

GfK-Studie «Auslandeinkäufe» 2012: Studienergebnisse und politische Forderungen der IG DHS

Stand: 2. Juli 2013

Die Eurokrise und die damit in Zusammenhang stehende Stärke des Schweizer Frankens hat in den letzten zwei Jahren zu einer markanten Zunahme der Einkäufe der Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten im grenznahen Ausland geführt. Umfassende Daten zur Höhe des Kaufkraftabflusses fehlten bislang. In den Medien wurden verschiedene Schätzungen unterschiedlicher Quellen¹ zum Volumen der Auslandeinkäufe genannt: Eine klare Definition, was unter Auslandeinkäufen verstanden wird und wie diese erhoben werden, fehlte aber bislang.

Nun klärt die GfK-Studie «Auslandeinkäufe 2012» die Begrifflichkeiten rund um die Auslandeinkäufe. Sie zeigt auf, welche und wie viele Güter Konsumentinnen und Konsumenten tatsächlich im Ausland erwerben. Die Studie schafft Transparenz und Klarheit. Damit liefert die Interessengemeinschaft Detailhandel Schweiz (IG DHS) erstmals eine fachlich fundierte Diskussionsgrundlage zum Phänomen der Auslandseinkäufe.

Die Ergebnisse der Studie

Die GfK-Studie zeigt, dass sich das Gesamtvolumen der Auslandeinkäufe 2012 auf rund 9 Milliarden Franken beläuft:

- 4,5 Milliarden Franken wurden 2012 beim gezielten Einkauf von Food und Non Food-Artikel ausserhalb der Schweiz ausgegeben. Zählt man die mindestens 600 Millionen Franken dazu, die in ausländische Online-Shops flossen, ergibt das eine Gesamtsumme von 5,1 Milliarden Franken für die gezielten Einkäufe im grenznahen Ausland. Das sind rund 5 Prozent des gesamten Detailhandelsumsatzes Schweiz.
- 8,9 Milliarden Franken Auslandeinkäufe ergeben sich, wenn man zusätzlich die spontanen Ausgaben während Ferien- und Geschäftsreisen in der Höhe von 3,8 Milliarden Franken dazurechnet.

¹ Die IG DHS schätzte im Jahr 2012 das Volumen der Auslandeinkäufe auf rund 6 bis 8 Mrd. Schweizer Franken.

- Den Grossteil, nämlich 2,6 Milliarden Franken oder 31 Prozent, gaben die Schweizerinnen und Schweizer im Ausland für Bekleidung und Schuhe aus, gefolgt von Lebensmitteln (1,95 Milliarden) und Near-Food-Artikeln wie Körperpflege- und Hygieneprodukte sowie Tiernahrung (1,05 Milliarden) und Wohnungseinrichtungsartikeln (660 Millionen).
- Am häufigsten kaufen die Tessinerinnen und Tessiner im Ausland ein – 41 Prozent von ihnen kaufen während eines Monats gezielt in Italien oder anderen Ländern ein. In den übrigen Grenzregionen der Schweiz liegt dieser Wert mit 31 Prozent etwas tiefer.
- Als Hauptgrund für Auslandeinkäufe führen die befragten Konsumentinnen und Konsumenten die Preise an (tiefere Preise, Wechselkursvorteile, günstigere Markenprodukte und Mehrwertsteuerrückerstattung). Aber auch eine bessere Erreichbarkeit (attraktivere Ladenöffnungszeiten; genügend Parkplätze) und eine grössere Produktauswahl im Ausland spielen eine wichtige Rolle.

Fazit

Im Zuge der Frankenstärke haben sich die Rahmenbedingungen für den Schweizer Detailhandel in den vergangenen Jahren erheblich verschlechtert. In den Grenzgebieten wird der Wettbewerb derzeit mit ungleich langen Spiessen geführt. Auf diese Weise werden die grossen Anstrengungen des Schweizer Detailhandels zur Steigerung der Produktivität neutralisiert. Damit der Schweizer Detailhandel seine volkswirtschaftliche Bedeutung auch in Zukunft aufrecht erhalten kann – er beschäftigt rund 350'000 Menschen, stellt jeden zwölften Arbeitsplatz in der Schweiz und trägt acht Prozent zur gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfung bei – ist er darauf angewiesen, dass sich die Rahmenbedingungen für den Detailhandel nicht weiter verschlechtern.

Heute sind die Nachteile auf Schweizer Seite ebenso zahlreich wie offenkundig: Restriktive Ladenöffnungszeiten, Behinderungen und hohe Auflagen beim Bau von Parkplätzen, missbräuchliche Preisdifferenzierungen durch ausländische Anbieter oder die Behinderung von Parallelimporten. Weitere, drohende Regulierungseingriffe (Litteringabgaben, Pfandgebühren oder eine Verwertungspflicht für Lebensmittelabfälle) bergen die Gefahr, den Schweizer Detailhandel gegenüber dem Ausland zusätzlich zu benachteiligen. Hier sollen Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit gemeinsam dafür sorgen, dass diejenigen Rahmenbedingungen, die beeinflusst werden können, so gestaltet werden, dass sie für die Schweizer Detailhändler keinen Konkurrenznachteil im Wettkampf mit den ausländischen Detailhandelsunternehmen darstellen.

Politische Forderungen

Die IG DHS setzt sich dafür ein, dass bestehende Markt-Regulierungen abgebaut werden und keine neuen hinzukommen. Sie fordert dort «gleich lange Spiesse» mit dem grenznahen Ausland. Insbesondere sieht die IG DHS in folgenden Bereichen Handlungsbedarf:

1.) Preistreibende Importbarrieren abbauen: Der Schweizer Detailhandel hat die Währungsgewinne, die durch den starken Franken möglich wurden, den Konsumentinnen und Konsumenten weitergegeben. Dies konstatiert der Preisüberwacher in seinem Bericht «Frankenstärke und Preise» vom September 2012. Dennoch bleiben teilweise hohe Preisdifferenzen bestehen. Diese gründen nebst der Frankenstärke in Handelshemmnissen, die den Warenverkehr zwischen Schweizer Detailhändlern und ausländischen Herstellern beeinträchtigen, den Wettbewerb behindern und damit marktgerechte Preise verhindern.

Aus Sicht der IG DHS muss die Öffnung der Agrar- und Lebensmittelmärkte gegenüber der EU weiter gehen. Zölle müssen gegenseitig reduziert und nichttarifäre Handelshemmnisse abgebaut werden. Dies fördert die Wettbewerbsfähigkeit, steigert die Produktivität und führt schlussendlich zu tieferen Preisen für die Konsumentinnen und Konsumenten. Die IG DHS lehnt weitere kosten- und preistreibende Abgaben ab (z.B. Litteringgebühren, Pfandgebühren auf Getränkepackungen etc.).

a) Konsequente Durchsetzung des bestehenden Kartellrechts: Die IG DHS anerkennt die Probleme in Sachen Must-in-Stock-Produkten als auch für Produkte, die Lock-in-Situationen schaffen. Auch in offenen Märkten gibt es Situationen, in denen der Interbrand-Wettbewerb nicht spielt. Bei missbräuchlichen Fällen ist die WEKO aufgefordert, gezielt dagegen vorzugehen. Die IG DHS ist daran interessiert, dass in der Schweiz ein liberales, aber griffiges Kartellgesetz besteht und durch die Wettbewerbskommission durchgesetzt wird – im Speziellen was Unternehmen anbelangt, welche ungerechtfertigt in der Schweiz höhere Preise durchzusetzen versuchen und so die höhere Kaufkraft der Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten abschöpfen.

b) Parallelimporte – Umsetzungshürden abbauen: Wenn parallelimportierte Produkte umetikettiert oder umgepackt werden müssten, verfällt der Preisvorteil aufgrund des zusätzlichen Aufwands. Parallelimporte machen derzeit nur aus den wenigen Ländern Sinn, welche ähnliche oder gleiche Vorschriften hinsichtlich Warnhinweise, der Sprache von Produktbeschriftungen etc. haben. Die IG DHS setzt sich für weitere sinnvolle Liberalisierungsschritte ein. Für sie ist klar: Selbst punktuelle Parallelimporte haben eine positive Wirkung auf das Preisniveau in der Schweiz, da sie einen Hinweis auf das tatsächliche Preisniveau geben.

c) Cassis de Dijon – Marktabschottung verhindern: Die IG DHS steht weiterhin zum Cassis-de-Dijon-Prinzip und erachtet es als eine wichtige Massnahme zur Förderung des Wettbewerbs und eines vielfältigen Angebots in der Schweiz. Es bringt für die Unternehmen im begrenzten Umfang die Freiheit, dort einzukaufen, wo es für diese am günstigsten ist und entspricht dem Prinzip einer richtig verstandenen Wirtschaftsfreiheit. Seine Inkraftsetzung auf den 1. Juli 2010 stellt in Kombination mit der Zulassung von Parallelimporten eine wirksame Massnahme im Kampf gegen überhöhte Preise dar.

2.) Revision Lebensmittelrecht – keine neuen Regulierungen: Das Lebensmittelgesetz ist für den Detailhandel von grosser Bedeutung für seine tägliche Arbeit im Interesse der Konsumenten. Die IG DHS befürwortet die Angleichung des schweizerischen Lebensmittelrechtes an die Bestimmungen der EU, wo dies aufgrund internationaler Handelsbeziehungen notwendig ist. Die laufende Revision schafft die Voraussetzungen um den Handel mit Lebensmitteln zwischen der Schweiz und der EU in beide Richtungen ohne unnötige Handelshemmnisse sicherzustellen.

Von der EU abweichende Deklarationsvorschriften - wie etwa die im Parlament diskutierte Herkunftsdeklaration von Rohstoffen - wirken als technische Handelshemmnisse und deshalb preistreibend. Dies ist aus Sicht der IG DHS im heutigen Marktumfeld mit dem hohen Anteil an Auslandeinkäufen kritisch zu hinterfragen.

3) Alkoholgesetz – keine Alkohol-Mindestpreise: Die IG DHS ist sich der Verantwortung bewusst, die mit dem Verkauf von alkoholischen Getränken einhergeht. Die Mitglieder der IG DHS schulen ihr Personal regelmässig bezüglich der Anforderungen des Jugendschutzes und überprüfen die Umsetzung.

Die IG DHS spricht sich gegen die Einführung eines alkoholgehaltabhängigen Mindestpreises für den Verkauf von Alkohol aus. Da entsprechende Mindestpreise in den umliegenden Ländern fehlen, würde die Schweiz mit dieser Massnahme eine Insellösung schaffen und eine Problemverlagerung bewirken. In Bezug auf den Jugendschutz – mit welchem der Ständerat die Mindestpreise begründet – ist diese Massnahme nur bedingt geeignet, da sie alle Konsumenten trifft, nicht nur Jugendliche und junge Erwachsene.

4.) Massvoll liberalisierte Ladenöffnungszeiten: Die IG DHS fordert massvoll harmonisierte Ladenöffnungszeiten zwischen den Kantonen und gegenüber dem Ausland, ohne dass damit die Arbeitsbedingungen verschlechtert oder das Arbeitsgesetz tangiert werden. Sie distanziert sich von Forderungen in Richtung einer 24-Stunden-Shopping-Gesellschaft. Mit der Forderung nach schweizweit einheitlichen minimalen Rahmenbedingungen entspricht die Motion Lombardi den Anliegen der IG DHS von teilharmonisierten Ladenöffnungszeiten: Die La-

denbetreiber sollen ihre Öffnungszeiten von Montag bis Freitag zwischen 07.00 und 20.00 Uhr und an Samstagen von 07.00 bis 19.00 Uhr selbst definieren können. Die übrigen aktuellen politischen Vorstösse fördern weitere Wettbewerbsverzerrungen, fordern eine Änderung des Arbeitsgesetzes und stellen keinen gangbaren Weg für die IG DHS dar.

5.) Standortfaktoren – Anliegen des Detailhandels berücksichtigen:

a) Raumplanung: Die IG DHS fordert in der Raumplanung eine sogenannte Positivplanung. Diese ist ein wirksames Instrument, um die unterschiedlichen Ansprüche in Zusammenhang mit der Raumnutzung und eine nachhaltige Raum- und Verkehrsplanung sowie einen effizienten Umweltschutz zu erfüllen.

b) Parkplätze: Die IG DHS lehnt Restriktionen bei Parkplätzen und verkehrslenkende Massnahmen bei verkehrsintensiven Einrichtungen ab. Sie engagiert sich stattdessen für eine vorausschauende, ganzheitliche Betrachtung in der Verkehrs-, Raumplanungs- und Umweltpolitik, die alle Verkehrsarten einschliesst. Werden Siedlungs- und Verkehrsplanung frühzeitig aufeinander abgestimmt, lässt sich die Belastung von Infrastruktur und Umwelt effizient und nachhaltig verringern.