

## Немецкие «дискаунтеры» завоевывают Швейцарию | Les "discounters" allemands à la conquête de la Suisse

Author: Ольга Юркина, [Санкт-Галлен](#) , 01.11.2011.

Специалисты Санкт-Галленского университета проследили, как поменялось отношение потребителей и конкурентов к магазинам низких цен Aldi и Lidl, прочно обосновавшихся на швейцарской территории.

|  
Les spécialistes de l'Université de Saint-Gall ont suivi l'évolution du comportement des Suisses envers les discounters d'origine allemande Aldi et Lidl.  
Les "discounters" allemands à la conquête de la Suisse

Когда 27 октября 2005 года немецкий дискаунтер Aldi открыл свои первые четыре филиала в Швейцарии, его шансы на успех оценивались местными экспертами как незначительные. Якобы слишком высокие требования у швейцарских потребителей и слишком привязаны они к уже существующим маркам. Шесть лет спустя достаточно взглянуть невооруженным взглядом на состояние рынка в Швейцарии, чтобы убедиться: дискаунтеры немецкого происхождения заняли на нем твердые позиции и сдавать их не собираются.

Профессора Центра исследований менеджмента торговых предприятий при Санкт-Галленском университете Максимилиан Вебер и Томас Рудольф решили выяснить, как сегодня относятся к магазинам низких цен швейцарские потребители, а также менеджеры по продажам. Исследователи опросили 400 прохожих в немецкой части Швейцарии и 200 менеджеров предприятий в сфере производства и розничной торговли и подтвердили, что Aldi и Lidl прижились на швейцарской территории и оказывают значительное влияние на рынок сбыта.

Более половины опрошенных менеджеров выразили уверенность, что в ближайшие два года деятельность немецких дискаунтеров приведет к значительным изменениям в сфере розничной торговли. Три года назад всего 31% специалистов допускали, что Aldi и Lidl повлияют на швейцарскую торговлю. Сегодня 36% менеджеров уверены, что магазины низких цен совершенно недооцениваются местными торговыми сетями: каждый третий опрошенный считает, что немецкие дискаунтеры представляют для них серьезную конкуренцию.

Если три года назад только 59% менеджеров по продажам соглашались с мнением, что деятельность Aldi и Lidl приведет к снижению товарооборота швейцарских торговых сетей, сегодня это очевидный факт для 71% опрошенных. 89% представителей торговой сферы отныне считаются и с растущей конкуренцией в области цен, оценивая ее как позитивную для швейцарского рынка.

Одновременно 89% менеджеров прогнозируют дальнейшее повышение давления на цены закупок у поставщиков в результате деятельности Aldi и Lidl. Впрочем, учитывая устоявшиеся привычки торговых сетей Coop и Migros, монополизировавших рынок сбыта, давить на цены, вряд ли можно списывать всю вину на немецкие дискаунтеры.

Руководители сферы промышленности и торговли усматривают и позитивное влияние Aldi и Lidl на швейцарский рынок: 36% опрошенных считают, что деятельность немецких магазинов повышает оборот сельского хозяйства и промышленной сферы.

82% менеджеров исходят из того, что чувствительность к ценам швейцарского потребителя обостряется в результате деятельности Aldi и Lidl. 73% утверждают, что, благодаря немецким дискаунтерам, среди местных покупателей распространяется привычка охотиться за выгодными сделками и акциями. Если три года назад всего 45% менеджеров считали магазины сниженных цен способными увести клиентов у местных торговых сетей, то теперь эта опасность представляется очевидной 63% опрошенных.

На вопрос, какими способами швейцарские торговые сети должны реагировать на растущий успех дискаунтеров, 76% менеджеров рекомендовали сделать ставку на повышение ассортимента товаров. Со снижением цен согласилось всего 26% опрошенных.

Интересно, что мнение представителей сфер производства и торговли существенно отличается от точки зрения швейцарских потребителей. Менеджеры переоценивают потребность швейцарцев в продуктах класса «премиум», продуктах с низким содержанием жира и бюджетных товарах. В то же время опрос показал, что в глазах швейцарских покупателей гораздо важнее ассортимент региональных продуктов и товаров с лейблами справедливой торговли. В остальном же швейцарские потребители гораздо более благожелательно смотрят на дискаунтеры, чем менеджеры.

К Aldi и Lidl, согласно опросу, швейцарцы относятся одинаково. Только в категориях соотношения цены и качества и расположения магазинов Aldi побеждает своего земляка.

27% покупателей признались, что как минимум раз в месяц делают покупки в дискаунтерах, однако их любимыми торговыми сетями остаются Migros и Coop. Оказалось, что продуктовые магазины низких цен швейцарцы предпочитают для одиночных закупок, решающим при выборе остается внушительная разница в ценах. Согласно опросу, рекламные акции немецких магазинов привели в дискаунтеры почти четверть покупателей исключительно «из любопытства». Неудобное расположение торговых точек и предположение, что сотрудники дискаунтеров плохо оплачиваются за свою работу, удерживают от посещения Aldi или Lidl 15%

потребителей.

Хотя магазины Migros и Coop расположены гораздо удобнее, предлагают более широкий ассортимент товаров и оформлены аппетитнее, это не мешает швейцарцам время от времени закупаться в дискаунтерах. Очевидно, одного удовлетворения продуктами не достаточно, чтобы раз и навсегда закрепить за собой покупателей: видимо, дело все-таки в ценах.

[Migros](#)

[Coop](#)

Статьи по теме

[«Дискаунтер» Denner завоевывает Швейцарию](#)

[Migros и Coop – самые любимые швейцарцами сети супермаркетов](#)

[Migros снизил цены на 275 наименований продуктов](#)

[Швейцарцы выбирают MIGROS](#)

[Швейцарцы доверяют Migros](#)

[Coop поможет биоразнообразию](#)

---

**Source URL:** <http://www.nashgazeta.ch/node/12470>