

# Einkaufsparadies Deutschland

Neue Zahlen belegen: Die gleichen Produkte sind ennet der Grenze 24 Prozent billiger als in der Schweiz

Der Schweizer Handel hat 2011 zahlreiche Preise gesenkt. Trotzdem bleiben die Unterschiede zu Deutschland gross. Vor allem Schuhe, Lebensmittel, Kleider und Bücher sind dort wesentlich günstiger.

Peter Keller

Die luzernische Beratungs- und Schulungsfirma Neumann Zanetti & Partner wollte es genau wissen. Sie schickte ihre Mitarbeiter im Januar und im Februar auf Shoppingtour – in Deutschland und in der Schweiz. Auf ihrer Liste standen 124 Produkte, die sie bei gleich positionierten Detailhändlern vor und hinter der Grenze erstanden. Bei 120 Testkäufen landeten identische Waren aus zwölf Segmenten im Einkaufskorb.

Es handle sich um aussagekräftige und sehr zuverlässige Zahlen, erklärt Jörg Neumann, Autor der neuen Studie «Best Price oder Best Practice?». Nebst den Preisen verglichen die Testkunden auch das Einkaufserlebnis. Wer berät besser?, lautete eine Frage.

Das Ergebnis ist ernüchternd: Die Schweiz hinkt weiter hinterher, obwohl der Handel im letzten Jahr zahlreiche Preise gesenkt hat. Coop investierte nach eigenen Angaben in den letzten sieben Jahren über 1,4 Mrd. Fr. in tiefere Preise. Trotzdem beträgt der Unterschied zu Deutschland im Durchschnitt 23,5%.

In diesem Betrag sind die Fahrspesen vom Wohnort ins grenznahe Gebiet allerdings nicht eingerechnet. Die eingekauften Produkte sind je nach Segment beim Nachbarn zwischen 10% und über 30% billiger (siehe Grafik). Die Differenz in den Supermärkten hängt auch damit zusammen, dass die Schweiz die einheimische Landwirtschaft schützt und die Händler gewisse Produkte im Ausland nicht beziehen oder nur mit hohen Zollgebühren teuer einkaufen können (siehe Box).

## Schuhe an der Spitze

Solche Nachteile hat der Schweizer Schuhhandel eigentlich nicht. Trotzdem schneidet er besonders schlecht ab. Die grösste Preisdifferenz mit 60% wurde bei Schuhen für den Laufsport festgestellt. Trotz diesem Gefälle geben sich die Schweizer Schuhverkäufer

aber offenbar keine grössere Mühe bei der Beratung. Die Händler hätten ähnlich uninspiriert bedient wie die deutsche Konkurrenz, heisst es in der Studie von Neumann Zanetti.

Verringert hat sich der Preisabstand bei den Autos. Die Branche lockt seit einiger Zeit mit Euro-Rabatten, weil schätzungsweise schon fast jeder zehnte Neuwagen direkt in die Schweiz importiert wird.

Der Einkauf im nahen Ausland gehört inzwischen fast zum Alltag. 60% der Schweizer, die in Deutschland einkaufen, haben vor, wieder in diese Geschäfte zu pilgern. «Das ist ein alarmierend hoher Wert», so Neumann: «Die einheimischen Händler müssen darauf reagieren und den Kunden Mehrwerte bieten.» Der Berater denkt an attraktivere Garantie- und Serviceleistungen, Beratung, freundlichere Betreuung. Die Testkunden stufen die hiesige Dienstleistungs-Qualität nur leicht höher ein (+11%) als im Ausland.

Handelsexperte Martin Hotz von der Beratungsfirma Fuhrer & Hotz in Baar rät der Branche, grundsätzlich ihre Positionierung zu überdenken. Es gebe viele preisbewusste Konsumenten, aber auch solche, die Qualität und

## Grosse Preisunterschiede

Preisgefälle zwischen Deutschland und der Schweiz, nach Segmenten

Einsparung in Prozent beim Einkauf in Deutschland

Imbiss	36,9
Schuhe	33,6
Mittagessen	29,1
Supermarkt	27,2
Kleidung	26,6
Buchhandel	23,4
Reisebüro	21,7
Apotheke	21,5
Baumarkt	20,9
Autohandel	15,3
Elektronikgeräte	14,7
Parfümerie	10,5

Quelle: Neumann Zanetti & Partner

Dienstleistungen schätzen würden. «Wenn diese Punkte stimmen, sind diese Kunden bereit, in der Schweiz zu konsumieren», fügt Hotz an.

So will die Migros klar kommunizieren, welchen Mehrwert ihre Produkte bieten. Darunter seien etwa eine umweltgerechte Herstellung oder Swissness zu verstehen. «Um die bestmöglichen Preise bieten zu können, müssen wir die Kosten weiter senken, die Produktivität erhöhen und beim Einkauf im Euro-Raum hart verhandeln», erklärt Pressesprecher Urs-Peter Naef. Unterschiede werde es wegen der höheren Kosten aber immer geben.

## Preise rutschen weiter

Die Migros geht wie Coop davon aus, dass die Preise im laufenden Jahr weiter sinken. «Wir werden mit den Lieferanten intensive Gespräche führen», sagt Coop-Sprecherin Denise Stadler. Der Detailhändler setzt darauf, dass für eine Mehrheit der Kunden Schweizer Produkte und regionale Aspekte weiterhin von Bedeutung seien. Dies beweisen die Eigenmarken wie Naturaplan und Pro Montagna, die 2011 dank einem Plus von 5,9% erstmals die Marke von 2 Mrd. Fr. überschritten.