

So geht's der Luzerner Konkurrenz nach dem Reformhaus-Ende

Die Reformhaus-Kette Müller ist Geschichte. Ähnliche Bioläden und Drogerien setzen indes ganz auf individuelle Beratung.

Tobias Söldi und
Silvana Gugolz

Schlechte Nachrichten für Freunde von Naturkosmetik, Naturheilmittel und Lebensmitteln in Bio- oder Demeterqualität: Die Reformhaus-Kette Müller hat den Konkurs bekannt gegeben. 37 Filialen schliessen, darunter auch jene drei in Luzern und Emmen. Täglich hätten die Mitarbeitenden zu hören gekriegt, dass das Angebot zu teuer sei. Entsprechend sei die Nachfrage immer weiter zurückgegangen, hiess es von Seiten des Reformhauses.

Wie sieht es bei anderen, ähnlich ausgerichteten Läden in Luzern aus? Entmutigen lasse man sich nicht, sagt Gabriela Schlumpf, Geschäftsführerin der Luna Natur-Drogerie an der Pilatusstrasse in Luzern. «Jetzt erst recht, wir schauen vorwärts.» Aktuell würden vor allem Naturkosmetik und Naturheilmittel gut laufen, Lebensmittel etwas weniger. Ähnliches ist vom Bioladen Viktoria zu hören, einige hundert Meter weiter in Richtung Bahnhof. Der Umsatz sei in etwa gleich wie in früheren Jahren, so Inhaberin Yvonne Schibli. Gefragt seien vor allem Nahrungsmittelergänzungen wie Vitamine, Mineralstoffe und Aufbaumittel. «Die Leute sind bereit, etwas für ihre Gesundheit auszugeben.»

Erlebnis macht den Unterschied

Dafür ist die oft loyale Stammkundschaft bereit, zuweilen etwas tiefer in die Tasche zu grei-



Drogistin Daniela Kistler im Beratungsgespräch mit einer Kundin in der Luna Natur-Drogerie.

Bild: Manuela Jans-Koch (Luzern, 4. Januar 2023)

fen. Schliesslich bekämen sie dafür auch etwas, betonen alle Geschäfte: neben hoher Produktqualität auch eine «massgeschneiderte Beratung», wie Schlumpf von der Luna Natur-Drogerie sagt. Schibli vom Bioladen Viktoria findet: «Bei uns hat man Beratung und Qualität – das hat einfach seinen Preis.» Zu diesem gehört auch das Ein-

kaufserlebnis. Rebecca Egli, stellvertretende Geschäftsführerin der Nurnatur Würzenbach Drogerie an der Hirschmattstrasse, in der es neben Gesundheits- und Schönheitsprodukten auch Nahrungsmittel zu kaufen gibt, sagt: «Heutzutage fragt man sich: Wieso soll ich mehr zahlen, wenn ich dafür nicht ein spezielles Einkaufserlebnis

habe?» Ihre Kundinnen und Kunden könnten auch mal einen Tee trinken und schätzten, dass man sich Zeit für ihre individuellen Bedürfnisse nimmt. Die Konkurrenz durch die Grossverteiler, in denen man inzwischen auch ein grosses Sortiment an Bioprodukten findet, spüre man dabei weniger: «Der Kunde, der bei uns einen Tee kauft, ist nicht

derselbe, der in der Migros einen Tee kauft.»

Konkurrenz durch Onlineshops

Trotzdem: Dass sich immer mehr Leute online informieren und bestellen – nicht zuletzt seit der Coronapandemie –, das bekommen auch die befragten Geschäfte zu spüren. «Was uns

fehlt, ist die Kundenfrequenz», sagt Schibli vom Bioladen Viktoria. Homeoffice, Onlinehandel und fehlende Parkmöglichkeiten würden weniger Leute in die Läden und damit auch weniger Umsatz bringen. «Die Stadt ist nicht mehr interessant zum Einkaufen.»

Die Nurnatur Würzenbach Drogerie bietet ihre Produkte auch in einem Onlineshop an. Gemäss Egli ein Erfolgsrezept: «Dadurch konnten wir sehr viele Kunden dazugewinnen.» Für diese sei die Bestellung übers Internet praktisch – auch, weil es nicht zu Lasten einer kompetenten Beratung gehe. «Bei einer Onlinebestellung kann man uns anrufen und hat einen Drogisten oder eine Drogistin am Telefon.»

Zu wenig Platz für ein Lager

Doch nicht für alle ist ein Onlineshop eine Option. «Das wäre für uns nicht machbar», sagt Schibli vom Bioshop Viktoria, der wie die Luna Natur-Drogerie nur vor Ort verkauft. Für ein Lager fehle schlicht der Platz. Und, so Schibli: «Ich will unsere Arbeitsplätze erhalten. Mit einem Onlineshop bräuchte es nur die Hälfte der Leute.»

Hinter dem Verzicht auf Onlineshops steckt für die beiden aber noch eine grundsätzlichere, gesellschaftliche Frage: «Brauchen und wollen wir kleine Läden in der Stadt?», fragt Schlumpf. Und auch Schibli meint: «Die Leute müssen sich überlegen, ob sie nur noch Grossverteiler und Onlineshops wollen.»