

# Denk- und Importverbote

Der Schweizer Detailhandel

braucht sich nicht zu verstecken.

Er ist im internationalen Vergleich

sehr effizient. Dank enger Part-

nerschaft mit den Bauern bieten

wir Label-Produkte mit hohem

Mehrwert. Und die Konsumentin-

nen und Konsumenten sind

erfreulicherweise bereit, für sol-

che Nahrungsmittel entsprechend

mehr zu bezahlen. Zusammen mit

Grossbritannien und den Nieder-

landen sind wir bei der nachhalti-

gen Beschaffung von Non-Food-

Artikeln europaweit führend. Die

Kehrseite der Medaille: Letztes

Jahr wurde für rund 8 Mrd. Fran-

ken im Ausland eingekauft, nicht

zuletzt im EU-Tiefpreisland

Deutschland. Migros hat die Prei-

se 2011 um 4% und 2012 um

1,4% gesenkt. Doch die Preisdif-

ferenz – insbesondere zu Deutsch-

land – bleibt zu hoch, und dies ist

nicht zuletzt politisch gewollt.

Der Reformschub, den sich Exper-

ten als positiven Effekt des boo-

renden Einkaufstourismus er-

hofft haben, ist ausgeblieben.

Was ist zu tun?

## An vier Stellschrauben drehen

Ein wichtiger Treiber des Einkaufstourismus sind die *Körperpflege- und Hygieneprodukte*. Im Rahmen der Kartellgesetzrevision kommt es demnächst zur Nagelprobe. Sollen internationale Konsumgüterhersteller Gewerbe und Handel hiezulande weiterhin zwingen können, ihre Topprodukte über ihren Alleinvertrieber in der Schweiz in Schweizer Franken zu beziehen? Oder soll die Wettbewerbskommission einschreiten können, wenn Schweizer Firmen diese im Ausland beschaffen möchten, der Hersteller es ihnen jedoch untersagt? Die Preisunterschiede sind gemäss einer Erhebung vom Dezember 2012 nach wie vor frappant: Nivea Styling Spray wird in deutschen Läden für umgerechnet 1,49 Franken angeboten, während der Einstandspreis in der Schweiz 3,30 Franken beträgt. Milupa Babymilch wird in Deutschland für 1,67 Franken verkauft – Einstandspreis Schweiz: 4,54 Franken. Auch das Ravensburger Spiel Xoomy Maxi ist im Einstand Schweiz (38,61 Fr.) weit höher, als es in Deutschland über den Ladentisch geht (28,46 Fr.).

Ökonomen innerhalb und ausserhalb der Verwaltung verkünden mantrahaft den angeblich funktionierenden Interbrandwettbewerb. Will heissen: Wem Nivea in der Schweiz zu teuer sei, der könne ja auf ein anderes Produkt ausweichen. Doch weil andere Konsumgüterhersteller die höhere Schweizer Kaufkraft genauso abschöpfen, funktioniert dies nicht. Die Kunden bleiben dem Markenprodukt treu und kaufen es im Ausland ein. Die anschwellenden grenzüberschreitenden Einkaufsströme sind der empirische Beweis, dass die Interbrand-These überholt ist. Nivea-Kunden wechseln nicht die Marke, sondern das Einkaufsland – zum Schaden der Schweiz. Denn die Welt hat sich gewandelt. Heute herrscht dank Internet totale Preistransparenz, und die Mobilität ist hoch. Ausgerechnet Economiesuisse bekämpft als Gralshüterin des Freihandels den freien Import von Konsumgütern genauso wie weiland die Einführung von Parallelimporten patentgeschützter Güter. Die Grenzen für die Landwirtschaft öffnen, jedoch internationale Grosskonzerne gegen Preiswettbewerb in Schutz nehmen? Das ist keine konsistente

Politik. Leider verweigert sich das Departement von Bundesrat Schneider-Ammann ebenfalls einer konstruktiven Lösung, als herrschte bezüglich überhöhter Importpreise ein Denkverbot.

Massiv überhöht sind in der Schweiz auch die *OTC-Produkte*, also die freiverkäuflichen Heilmittel. In diesem Bereich ist die Schweiz im internationalen Vergleich sehr restriktiv. Nur relativ wenig Produkte können im Supermarkt gekauft werden, weshalb der Preiswettbewerb nur bedingt spielt. Der Bundesrat handelt nun, indem er das Abgaberegime lockern will. Nach langer Vorlaufzeit nimmt das Parlament die Revision des Heilmittelgesetzes in Angriff.

Und bei den *Lebensmitteln*? Langfristig brauchen wir ein umfassendes Agrarabkommen mit der EU, auch um unsere hochwertigen Produkte hindernisfrei exportieren zu können. Doch die Zeichen stehen auf Abschottung. Es gilt in der Zwischenzeit zu prüfen, ob nach dem Käsemarkt auch der Fleischmarkt geöffnet werden könnte. Denn auch beim Fleisch ist die Preisdifferenz zum Ausland zu hoch.

Der Preis ist jedoch nicht alles. In einem andern Bereich haben die Nachbarstaaten die Schweiz ebenfalls überrundet, nämlich bei den *Ladenöffnungszeiten*. Die deutschen Einkaufszentren an der Grenze zur Schweiz sind heute bis 22 Uhr geöffnet. In Italien hat die Regierung Monti tabula rasa gemacht. Selbst sonntags darf eingekauft werden. Im Vergleich dazu sind die Forderungen des Schweizer Detailhandels bescheiden. Wir plädieren für eine pragmatische Teilharmonisierung: Montag bis Freitag bis 20 Uhr und am Samstag bis 18 oder 19 Uhr. Entgegen gewissen Unkenrufen wollen wir kein 24-Stunden-Shopping. Gleichwohl bekämpft die Unia jede noch so kleine kundenfreundliche Verlängerung.

## Fazit

Es ist an der Zeit, Import- und Denkverbote aufzuheben. Zudem müssen nach den Reformversprechen, die 2011 am Runden Tisch zur Frankenhausse abgegeben wurden, endlich Taten folgen. ■



**Martin Schläpfer**  
Leiter Direktion Wirtschaftspolitik, Migros-Genossenschafts-Bund