

Aldis Preishammer

Laut einer neuen Erhebung sind Konsumwaren in der Schweiz rund **doppelt so teuer** wie in Deutschland

Ein breiter Güterkorb kostet bei Billiganbietern in der Schweiz rund doppelt so viel wie in Deutschland. Dies zeigt eine neue Erhebung der Universität Freiburg. Der Freiburger Finanzprofessor Reiner Eichenberger erklärt, wo es in der Schweiz klemmt.

INTERVIEW:
HANSUELI SCHÖCHLI

«BUND»: Sie haben festgestellt, dass Migros und Carrefour für einen breiten Korb von 177 Gütern im Schnitt fast zwei bis sogar zweieinhalbmal so teuer sind wie Aldi in Deutschland. Beispiele?

REINER EICHENBERGER: Wir haben die Preise Ende 2003 erhoben. Die Preise sind heute leicht anders. Aldi hat seine Preise sogar noch gesenkt, auch Migros ist mit den Preisen runter. Deshalb verzichten wir darauf, Einzelpreise zu publizieren. Aber das Gesamtbild hat sich seither nicht verändert.

Laut Ihren Erhebungen sind die Preisunterschiede innerhalb der Schweiz enorm hoch. Viel höher als in Deutschland?

Das ist eindeutig unser Eindruck. Es ist oft so, dass bei Aldi und Lidl die Preise auf den Cent genau identisch sind. In der Schweiz kann man nicht sagen, dass Carrefour oder Migros oder Denner immer der billigste ist. Zudem gibt es in der Schweiz im Gegensatz zu Deutschland sehr viele Aktionen. Wir haben im Vergleich auch die Aktionspreise drin, die an den zwei Tagen unserer Erhebung galten.

Um Einwänden über Qualitätsunterschiede zu entgehen, verglichen Sie auch Produktkörbe mit Markenartikeln miteinander. Doch waren dies wirklich die genau gleichen Produkte?

Ja. Es konnte höchstens vorkommen, dass sie unterschiedlich abgepackt waren. Bei gewissen Fällen kann der Produzent vielleicht darauf verweisen, dass im deutschen Produkt drei Vitamine weniger enthalten seien. Das ist eine typische Art von Produktdifferenzierung, um den Re-Import zu erschweren.

Wo liegt denn der Hauptgrund für die eklatanten Preisdifferenzen?

Der Hauptpunkt ist, dass die Schweizer im Durchschnitt reicher sind als die Deutschen, und die Kaufbereitschaft damit grösser ist. Das führt bei abgeschottetem Markt dazu, dass die Produzenten höhere Preise durchsetzen können.

Sind die Produkte hier nicht auch darum teurer, weil die Bauern bessere Preise bekommen?

Auf keinen Fall. Erstens sind bei Landwirtschaftsprodukten die Preisunterschiede nicht grösser als bei anderen Gütern, wie etwa Kosmetika. Zweitens handelt es sich beim untersuchten Warenkorb fast ausschliesslich um hochverarbeitete Produkte. Preisdifferenzen bei Nudeln, Schokolade, Schinken etc. haben praktisch nichts mehr zu tun mit den Preisdifferenzen der zugrunde liegenden Lebensmittel.

Schweizer Anbieter verweisen gerne auf höhere Lohn-, Boden- und Mietpreise.

Wir selbst haben das nicht systematisch analysiert. Andere Analysen kamen aber zum Schluss, dass diese Faktoren nur einen geringen Teil der Unterschiede erklären. Die



Volle Einkaufstaschen und trotzdem kein leeres Portemonnaie: Das verspricht der deutsche Discounter Aldi.

KEY

Lohnkosten in Deutschland entsprechen etwa den schweizerischen: Die ausbezahlten Löhne sind zwar tiefer, aber die Lohnnebenkosten sind höher. Die Bodenpreise sind in Deutschland tatsächlich tiefer, dafür sind die Zinsen in der Schweiz wesentlich tiefer. Bezeichnend ist auch, dass die Schweizer Markenprodukte, bei denen theoretisch der grösste Teil der Wertschöpfung hierzulande stattfindet, in Deutschland deutlich billiger sind.

Wie stark kann die Kleinheit des Schweizer Marktes, welche den Verteilern das Geschäft verteuert, Preisdifferenzen erklären?

Das ist sicher ein Argument. Das würde aber einfach dafür sprechen, dass sich die Schweiz öffnet und an einen grossen Markt anschliessen muss. Es zeigt die hohen Kosten der Marktabschottung.

Schweizer Detailhändler klagen gerne über den harten Wettbewerb. Ist die Wettbewerbsintensität in Deutschland denn so viel grösser?

Ja, es deutet alles darauf hin. Schauen Sie, wie etwa Aldi und Lidl aufeinander losgehen. Es gibt mehrere grosse Ketten, die eine aggressive Tiefpreisstrategie fahren.

Die Migros weist für 2003 einen Umsatz von 20 Milliarden Franken

und einen Reingewinn von 372 Millionen aus, lediglich 1,9 Umsatzprozente. Deutet das nicht auf einen harten Wettbewerb?

Die Migros kauft zum Teil wesentlich teurer ein als Aldi. Höhere Margen holt nicht in erster Linie die Migros, sondern der Importeur und der – meist ausländische – Produzent. Migros und Coop sind zwar gross in der Schweiz, aber bei Preisverhandlungen mit internationalen Lieferanten viel kleiner als Aldi. Zudem gilt: So weit es in der Schweiz trotzdem noch höhere Bruttomargen gibt, führt dies zu einem starken Wettbewerb um die Kunden. Das bedeutet aufwändig ausgestaltete Geschäfte und grössere Werbeaktionen im Vergleich zu dem, was Aldi in Deutschland macht. Geschützte Preise heisst nicht unbedingt höhere Gewinne, sondern höhere Kosten.

Was versprechen Sie sich vom Eintritt Aldis in den Schweizer Markt?

Bei Carrefour war man enttäuscht. Sie sind schnell auf die Strategie eingefahren, nur leicht unter die Schweizer Preise zu gehen und Markenprodukte zu liefern. Carrefour hatte grosse Schwierigkeiten, französische Produkte in die Schweiz zu bringen. Vielleicht wurde das durch Regulierungen erschwert. Es kam

aber auch vor, dass die französischen Lieferanten für die Schweiz höhere Preise wollten. Grundsätzlich ist es für einen neuen Marktanbieter nicht unbedingt eine gute Strategie, einen Preiskrieg vom Zaun zu brechen. Besser ist es, nur leicht unter die Konkurrenzpreise zu gehen, so dass die Grossen nicht zu fest gereizt werden. Doch bei Aldi besteht Hoffnung. Aldi hat eine viel aggressivere Preisstrategie als Carrefour in Frankreich. Viel wird davon abhängen, ob Aldi seine Produkte wirklich in die Schweiz bringen kann.

Was sollte die Wettbewerbspolitik tun, um die Preise herunter zu bringen?

Zunächst sollte die Freigrenze beim Produktimport von Privaten im Grenzverkehr weiter erhöht werden. Die Erhöhung von 100 auf 300 Franken war nur ein erster Schritt in die richtige Richtung.

Betrifft dies nicht nur ein relativ kleines Gebiet in Grenznähe, während Läden in Bern oder Freiburg weiter Distanzschutz geniessen?

Ja, aber die Freiburger profitieren mit, wenn die Rafzer in Deutschland einkaufen und auch die Zürcher damit beginnen. Dann muss die Migros zumindest in



Reiner Eichenberger. ZVG

Zürich mit den Preisen herunter. Aber ich sage nicht, dass dies alle Probleme lösen wird.

Anzusetzen ist auch im Landwirtschaftsbereich. Das grosse Hemmnis dort sind nicht die Preisunterschiede als solche. Sondern, dass Läden wie Aldi und Carrefour grosse Probleme haben, in der Schweiz ihre deutschen Lieferanten zu benutzen. Für viele Güter, die Landwirtschaftsprodukte enthalten, müssen ausländische Anbieter in der Schweiz neue Einkaufskanäle aufbauen. Doch diese sind zum Teil verstopft mit Migros und Coop. Im Übrigen müsste es für Neuanbieter auch leichter möglich sein, Land zu bekommen. Wenn neuen Einkaufszentren überall Steine in den Weg gelegt werden, ist das ein sehr wirksamer Marktschutz.

Dauerbrenner Preisinsel

Das Thema Preisinsel Schweiz ist ein Dauerbrenner. Der neuste Preisvergleich im Detailhandel, den der Freiburger Finanzwissenschaftler Reiner Eichenberger sowie Ingrid Vock in der «Weltwoche» publizierten, überrascht aber durch das Ausmass der festgestellten Preisunterschiede zwischen Billiganbietern in Deutschland und der Schweiz.

Ein breiter Warenkorb mit 177 Gütern des täglichen Bedarfs kostet demnach bei Migros und Carrefour im Schnitt zweieinhalb mal so viel wie bei Aldi in Deutschland. In einer zweiten Betrachtungsart – Güterkorb gewichtet wie im Lan-

desindex der Konsumentenpreise – sind die Waren in der Schweiz immer noch fast doppelt so teuer wie in Deutschland. Ein dritter Preisvergleich zweier Warenkörbe mit je 91 identischen Markenartikeln zeigte, dass die Schweiz satte 84 Prozent teurer ist als Deutschland.

Wegen der häufigen Klagen über die Preisinsel Schweiz hat die Migros dieses Frühjahr selbst eine Studie publiziert, basierend auf Daten ihrer Läden in Basel und ihrer drei Filialen in Deutschland. Dieses Papier verweist darauf, dass laut dem europäischen Statistikbüro Eurostat im Jahr 2001 die Nahrungsmittel in der Schweiz im

Schnitt 45 Prozent teurer waren als in Deutschland. Laut der Migros-internen Berechnung ist diese Differenz je etwa zu rund einem Drittel auf teurere Rohstoffe aus der Landwirtschaft, auf höhere Kosten im Detailhandel (Löhne, Logistik, Qualitätssicherung) sowie auf höhere Verarbeitungs- und Veredelungskosten zurückzuführen.

Auch die Detailhandelsmargen sind in der Schweiz höher, wie das Papier einräumt: im Schnitt 26,2 Prozent des Einstandspreises, gegenüber 23,4 Prozent in Deutschland. Angesichts der tieferen Einstandspreise in Deutschland ist die Margendifferenz in absoluten

Zahlen noch grösser. Zudem weisen Discounter wie Aldi und Lidl laut dem Migros-Papier tiefere Margen auf als die Migros-Filialen in Deutschland.

Dass die breite Freiburger Erhebung noch deutlich höhere Preisdifferenzen zeigt als der Eurostat-Datenkranz, könnte mit Unterschieden in der Auswahl der Warenkörbe und der Anbieter, mit anderen Umrechnungskursen oder mit dem Anwachsen der Schweizer Preisinsel seit 2001 zu erklären sein. Klar scheint eines: Das Schweizer Preisproblem ist in den letzten Jahren nicht kleiner geworden.

Hansueli Schöchli