

Preisbarometer.ch: Häufig beantwortete Fragen (FAQ)

Weshalb werden auf Preisbarometer.ch nur Preisunterschiede aufgezeigt, nicht aber die Ursachen (unterschiedliche Kosten) diskutiert?

Dieser Entscheid wurde bewusst so gefällt: Das Ziel ist, die Diskussion über die Ursachen von Preisunterschieden in der Öffentlichkeit zu führen, so dass alle betroffenen Organisationen und Personen ihre Meinung einbringen können.

Aufgrund der vielen Anfragen und Bemerkungen seit der Aufschaltung der Website gehen wir in diesem Dokument trotzdem kurz auf die wichtigsten Punkte für die Preisunterschiede ein.

Welchen Einfluss haben die Löhne auf die Preise?

Oft wird argumentiert, dass die hohen Löhne in der Schweiz für die hohen Preise verantwortlich sind. Es ist zwar richtig, dass die Angestellten im Schweizer Detailhandel mehr verdienen als in Deutschland, Frankreich, Österreich oder Italien, aber die sogenannten Lohnnebenkosten (zum Beispiel AHV- oder andere Sozialversicherungsbeiträge, Mutterschaftsurlaub, Lohnfortzahlung im Krankheitsfall, etc.) sind in der Schweiz deutlich niedriger. Zudem ist die Arbeitsproduktivität in der Schweiz höher. Eine [Studie](#), die im Auftrag von Migros, Coop, Denner, Manor, Valora und Charles Vögele erstellt wurde, kommt zu folgendem Ergebnis (S. 38, Abb. 4.25): Berücksichtigt man die höhere Produktivität der Angestellten hat der Schweizer Detailhandel bei den Arbeitskosten gegenüber Deutschland einen Kostenvorteil von 4%, gegenüber Italien sogar 27%. Die Lohnstückkosten in Frankreich und Österreich sind hingegen um je 9% tiefer als in der Schweiz.

Fazit: Die weit verbreitete Auffassung, dass die hohen Preise in der Schweiz durch die höheren Löhne der Schweizer Detailhandelsangestellten bedingt sind, ist nicht stichhaltig.

Was sind die Ursachen für die Preisunterschiede?

Schweizer Detailhändler haben folgende Kostenvorteile gegenüber ausländischen Unternehmen: Tiefere Mehrwertsteuer, tiefere Unternehmenssteuern und Kapitalkosten und je nach Vergleichsland tiefere Lohnstückkosten (siehe „Welchen Einfluss haben die Löhne auf die Preise?“). Als Kostennachteile werden oft höhere Vorleistungskosten (Mieten, Lager- und Lieferkosten, Werbung/Kommunikation, Verpackung, Energie, etc.), Zölle und höhere Beschaffungskosten angegeben.

Auf Preisbarometer.ch sind alle Preise inklusive *Mehrwertsteuer* angegeben. Der Schweizer Detailhandel hat hier einen deutlichen Kostenvorteil: Der Normalsatz (wird zum Beispiel für Kosmetikartikel, Schuhe und Kleider angewandt) beträgt in der Schweiz 8%, in Deutschland 19%, in Frankreich 19.6%, in Österreich 20% und in Italien 23%. Auch bei den Lebensmitteln hat die Schweiz den tiefsten Mehrwertsteuersatz, die Differenzen sind allerdings kleiner. Bei den Zeitschriften haben Deutschland (7%), Italien (4%) und Österreich (10%) einen höheren Satz als die Schweiz (2.5%). In Frankreich beträgt die Mehrwertsteuer für Zeitschriften in der Regel 2.1%.

Die *Vorleistungskosten* spielen eine eher untergeordnete Rolle. Laut einer [Studie](#) (S. 44), die im Auftrag von Migros, Coop, Denner, Manor, Valora und Charles Vögele erstellt wurde, verteuert sich der Preis eines in der Schweiz verkauften Produkts - aufgrund der höheren Vorleistungskosten in der Schweiz - gegenüber Deutschland, Frankreich, Österreich und Italien um durchschnittlich 2%.

Zölle spielen eigentlich nur bei den Lebensmitteln eine gewisse Rolle. Dabei müssen drei Fälle unterschieden werden: Bei gewissen Produkten fallen keine Zölle an (zum Beispiel Käse oder Mineralwasser), diese müssen also nicht berücksichtigt werden. Bei hochverarbeiteten Produkten gibt es ein Ausgleichssystem: Exporte werden verbilligt, damit die Produkte auf dem Weltmarkt konkurrenzfähig sind. Bei importierten Produkten wird die Differenz der Preise von landwirtschaftlichen Produkten (welche im Produkt stecken) im In- und Ausland ausgeglichen, damit die Schweizer Produkte im Inland konkurrenzfähig sind. Auch hier müssen die Zölle dementsprechend nicht berücksichtigt werden. Schliesslich gibt es noch Produkte, bei denen Zölle anfallen, die ein Produkt zusätzlich verteuern können. Auf der Plattform betrifft das zum Beispiel die Wurstwaren. In diesen Fällen wird im Kommentarfeld darauf hingewiesen, dass die Zölle das Produkt verteuern können. Allerdings sind davon lediglich 10 von insgesamt 229 Produkten betroffen.

Fazit: Die Schweiz hat einen klaren Kostenvorteil bei der Mehrwertsteuer und einen relativ kleinen Nachteil bei den Vorleistungskosten. Die Lohnkosten sind entgegen der weit verbreiteten Annahme kein klarer Nachteil (gegenüber Italien ergibt sich sogar ein deutlicher, gegenüber Deutschland ein kleiner Vorteil). Dass gewisse Produktgruppen 40, 50, 60% - oder deutlich mehr - teurer sind als im Ausland, lässt sich aufgrund der Kostenstruktur nicht begründen. Die Ursache für diese grossen Preisdifferenzen muss demzufolge bei überhöhten Preisen seitens der Hersteller, des Zwischenhandels und/oder der Detailhändler liegen. Die Einkaufspreise (Einstandspreise) für Produkte sind in der Regel geheim. Die Migros hat eine Ausnahme gemacht und für gewisse Markenprodukte [aufgezeigt](#), dass der Einkaufspreis höher liegt, als der Verkaufs(!)preis in Deutschland. Der Schweizer Markenartikelverband (Promarca) wirft dem Schweizer Detailhandel seinerseits überhöhte Margen vor (siehe zum Beispiel die Sendung [„Club“](#) des Schweizer Fernsehen vom 16. August 2011), konkrete Preisbeispiele, die diese Aussage stützen würden, wurden bisher aber nicht vorgelegt.

Weshalb wird die Kaufkraft nicht berücksichtigt?

In einem funktionierenden Markt richten sich die Preise von Gütern nach den anfallenden Kosten und nicht nach der Kaufkraft: Höhere Kosten (z.B. für Herstellung und Vertrieb) rechtfertigen einen höheren Preis, tiefere Kosten sollten zu tieferen Preisen führen. Die Arbeitnehmer in der Schweiz haben zwar überdurchschnittlich hohe Löhne (und damit eine hohe Kaufkraft), allerdings sind die Lohnstückkosten dank tieferen Lohnnebenkosten und höherer Produktivität im Schweizer Detailhandel im Durchschnitt sogar tiefer als in den angrenzenden Ländern (siehe dazu auch „Welchen Einfluss haben die Löhne auf die Preise?“). Eine höhere Kaufkraft bedeutet also nicht zwingend höhere Kosten. Hingegen ist es für Unternehmen lukrativ, eine hohe Kaufkraft mit (zu) hohen Preisen abzuschöpfen.

Der Preisüberwacher hat in seinem Bericht festgehalten, dass die Wechselkursvorteile relativ gut weitergegeben werden. Warum kommt preisbarometer.ch zu einem anderen Schluss?

Der Preisüberwacher hält fest, dass der starke Schweizer Franken bei den Preisen von importierten Waren zwar eine Reaktion hervorgerufen hat. Die Preise wurden aber häufig lediglich auf ein gegenüber dem Ausland schon vorher überhöhtes Niveau gesenkt. Preissenkungen führt der Preisüberwacher unter anderem auf den öffentlichen Druck durch die Medien und die Konsumentenschutz-Organisationen zurück. Mit dieser Plattform soll dieser Druck aufrecht erhalten bleiben. Methodologisch hat der Preisüberwacher die Preise von Produkten in der Schweiz aktuell und vor der Frankenstärkediskussion verglichen. Er hat jedoch diese Preise nicht mit dem Ausland verglichen.

Was bringt die Seite im Kampf gegen die Hochpreisinsel Schweiz?

Gewisse Preisdifferenzen im Vergleich zum Ausland können aufgrund höherer Kosten gerechtfertigt sein. Es ist aber unannehmbar, dass Währungsvorteile als Folge des starken Frankens nicht in zufriedenstellender Weise an die Konsumenten weitergegeben werden und/oder die hohe Kaufkraft der Schweizer abgeschöpft wird. Indem die Konsumenten in der Schweiz zu vorteilhaften und fairen Preisen Importprodukte einkaufen, können sie das damit gesparte Geld für andere (inländische) Produkte ausgeben. Die Angleichung der Preise von Importprodukten an die umliegenden Nachbarländer wirkt zudem auch dem Einkaufstourismus entgegen.

Wird mit der Plattform der Einkaufstourismus gefördert?

Das Projekt zielt in erster Linie darauf ab, die Preistransparenz für Konsumenten zu verbessern. Es ist zu erwarten, dass die Konsumenten Produkte eher in der Schweiz als im Ausland kaufen, wenn sie einerseits auf transparente Art und Weise über die Preise informiert sind, und wenn sie andererseits feststellen können, dass die Währungsgewinne beim Import zufriedenstellend an sie weitergegeben werden.

Bei importierten Produkten, die in der Schweiz überteuert angeboten werden, entsteht zudem Druck, die Preise zu senken. Ziel der Konsumentenschutz-Organisationen ist, dass die Schweizer Bevölkerung alle Importprodukte zu angemessenen Preisen in der Schweiz einkaufen kann. Nur damit wird auch der Einkaufstourismus zurückgehen.

Gefährden tiefere Preise Schweizer Arbeitsplätze?

Oft wird argumentiert, tiefere Preise würden Schweizer Arbeitsplätze gefährden. Das Gegenteil ist der Fall: Wenn Schweizer Unternehmen für den Import von Gütern überteuerte Preise bezahlen müssen, fließt dieses Geld mehrheitlich ins Ausland ab. Wird diese Preisdiskriminierung unterbunden, profitiert die Schweizer Wirtschaft gleich doppelt: Einerseits bleibt den Konsumenten bei tieferen Preisen für Importprodukte mehr Geld im Portemonnaie – Geld das für den Kauf von anderen (d.h. auch inländischen) Produkten und Dienstleistungen frei wird. Davon wird die Schweizer Wirtschaft profitieren, bestehende Arbeitsplätze werden gesichert und neue geschaffen. Andererseits kaufen wieder mehr Schweizer im Inland, anstatt im benachbarten Ausland ein. Dies würde auch zu einer Reduktion des Verkehrs und des CO₂-Ausstoss führen.

Warum werden gewisse Händler (wie zum Beispiel Lidl oder Aldi) nicht berücksichtigt?

Der Ausschluss eines Händlers kann zwei Gründe haben:

- Er führt zu wenig Produkte im Sortiment, die es auch bei den anderen Händlern gibt. (Auf Preisbarometer.ch werden nur identische Produkte miteinander verglichen.)
- Der Marktanteil eines Händlers ist zu klein. Beispiel: Beim Produktsektor Nahrungsmittel haben wir uns auf die jeweils drei grössten Anbieter (Umsatz) eines Landes beschränkt. In der Schweiz sind dies laut GfK Schweiz: „Detailhandel Schweiz: Analysen, Strukturen, Adressen“ (2011): Migros, Coop und Denner. Aldi kommt an vierter Stelle, Lidl an siebter Stelle. Sie wurden deshalb nicht berücksichtigt.

Warum werden gewisse Produkte nicht erhoben?

Bei gängigen Preiserhebungen/Statistiken werden Produkte unterschiedlicher Hersteller verglichen (zum Beispiel das Erdbeerjoghurt des Herstellers Y mit dem Erdbeerjoghurt des Herstellers X oder 1 kg Rindshackfleisch aus der Schweiz mit 1 kg Rindshackfleisch aus Frankreich). Durch dieses Vorgehen kann zwar eine breite Produktpalette abgedeckt werden, es hat aber den Nachteil, dass Qualitätsunterschiede oder unterschiedliche Produktionsbedingungen (zum Beispiel Tierschutz- oder Umweltvorschriften, etc.) nicht berücksichtigt werden. Um diesen sogenannten „Quality Bias“ zu vermeiden und einen fairen Preisvergleich zu garantieren, wurden auf Preisbarometer.ch nur identische Produkte miteinander verglichen. Dies hat allerdings den Nachteil, dass gewisse Produkte (zum Beispiel Frischfleisch, frisches Gemüse und Obst) nicht im Preisvergleich enthalten sind, weil die Händler diese Produkte typischerweise bei unterschiedlichen Produzenten beziehen.

Wie häufig werden die Preise erhoben?

Die Preise für jeden Produktsektor werden alle 6 Monate neu erhoben. Ein rascheres Intervall ist aus Kostengründen nicht möglich. Händler und Konsumenten können jedoch Preisänderungen, die in der Zwischenzeit stattgefunden haben, melden. Diese werden dann beim jeweiligen Produkt unter „Bemerkungen“ aufgeführt. Ausserdem kann mit diesem Erhebungs-Intervall das Ziel der Website problemlos erreicht werden: die Beobachtung der Entwicklung der Preise pro Sektor über zweieinhalb Jahre.

Warum werden keine Aktionen berücksichtigt?

Wir sind überzeugt, dass die Konsumenten eher daran interessiert sind, zu wissen, was ein Produkt das ganze Jahr über kostet und nicht primär wie viel es in den 3, 4 Tagen kostet, an denen der Preis reduziert ist. Ausserdem würde die erhebliche Gefahr bestehen, dass der Preisvergleich verzerrt wird, weil ein Händler zum Zeitpunkt der Preiserhebung gerade „Aktionstage“ hat und der andere nicht.

Die Nichtberücksichtigung von Aktionen führt übrigens nicht automatisch zu einer Benachteiligung der Schweizer Detailhändler (was oft suggeriert wird), ausländische Anbieter bieten selbstverständlich auch Aktionen an.

Wie kann das Problem der Hochpreisinsel Schweiz gelöst werden?

Das beste Mittel gegen überhöhte Preise für Importprodukte ist eine Verschärfung des Kartellgesetzes und die konsequente Nutzung der bestehenden Instrumente wie zum Beispiel Parallelimporte und Cassis-de-Dijon-Prinzip.