

Stiller Erfolg

Beliani Hiesige Online-Händler verkaufen selten im grossen Stil ins Ausland. Wie es der Schweizer Möbel-Shop trotzdem schafft.

ANDREAS GÜNTERT

Kleider von Zalando, Schuhe von Sarenza. Bücher von Amazon, Hotelbuchungen über Booking.com: Schweizer Konsumenten geben sich beim Online-Shopping-Bummel weltgewandt. Hunderte Millionen Franken fliessen so jährlich ins europäische Ausland – und im Fall der Gadget-Schleuder Ali Express auch nach China.

Der umgekehrte Fall – dass ein Schweizer Online-Händler den Rest der Welt beglückt – ist rar. In einem Fall aber glückt es einer hiesigen Firma, gleich in zwölf Ländern ausserhalb der Schweiz erfolgreich zu sein. Dies in einer Branche, die lange als nicht online-fähig galt: Möbel. Beliani heisst der Schweizer Inter-

nethändler, der so international agiert wie kaum ein anderer hiesiger Online-Pure-Player. In den meisten westeuropäischen Ländern sowie in den USA und Kanada ist das 2009 gegründete Unternehmen bereits aktiv. Dieses Jahr, sagt Stephan Widmer, der Beliani zusammen mit seinem Bruder Michael führt, «kommen Portugal, Dänemark, Schweden und Ungarn hinzu». Das rund 1300-teilige Möbelsortiment positioniert sich «im Preiswert-Bereich irgendwo zwischen Pfister und Tiptip». Entgegen landläufiger Vermutungen, dass im Online-Möbelmarkt kleine Artikel wie Schuhgestelle oder Sideboards am stärksten nachgefragt würden, laufen bei Beliani sperrige Stücke wie Sofas, Betten, Whirlpools und Rattan-Lounges am besten.

Grenzenlos gedacht

Dass die Firma Kolumbus-Appeal hat im B2C-Kanal (Business-to-Consumer), wird auch von neutraler Seite bestätigt: «Eindrucklich, wie Beliani in einer Liga mithält, wo tiefe Preise und Logistik-Exzellenz die entscheidenden Rollen spielen», sagt Patrick Kessler, Präsident des Verbands des Schweizerischen Versandhandels (VSV). «Mit Ausnahme von Nespresso und – in einer tieferen Liga – Freitag und Blacksocks gibt es kaum Schweizer Online-Händler, die sich im Bereich B2C grosse internationale Präsenz erarbeitet haben.» Bei Beliani, sagt Widmer, habe man von Beginn weg grenzenlos gedacht: «Der Trigger war: Wenn wir schon Wachstum anstreben, warum nicht gleich auch das Ausland anvisieren?»

Beliani schafft den Ausland-Push mit einer grossen Portion Internationalität: Rund 70 Kontraktfirmen produzieren die Möbel in Fernost; von den 200 Beliani-Angestellten arbeitet der überwiegende Teil im polnischen Stettin. Dort sind auch drei Fotografen im firmeneigenen Fotostudio – dem grössten der Stadt – zugange, um die Möbel ins beste Online-Licht zu rücken. «Das gesamte Backoffice befindet sich seit



Beliani-Gründer und -Chefs Michael (links) und Stephan Widmer: «Wir sind weltweit auf 400 Online-Plattformen vertreten.»

Möbel mit Luft nach oben

Was Schweizer am häufigsten online einkaufen – und was lieber (noch) nicht (in Prozent)

1. Flugtickets	64,6
2. Ferienreisen	54,8
3. Event-Tickets	50,9
4. Bankdienstleistungen	46,0
5. Software	42,3
14. Parfüm, Kosmetika	10,8
15. Schmuck	7,4
16. Körperpflege	7,0
17. Möbel	5,8
18. Lebensmittel	5,0

QUELLE: INTERVIEWMITZUNGSCHWEIZ 2016, HES. INSGESAMT WURDEN 16 BRÄNCHEN UNTERSUCHT; DIESE TABELLE ZEIGT DIE FÜNF STÄRKSTEN UND DIE FÜNF SCHWÄCHSTEN BEREICHE

Firmenstart in Polen», sagt Widmer, «das ist auch deshalb wichtig, weil wir in unserem Zielmarkt möglichst preisgünstig agieren wollen und müssen.»

Widmers Tipp für Schweizer B2C-Händler, die es über die Grenze zieht: Mit der kleinstmöglichen analogen oder digitalen Vertriebsvariante beginnen. Analog bedeutet, dass man seine Ware in einen Laster packt und erste Kunden im grenznahen Ausland zu Beginn selber bedient. Digital heisst, dass man seine Fühler zunächst über einen Marktplatz wie Amazon ausstreckt. Auch für Beliani sei der Verkauf über externe Online-Plattformen absolut essenziell. Rund die Hälfte des Umsatzes, den die «Handelszeitung» im tiefen zweistelligen Millionenbereich verortet, erzielt die Firma nicht auf der eigenen Website, sondern auf den Marktplätzen von Amazon und Co: «Wir verkauf-

ten überall, wo es geht», sagt Widmer, «Beliani ist weltweit auf 400 Online-Plattformen vertreten.»

Deutschland macht am meisten Ärger

Was hiesige Onliner mit internationalen Gelüsten aber auch wissen müssen: Oft liegt der grösste Ärger vor der Haustüre. Beliani sei über mehrere Zeitzonen aktiv, habe aber die meisten Scherereien gleich ennet der Grenze, sagt Widmer: «Hauptsächlich Abmahnungen von Konkurrenten, aber auch Klagen mälkender Schnäppchenjäger, streitlustige Anwälte – das spüren wir am stärksten in Deutschland.»

Den Beweis erbringt er in einer Masseinheit aus der Offline-Welt: «In meinen Büro liegen zwölf dicke Ordner mit Streitschriften. Elfenhalb davon sind mit Belegen aus Deutschland gefüllt.»

ANZEIGE

Weingenuss statt Wirtschaftsfrust

3 x VINUM testen und 67% Rabatt sichern.

- 3 VINUM-Ausgaben frei Haus
- Kostenloser Member-Zugang auf vinum.ch
- GRATIS-PRÄMIE: VINUM-Buch «Die 100 besten Weingüter der Schweiz» im Wert von CHF 19.50

Jetzt bestellen und profitieren:

www.vinum.ch/promotion

leserservice@vinum.ch

Tel. 071 844 91 53

Das Angebot ist gültig, solange der Vorrat reicht, für Neuanmeldungen in der Schweiz. Alle Preise inkl. MwSt. und Zustellgebühren. Auslandspreise auf Anfrage. Der Prämienversand erfolgt nach Zahlungseingang. Kein Prämienversand ins Ausland. VINUM erscheint in der Intervinum AG, Thurgauerstrasse 66, CH-8050 Zürich.

Jetzt für nur **CHF 20.-** statt CHF 60.90



Achtung, Steillagen!

Kräfteraubend und brutal: Warum die Arbeit am Abgrund jede Schweissperle wert ist
Wachau: Mit Steinfeder und Federspiel in den Sommer
Frisches Tessin: Weisse Top-Crus aus dem Süden