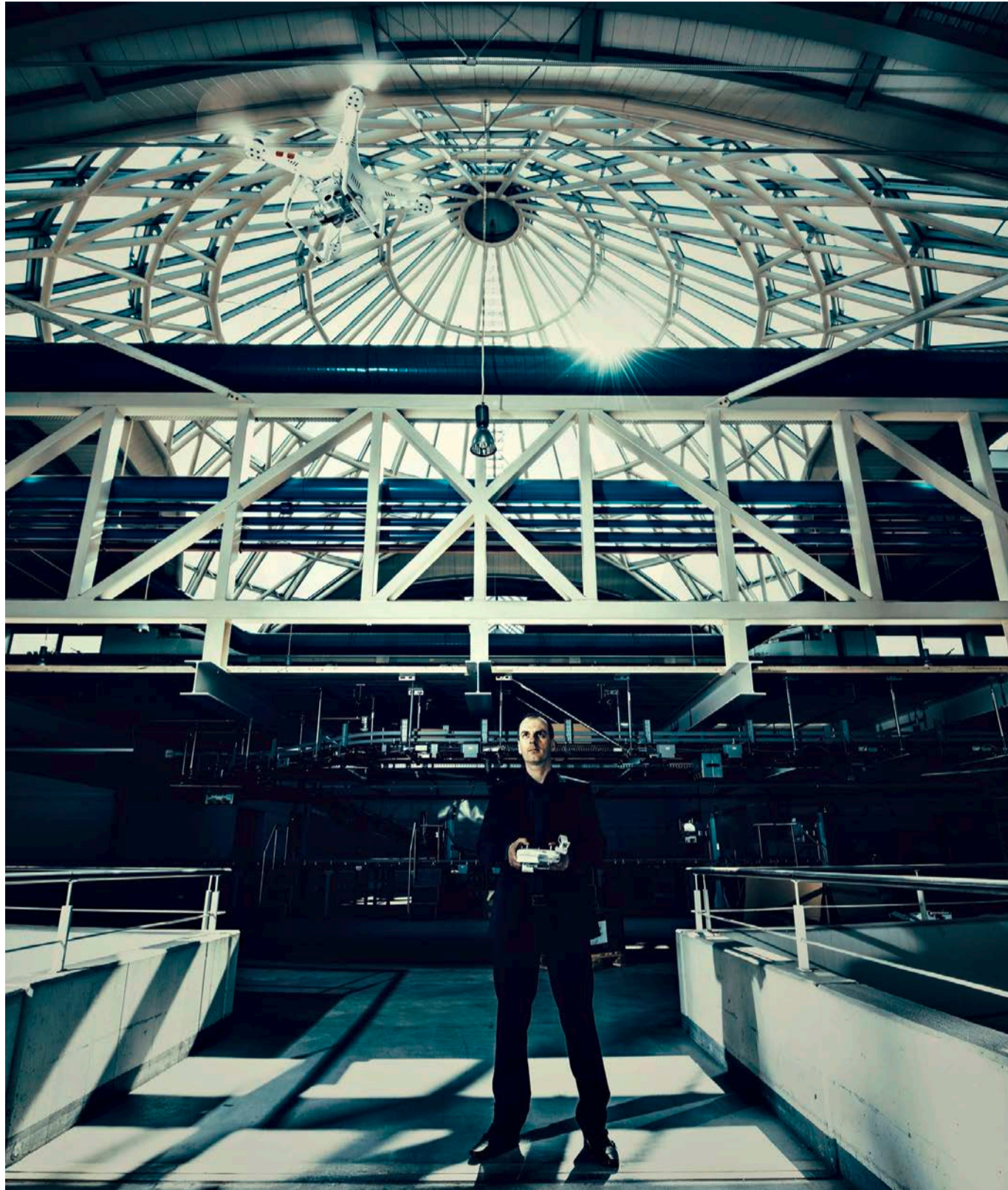




INVEST
Die besten Säule-3a-Fonds
 Digitale Anbieter mischen die Altersvorsorge auf und drücken auf die Preise. Seite 18

MANAGEMENT
Dicker Spuckschirm
 So gesichert sind unsere Büros, wenn das Home Office endet. Seite 21

Märkte & Meinungen



Der Grosshändler

Name: Roland Brack
Funktion: Präsident Competec-Gruppe
Alter: 48
Wohnort: Frick
Familie: Vater von zwei Kindern
Ausbildung: Elektroingenieur HTL

Karriere: Mit 21 Jahren begann Roland Brack den Aufbau seiner Firmengruppe, indem er vom Dachstock des Elternhauses im aargauischen Fricktal für Freunde Computer montierte. Bereits 1997 ging sein Online-Shop brack.ch live.

Competec Group 2019 hat die Gruppe, zu der die Unternehmen Brack.ch, Alltron, Jamei, Competec Service und Competec Logistik zählen, einen Umsatz von 811 Millionen Franken erzielt. Gegenüber dem Vorjahr entspricht das einem Plus von 12 Prozent. Zum Wachstum haben laut Firmenangaben alle Verkaufskanäle beigetragen.

DAS GESPRÄCH ROLAND BRACK

«Wir mussten reagieren»

Der Chef von Brack.ch über die Wochen des Lockdowns und deren Folgen für die Zukunft, spannende Startups – und eine Grossbestellung Pflanzenerde.

INTERVIEW: ROBERTO STEFANO

Wenn Sie heute auf die vergangenen Lockdown-Wochen zurückblicken: Welches waren die meistverkauften Produkte bei Brack.ch?

Roland Brack: Desinfektionsmittel und Masken. Das war ganz in unserem Sinn, schliesslich wollten wir für diese Produkte eine möglichst hohe Verfügbarkeit in der Schweiz herstellen. Ebenfalls stark gefragt waren Lebensmittel und Spielwaren. Und dann wurde auch alles zum Thema Garten bestellt. Der Frühling und die geschlossenen Baumärkte haben die Nachfrage enorm angekurbelt.

Dennoch haben Sie irgendwann Pflanzenerde aus dem Sortiment genommen.

Wir mussten reagieren. Unsere Logistik ist nicht darauf ausgelegt, Pflanzenerde in grossen Mengen zu versenden. Stellen Sie sich vor: Eine Bestellung belief sich auf

2,5 Tonnen! Wir mussten etwas unternehmen, da wir auch eine gewisse Verantwortung gegenüber der Post tragen, die unsere Waren ausliefert. Zudem ist es mir lieber, wenn wir Schutzmaterial versenden statt Pflanzenerde.

Was hat Sie in dieser Krise ansonsten am meisten überrascht?

Wie schlecht die Schweizer Händler von Schutzmaterial vorbereitet waren. Das meine ich nicht anklagend. Ich hätte aber erwartet, dass Grosshändler, deren Haupttätigkeit in der Versorgung von Spitälern besteht, schneller reagieren können. Es war absehbar, dass sich das Virus auch in Europa ausbreitet und entsprechend Schutzmaterial in grossen Mengen benötigt würde.

Sie selber haben das Lager schon einige Wochen vor dem Lockdown aufgefüllt, da Sie eine massive Zunahme der Bestellun-

gen erwarteten. Was wussten Sie mehr als die anderen?

Als Grosshändler gehört es zu unserem Job, veränderte Bedürfnisse so weit wie möglich vorauszusehen und schnell zu reagieren. Da wir seit langem viele Elektronikartikel aus dem asiatischen Raum importieren, haben wir schon früh die Situation aktiv verfolgt.

War denn die Ausbreitung des Virus in Europa so evident?

Spätestens, als Ende Januar fünfzig Millionen Menschen in China unter Quarantäne gesetzt wurden, war die Ernsthaftigkeit der Lage klar. Eine solche Massnahme erlässt niemand zum Spass. Zuvor war es bei in China produzierten Waren bereits zu Unterbrüchen in den Lieferketten gekommen. Damals begannen wir, unsere Lager zu füllen. Welche Konsequenzen ein Ereignis wie das Coronavirus auf die Supply Chains hat, wussten wir aus der

Vergangenheit – Stichwort Sars oder die Atomkatastrophe in Fukushima.

Wie sehr haben Sie von diesen Erfahrungen profitiert?

Grundsätzlich sind jedes Ereignis und seine Folgen anders. Es ist allerdings nichts Neues, dass heute die Lieferketten global sind und ein lokales Ereignis weltweite Auswirkungen zeigt. In solchen Situationen ist es entscheidend, dass man volle Lager hat.

Trotz der Voraussicht stand auch Ihr Lager kurz vor dem Kollaps.

Das Lager war schon vor der Krise sehr voll. Wir erstellen deshalb einen Neubau. Nun haben mit der Krise die Bestellungen markant zugenommen und unsere Einkäufer entsprechend höhere Vorbestellungen getätigt. So ist eine eigentliche Welle an Waren auf uns zugerollt. Grundsätzlich war dies aber eine sehr spannen-

de und lehrreiche Periode: Wenn alles am Anschlag läuft, erkennt man am besten, wo man die Logistikprozesse verbessern kann.

Sind Sie zufrieden, wie die Krise bei der Competec-Gruppe insgesamt bewältigt werden konnte?

Ja, sehr. Natürlich kann man im Nachhinein immer etwas besser machen. Ich denke aber, wir haben das Optimum erreicht. Die Krise hat zu einem grossen Zusammenhalt innerhalb des Unternehmens geführt. Viele Büromitarbeitende haben im Logistikzentrum in Willisau ausgeholfen. Zudem haben wir gespürt, dass es uns braucht in der Krise – für die Versorgung der Spitäler und der Bevölkerung. Normalerweise nutzen wir Chancen, um Marktanteile zu gewinnen. Diesmal stand das Helfen im Vordergrund.

Fortsetzung auf Seite 15

Fortsetzung von Seite 13

«Wir mussten ...»

Wie sehr war die hohe Automatisierung Ihres Lagers ein Vorteil in dieser Zeit? Gewisse Prozesse in unserem Lager konnten wir nicht so einfach verändern, wie wenn es sich um ein rein manuelles Lager gehandelt hätte. Gleichzeitig hat sich die Automatisierung in der Praxis aber als Vorteil erwiesen. So konnten wir unsere automatisierten Schnellverpackungsanlagen beispielsweise in mehreren Schichten laufen lassen und den Ausstoss bei gleichbleibender Qualität erhöhen. Dies wäre angesichts der beschränkten Personal- und Raumressourcen andernfalls kaum möglich gewesen. Bei Kundenbestellungen, die eigentlich nicht in unser System passen – wie beispielsweise die Pflanzenerde –, war die Automatisierung dagegen eher hinderlich.

Nach wie vor gibt es bei Brack.ch Verzögerungen bei den Lieferungen – unter anderem wegen der Zustellfirmen. Haben Sie auch über eine eigene Auslieferung nachgedacht?

Die Post ist für uns im Normalfall ein sehr verlässlicher Partner. Zudem muss man realistisch bleiben: Als kleiner Zusteller hätten auch wir grosse Probleme, wenn sich das Volumen über Nacht verdoppeln würde, wie es beim Lockdown der Fall war. Wir prüfen laufend, ob eine eigene Zustellung Sinn macht, sind aber bisher immer zum Schluss gekommen, dass sich die Zusammenarbeit mit einem Partner auszahlt.

Trotz Lieferverzögerungen haben Sie weiterhin im grossen Stile Aktionen angepriesen und führen derzeit einen Ausverkauf durch. Viele Kunden verstehen das nicht. Unsere Lager platzten zeitweise schlicht aus allen Nähten. Es standen keine Palettenplätze mehr für neue Lieferungen zur Verfügung. Deshalb mussten wir möglichst schnell Platz schaffen und vor allem voluminöse Artikel abstossen. Um die Post nicht zusätzlich zu belasten, waren viele Produkte dabei, die als Stückgut geliefert werden. Mit dem Neubau wäre ein solcher Schritt nicht nötig gewesen und wir hätten wohl auch darauf verzichten können.

«Mit dem neuen Lager sollte es uns möglich sein, den Umsatz zu verdoppeln.»

Inzwischen hat sich die Platzsituation wieder normalisiert, doch sie bleibt angespannt, bis wir den Neubau in Betrieb nehmen können. Sollte die Zunahme im Online-Handel auch nach Ende des Lockdowns anhalten, werden wir vor einer zusätzlichen Herausforderung stehen – insbesondere im Hinblick auf das Weihnachtsgeschäft.

Wie wichtig ist denn der Ausbau des Logistikzentrums in Willisau?

Der Neubau hat sich aufgrund einer Einsparung verzögert. Nun sollte das neue Lager Mitte 2021 in Betrieb sein – trotz gewissen Unsicherheiten bezüglich Lieferterminen und Montagemöglichkeiten. Bereits im Einsatz steht unser drittes automatisches Kleinteilelager Autostore III. Dieses haben wir aufgrund der Krise deutlich schneller in Betrieb genommen als ursprünglich geplant. Das neue Lager ist für unser weiteres Wachstum von grosser Bedeutung; es ist eine Investition in die Zukunft. Damit sollte es uns möglich sein, unseren Umsatz in den kommenden Jahren zu verdoppeln.

Wie wird die Corona-Krise das Geschäft der Online-Händler zukünftig prägen? Sicher scheint mir, dass die Digitalisierung einen enormen Schub erlebt hat und weiter erleben wird. Videokonferenzen sind heute beispielsweise selbstverständlich. Gleichzeitig ist zu befürchten, dass der eine oder andere stationäre Anbieter nicht überleben wird. Dieses Geschäft werden wahrscheinlich Online-Händler übernehmen. Daher erwarte ich, dass die Verlagerung zum Online-Handel schneller vorankommen wird.



Online-Shop-Pionier Roland Brack: «Ich hätte erwartet, dass Grosshändler, deren Haupttätigkeit in der Versorgung von Spitälern besteht, in der Krise schneller reagieren können.»

Wie werden Sie mit der Competec-Gruppe darauf reagieren?

Die Gruppe ist in gewissen Bereichen schneller als geplant vorwärtsgekommen. Ich denke dabei an Drogerieartikel, die wir erst seit kurzem im Sortiment haben. Hier haben wir durch Corona einen riesigen Umsatzsprung gemacht. Diverse namhafte Hersteller standen dem Online-Handel vorher kritisch gegenüber. Sie arbeiten jetzt mit uns zusammen und haben die Partnerschaft schätzen gelernt. Eine ähnliche Entwicklung werden wir auch in anderen Bereichen sehen. Grundsätzlich setzen wir allerdings nicht auf schnelles Wachstum.

Werden Sie Ihr Netz mit physischen Showrooms nun ausweiten?

Nein, zumal die Krise gezeigt hat, welche Möglichkeiten die Digitalisierung in der Beratung schafft. Wir wollen mit guter Beratung vor und nach dem Kauf überzeugen und dadurch eine grosse Kundenzufriedenheit erreichen. Dies wäre physisch, angesichts des breiten Sortiments, heute kaum mehr möglich.

Inwieweit werden lokale Online-Händler stärker profitieren?

Die Globalisierung ist heute etwas gehemmt. Doch man darf dies nicht überbewerten. Die Leute vergessen schnell und bestellen dort, wo es am einfachsten ist – auch international.

Wo sehen Sie Brack.ch respektive die Competec-Gruppe in fünf Jahren?

Unser Geschäftsmodell bleibt gleich. Was die Zielvorgaben betrifft, haben wir keine konkrete Zahl vor Augen. Eine Verdoppelung des Umsatzes ist aber denkbar.

Brack.ch bietet derzeit rund 200 000 Produkte an. Welche Produkte fehlen noch? Das Sortiment hat sich in den vergangenen Jahren stark verändert. Heute geht es darum, das Sortiment zu arrondieren. Im Drogeriebereich haben wir mit dem Verkauf von Kontaktlinsen begonnen. Zudem darf man ab Mitte Juni auf ein neues Lebensmittelssortiment gespannt sein.

In diesem Segment stehen Sie im Wettbewerb mit den Online-Supermärkten LeShop oder Coop@home. Lohnt sich das?

Der Markt ist riesig, deshalb lohnt sich das Geschäft, auch wenn wir nur einen kleinen Marktanteil haben. Zudem bieten wir Ergänzungen an – beispielsweise ein spezielles Gewürz. Hier profitieren wir von den gemischten Warenkörben: Die Bestellung eines einzelnen Gewürzes lohnt sich kaum. Wenn man aber gleichzeitig einen teureren Elektronikartikel einkauft, sieht es anders aus. Wir sind einer der wenigen, die beides gleichzeitig an Lager haben und in einem einzigen Paket zum Kunden senden können.

Wie beurteilen Sie allgemein den Online-Handel in der Schweiz?

Ruhmeshalle

Ehrung Ende Mai 2020 wurde Roland Brack als 14. Mitglied in die Swiss Supply Chain Hall of Fame aufgenommen. Damit zeichnet die Stiftung Logistik Schweiz seit 2015 Persönlichkeiten aus, die für Supply-Chain-, Logistik- und Verkehrsthemen in der Schweiz überdurchschnittliche Arbeit geleistet haben. Er erhält die Ehrung, da er es als Online-Shop-Pionier verstanden hat, Logistik und Supply Chain für Kunden und Lieferanten als strategische Erfolgsposition einzusetzen.

Bisherige Mitglieder Alfred Escher, Hansheirich Zweifel, Alfred Waldis, Hans und Rolf Bertschi, Hans-Rudolf Haldimann, alt Bundesrat Adolf Ogi, Louis und Emile Jules Danzas, Helene und Peter Galliker, Gottlieb Duttweiler, Walter Mittelholzer.



Brack als Investor in der Sendung «Die Höhle der Löwen»: «Einige Firmen haben sich fantastisch entwickelt.»

Es gibt einige grosse Anbieter und viele erfolgreiche Nischenplayer. Dazwischen, sprich mit einem einstelligen Millionenumsatz, dürfte es in diesem hart umkämpften Markt schwierig werden. Entsprechend erwarte ich eine Bereinigung. Schliesslich muss ein Anbieter hohe Investitionen stemmen, um mithalten zu können.

Wie reagieren Sie auf die ausländische Konkurrenz von Amazon, Zalando, Aliexpress und Co.?

Diese Anbieter spielen in einer anderen Liga. Gegenüber diesen Akteuren können wir uns aber über unsere Beratung sowie mit einem regionalen, schweizerischen Sortiment abheben.

2019 sind Sie als Investor in der «Höhle der Löwen» aufgetreten. Wie hat sich dieses Engagement ausgezahlt?

Die Arbeit hat mir viel Spass gemacht und ich habe viel gelernt. Zudem wollte ich damit nicht in erster Linie Geld verdienen und eine Rendite erzielen. Eines ist aber auch klar: Nicht jedes Unternehmen aus

«Der Online-Handel ist hart umkämpft. Entsprechend erwarte ich eine Bereinigung.»

der Sendung wird einschlagen. Unternehmertum heisst, auch Risiken einzugehen. Kurzum: Es war eine sehr spannende Erfahrung für mich – und hoffentlich auch für die Zuschauer der Sendung.

Wie intensiv verfolgen Sie die Entwicklung der Sendung in Deutschland, die hierzulande ebenfalls eine grosse Beachtung findet?

Mit den deutschen Löwen Ralf Dümmel und Frank Thelen habe ich direkten Kontakt. Als Zuschauer sehe ich mir gerne weiterhin auch die deutsche Sendung an. Einige der Startups haben sich fantastisch entwickelt.

Wie geht es mit der Schweizer «Höhle der Löwen» weiter?

Kurz vor dem Lockdown haben wir die zweite Staffel gedreht – und man darf sich darauf freuen. Wir hatten wieder spannende Startups. Qualität und Dramatik werden in der zweiten Staffel steigen.

Auch über den Startup-Fonds Wingman Ventures haben Sie Einblick in die Szene. Wie hat die Corona-Krise sie getroffen?

«Für unser Land ist die Innovationskraft von Startups von grosser Bedeutung.»

Es ist zu erwarten, dass auch bei den Startups jene Firmen verstärkt profitieren werden, die im Bereich der Digitalisierung aktiv sind. Deren Geschäftsgang wird die Krise beschleunigen. Gleichzeitig ist es richtig und wichtig, dass auch Gelder für Startups gesprochen wurden. Denn die normalen Hilfspakete hätten die Startups nicht erreicht. Deren Innovationskraft ist für unser Land von grosser Bedeutung. Entsprechend wichtig ist, dass die Startup-Szene gepflegt wird. Unabhängig von der Krise erhalte ich viele Anfragen. Das zeigt mir, dass es zu wenige Investoren in der Seed-Finanzierung gibt.

Mit 47 Jahren sind Sie die jüngste Person, die bisher in die Swiss Supply Chain Hall of Fame aufgenommen wurde. Was bedeutet Ihnen das?

Mir kommt eine grosse Ehre zu. Ich hoffe aber nicht, dass das den Abschluss meiner Karriere in der Logistik bedeutet (lacht). Wir haben noch einen langen Weg vor uns und wollen noch viele Innovationen umsetzen.

ANZEIGE

CHANCEN

«Lesen Sie in unserer Kundeninformation Check-Up (www.reichmuthco.ch), was es jetzt bei sich bietenden Chancen zu beachten gilt.»

Urs J. Beck
Leiter Niederlassung Zürich

PRIVATBANKIERS
REICHMUTH & CO
INTEGRALE VERMÖGENSVERWALTUNG

LUZERN | ZÜRICH | ST. GALLEN