



SonntagsZeitung
8021 Zürich
044/ 248 40 40
www.sonntagszeitung.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 168'662
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 284.005
Abo-Nr.: 3001556
Seite: 74
Fläche: 29'072 mm²

Wenn der Postmann nicht mehr klingelt

Nicht nur Volvos neuer XC60 wird künftig als Postfach dienen können

Chinesische Investoren, neue Modellpalette, digitale Möglichkeiten: Man könnte Volvo als Musterkneben des Wandels der Automobilindustrie sehen. Seit der Trennung von Ford und der Übernahme durch den chinesischen Autobauer Geely erfindet sich die Marke neu und geht eigene Wege, die beispielsweise nur noch an die Motorshows von Detroit und Genf führen. Mit der Neuaufgabe des Erfolgsmodells XC60, eines mittelgrossen SUV im Stil der zuletzt lancierten XC90 und S90/V90, geht die Erneuerung des Portfolios in Genf den dritten Schritt – mit Motoren zwischen 190 und 320 PS und einem 407 PS starken Plug-in-Hybriden.

Vor allem aber rüttelt Volvo an einem Tabu: An fremden Autos den Kofferraum öffnen – das ging bisher gar nicht, weil das eigene Auto als eines jeden Burg gilt. Nach Pilotprojekten in Schweden und Norwegen lanciert Volvo in Zusammenarbeit mit der Migros-Onlineabteilung **Le Shop** und der Post nun auch in der Schweiz ein Liefersystem für Einkäufe. Bestellt wird online, aber statt die Einkaufssäcke an die Haustür geliefert zu bekommen oder sie an einem der rund 50 Abholpunkte selbst zu holen, stellt der Pöstler sie einfach in den Kofferraum. Über eine spezielle App kann er

das Fahrzeug lokalisieren, auf Knopfdruck den Kofferraum entriegeln, die Taschen hineinstellen und wieder abschliessen.

Frischmilch kommt in speziellen Behältnissen in den Kofferraum

Technisch darauf vorbereitet sind die meisten seit 2012 ausgelieferten Volvos mit dem On-Call-Concierge-Service, der in der Schweiz seit 2014 angeboten wird. Die Daten werden auf Volvo-eigenen Servern verwaltet und nicht weitergegeben. Zudem bleibt dem Zusteller nur ein definiertes Zeitfenster, in dem Ortung und Fahrzeugzugang möglich sind. Nach Ablauf der Zeit oder dem Verschliessen des Fahrzeugs sind ihm weder Ortung noch Türöffnung mehr möglich.

Dominique Locher, CEO von **Le Shop**, sieht in solchen Services die

Zukunft des Detailhandels. Noch mache das Le-Shop-Geschäft mit 182 Millionen Franken Umsatz nur einen Bruchteil des 28 Milliarden Franken betragenden Migros-Umsatzes aus. «Aber wir wachsen jährlich um rund 5 Prozent – in einem insgesamt sinkenden Detailhandelsmarkt», sagt Locher. Wer früh in digitale Services investiere, habe einen Vorteil, der von klassischen Laden-basierten Anbietern kaum noch aufgeholt werden könne.

Bleibt nur das Problem der Frischmilch an einem heissen Sommertag, die im Kofferraum vor sich hin säuern könnte. Sie wird – wie Tiefkühlkost – in speziellen Behältnissen ausgeliefert. «Wir müssen die gleiche Kühlkette wie beim Ladenverkauf bieten», sagt Locher. «Sonst müssten wir solchen Service gar nicht erst starten.» A. Faust

Volvo XC60: Neuaufgabe des Erfolgsmodells

