

Augenreiben kostet nichts

Billig kann jeder – aber muss der Schweizer Detailhandel gleich 150 Prozent teurer sein als der deutsche? Von Reiner Eichenberger und Ingrid Vock

Im Detailhandel reden alle vom Preiskrieg. Doch vorläufig bleibt die Schweiz eher ein Preisplanet als eine Preisinsel – derart abgehoben sind die Preise. Nach den bisher publizierten Studien liegen sie in der Schweiz je nach Güterkorb, Branche und Handelsstufe um 20 bis 60 Prozent über den deutschen und europäischen Preisen. Doch leider sind die Preisunterschiede gerade dort noch viel grösser, wo es die ärmeren Konsumenten besonders trifft: bei den grossen Detailhandelsketten.

Unser Preisvergleich zwischen den preiswertesten Anbietern in der Schweiz und in Deutschland für mehr als 270 Güter des täglichen Bedarfs finden mittlere Preisunterschiede von 66 bis 150 Prozent. Die Preisdifferenzen sind nicht nur bei Lebensmitteln, sondern auch im Non-food-Bereich und bei Markenprodukten riesig. Offensichtlich sind sie eine Folge der schweizerischen Marktstrukturen und nicht nur der hohen Landwirtschaftspreise.

Gut und trotzdem günstig

Der erste Vergleich basiert auf einem breiten Korb von 177 Produktarten des täglichen Bedarfs, die in Deutschland bei Aldi und in der Schweiz bei Migros und Carrefour gekauft werden können. Der Güterkorb umfasst 140 frische und verarbeitete Nahrungsmittel sowie alkoholfreie Getränke aus allen wichtigen Bereichen, 13 Produkte für die Haushaltsführung (Wasch- und Putzmittel), 18 Körperpflege- und Toilettenartikel und 6 Arten Tiernahrung. Verglichen werden jeweils die billigsten Produkte pro Produktart und Ladenkette, also beispielsweise die billigsten Hörnli, Erdbeerkonfitüren, Papiertaschentücher und Weichspüler, wobei auch Aktionspreise berücksichtigt werden. Die Preise wurden Ende 2003 in Freiburg (Schweiz), Freiburg im Breisgau und Lörrach erhoben.

Es soll hier nicht darum gehen, die genannten Grossanbieter anzuklagen. Schliesslich sind sie die am wenigsten teuren, würden also eher Lob verdienen. Schweizer Anbieter werden auch nicht untereinander verglichen, und es wird darauf verzichtet, einzelne Produkte und Produzenten herauszugreifen.

Die Preise lassen sich auf zwei Arten vergleichen: Mittels der durchschnittlichen Preisunterschiede sowie mittels Analyse, wie viel ein Schweizerischer Güterkorb in Deutschland kostet.

Zu den Preisunterschieden: Migros und Carrefour sind im Schnitt 150 Prozent teurer als Aldi. Das heisst: In der Schweiz kosten die 177 Güter das Zweieinhalbfache des deutschen Preises. Dieser unglaubliche Unterschied spiegelt nicht nur das Preisgefälle zwischen der Schweiz und dem Ausland. Er ist auch eine Folge der grossen inner-schweizerischen Preisdifferenzen: Die Konsumenten können viel sparen, wenn sie jedes Produkt da einkaufen, wo es gerade am billigsten ist, wenn sie also nach den günstigsten Grundpreisen und Aktionen jagen. Der Preisunterschied sinkt so auf durchschnittliche 112 Prozent; es bedingt aber einen grossen Suchaufwand.

Trotz des Schnäppchenjagens bleiben in der Schweiz 75 Produkte mehr als doppelt, 26 mehr als dreimal und 11 mehr als viermal so teuer wie in Deutschland. Nur 18 sind billiger. Dagegen könnte eingewendet werden, die Schweizer Preise seien seit der Preiserhebung Ende letzten Jahres ja gesunken. Das trifft allerdings ebenso für die deutschen Preise zu. Beispielsweise kosten bei Aldi gemäss Internetinformation 450 g Fischstäbchen neu noch – umgerechnet – 2.00 Franken statt 2.19, 450 g Rahmspinat noch 54 statt 60 Rappen und 1,5 Liter Mineralwasser noch 29 statt 39 Rappen.

Zum Schweizer Güterkorb in Deutschland. Für Konsumenten besonders interessant ist, wie viel sie sparen würden, wenn sie zu deutschen Preisen einkaufen könnten. Da die Preisunterschiede bei teureren Produkten kleiner sind und die 177 Güter in einem normalen Haushaltsbudget unterschiedlich wichtig sind, kann diese Frage nicht einfach anhand der durchschnittlichen Preisunterschiede beantwortet werden. Aber auch die in anderen Studien verwendete Summierung der Preise unterschätzt die Preisunterschiede, weil so die teuren, aber selten gekauften Artikel stark übergewichtet werden. Deshalb gilt es, aufwendig auszurechnen, was der normale Güterkorb eines Schweizer Haushaltes in Deutschland kostet.

Ausgehend von den Gesamtausgaben eines Schweizer Haushaltes und der Gewichtung der einzelnen Kategorien im repräsentativen Güterkorb des Landesindex der Konsumentenpreise haben wir berechnet, welche Mengen der einzelnen Produkte ein Haushalt in der Schweiz kaufen könnte und was dieser Warenkorb in Deutschland kosten würde. Auch der so berech-



Wenn weniger mehr ist, dann beim Bezahlen: In den

nete Wert liegt weit über den aus anderen Studien bekannten Ergebnissen: Ein Schweizer Güterkorb kostet in der Schweiz 91 Prozent mehr als in Deutschland und 66 Prozent mehr, wenn – wiederum unter grossem Suchaufwand – konsequent die jeweils billigsten Angebote gekauft werden.

Gegen die bisherigen Preisvergleiche kann eingewendet werden, die Qualität der deutschen und Schweizer Produkte sei nicht identisch. Unser zweiter Vergleich zielt deshalb auf Markenprodukte, da diese in beiden Ländern von gleicher Qualität sind. Weil Aldi keine Markenprodukte führt, wurden dazu die Preise der

Trotz Schnäppchenjagd bleiben in der Schweiz 75 Produkte mehr als doppelt und 11 mehr als viermal so teuer.

deutschen Detailhandelsketten Lidl und Penny mit jenen von Migros, Carrefour und Denner verglichen. Insgesamt haben wir 91 Markenprodukte gefunden, die jeweils wenigstens in einer der Handelsketten je Land im Angebot waren. Dabei sind die schweizerischen Mittelpreise im Durchschnitt 84 Prozent höher als die deut-



deutschen Supermärkten kommen sich Schweizer vor wie im Preisparadies.

schen. Der Preiszuschlag beträgt noch 72 Prozent, wenn jedes Produkt am günstigsten Ort gekauft wird.

Erzwungene Preisdisziplin

Qualitätsunterschiede können also höchstens einen kleinen Teil der Preisdifferenzen erklären. Auch Kostenunterschiede liefern keine vollständige Begründung. Zum einen sind die Lohn- und Mietpreisunterschiede kleiner als die Preisunterschiede. Zum anderen sind manche Kosten, insbesondere die Kapital- und die Lohnnebenkosten, in der Schweiz tiefer als in Deutschland. Eine weitere nahe liegende Erklärung wären die hohen Schweizer Landwirtschaftspreise. Dagegen spricht aber erstens, dass die meisten der betrachteten Lebensmittel stark verarbeitet sind, so dass die Kosten für die Basisprodukte ab Hof nur einen kleinen Teil der Wertschöpfung ausmachen. Zweitens sind die Preisunterschiede bei den Produkten für Körperpflege und Haushalt grösser als bei Nahrungsmitteln. Das gilt sowohl für No-Name als auch für Markenprodukte. Die Landwirtschaftspolitik wirkt jedoch auch indirekt preistreibend: Beispielsweise erschwert sie auslän-

dischen Billiganbietern den Einstieg in den Schweizer Markt massiv, weil diese hier nicht ihre angestammten Beschaffungskanäle verwenden können, sondern eine Einkaufsorganisation extra für den Schweizer Markt aufbauen müssen. Damit erhöht die Landwirtschaftspolitik die Preise für die Konsumenten, ohne den Bauern viel zu nützen.

Dazu kommen weitere Faktoren. Ein wesentlicher Teil der Kostenunterschiede erklärt sich durch die unterschiedliche Wettbewerbsintensität und die damit zusammenhängenden Preissetzungsspielräume der Produzenten, Importeure und auch Detailhändler. Weil weder unter den Detailhandelsketten noch unter den Produzenten und Importeuren eine vollständige Konkurrenz herrscht, gelingt es ihnen, die Schweizer Preise weit über den EU-Preisen anzusetzen und so einen grossen Teil der Schweizer Kaufkraft abzuschöpfen. Dabei spielen formelle Parallelimportverbote nur in wenigen Bereichen die Hauptrolle. Zumeist dürften informelle Mechanismen zur Aufrechterhaltung der «Preisdisziplin» wichtiger sein. Doch leider ist über die dazu von den Produzenten, Generalimporteuren und Mitbewerbern verwen-

ten Methoden – angedrohte und durchgeführte Lieferboykotts, «ungewollte» Lieferschwierigkeiten, angedrohte Preiskriege, Sanktionierung der ausländischen Lieferanten von parallel importierter Ware, Entzug von Marketingunterstützung und Sonderkonditionen für Preisaktionen sowie ernste Gespräche – erstaunlich wenig Konkretes bekannt.

Der Wettbewerb verlagert sich vom Preiswettkampf zu Werbe- und Marketingrennen.

Da letztlich fast alle Marktteilnehmer auf der Angebotsseite von den Preisunterschieden profitieren, ist die Bereitschaft «auszupacken» gering.

Teure Rabattprogramme

Zuweilen wird das Ausmass dieser Preisunterschiede bezweifelt, weil die Renditen des Detail- und Grosshandels in der Schweiz kaum grösser als anderswo seien. Doch gerade in dieser Tatsache zeigen sich die volkswirtschaftlichen Kosten von Marktabschottung und überhöhten Preisen. Wenn nämlich Produzenten und Händler durch Preisbindungen, Preisdifferenzierungen, Absprachen oder sonstige Schutzmechanismen zu hohen Preisen und Bruttomargen erzielen, lohnt es sich für sie, den Absatz verstärkt zu fördern, etwa die Verkaufsabteilungen und das Filialnetz auszubauen und mehr Werbung zu betreiben. Da dies sämtliche

Marktteilnehmer tun, erhöhen sich ihre Kosten, aber nicht die Erträge. Der Wettbewerb verlagert sich vom Preiswettkampf zu Werbe- und Marketingwettkämpfen sowie Geschäftsausstattungsrennen.

Die im internationalen Vergleich aufwendigen Kundenbindungs- und Rabattprogramme, die weitverbreiteten und logistisch teuren Preisaktionskampagnen sowie die auffällige Dichte der Filialnetze sind eine Folge davon. Die überhöhten Preise bewirken dann nicht nur eine eigentliche Ausbeutung der Konsumenten, sondern die Beute wird auch noch durch Kostensteigerungen aufgefressen.

Reiner Eichenberger ist ordentlicher Professor für Finanzwissenschaft an der Universität Fribourg. Ingrid Vock hat eine Diplomarbeit über Preisunterschiede verfasst.