikel