

«Im Ausland einkaufen ist patriotisch»

KONSUM Die hohen Preise in der Schweiz für ausländische Markenprodukte findet Finanzprofessor Reiner Eichenberger stossend. Er fordert deshalb eine Abschaffung der Mehrwertsteuer.



Motorradhelm
Schubert S1 Pro

+22%
Preisunterschied

749.00 Fr.
584.00 Fr.
(499.95 Euro)



Tagesrucksack
J-Pack de Luxe Jack Wolfskin

+30%
Preisunterschied

149.00 Fr.
105.25 Fr.
(89.95 Euro)



Streifensakko
Daniel Hechter

+40%
Preisunterschied

389.90 Fr.
233.00 Fr.
(199.00 Euro)



Body Lotion
Dove Visible Effects Revitalisierend

+45%
Preisunterschied

8.50 Fr.
4.67 Fr.
(3.99 Euro)

Preisvergleich Schweiz und Deutschland

Reiner Eichenberger, trotz schwachem Euro sind die Preise für importierte Markenprodukte kaum gesunken. Der Einkaufstourismus ins grenznahe Ausland boomt. Fehlt es den Schweizerinnen und Schweizern an Patriotismus?

Reiner Eichenberger: Patriotisch ist es, da einzukaufen, wo es billig ist. Denn das ist gut für die Wirtschaft. Im 19. Jahrhundert gab es die gleichen Diskussionen. Da galt es als ehrenrührig, wenn man im Nachbarland einkaufte. Diese Haltung gibt es ja heute leider immer noch bei kantonalen Ausschreibungen. Wenn wir alles nur noch im eigenen Land oder in der eigenen Gemeinde einkaufen, bricht der grenzüberschreitende Handel und damit unser Wohlstand zusammen.

Aber es ist doch ein ganz vernünftiger und gesunder Reflex, wenn man mit seinem Kaufverhalten die heimische Wirtschaft und damit auch die Arbeitsplätze schützen will.

Eichenberger: Nur wenn wir viel importieren, können wir viel exportieren. Zudem geht es beim Einkaufstourismus in erster Linie um ausländische Produkte, die wir im Ausland einkaufen statt hier. Darunter leiden die Grossimporteure aus dem Ausland und die ausländischen Produzenten, die keine so überhöhten Preise mehr in der Schweizer Wirtschaft verlangen können. Die heimische Wirtschaft leidet darunter nicht.

Coop-Chef Hansueli Loosli sagt, der Einkaufstourismus, gerade bei den Lebensmitteln, gefährde Arbeitsplätze in der Schweiz. Ähnlich tönt es bei Manor.

Eichenberger: Falsch: Das ist unangenehm für Coop und Manor, aber gut für die Schweiz. Wenn wir überteuert in der Schweiz einkaufen, verdienen wir real alle weniger. Das führt zu höheren Lohnforderungen und damit zu Kostendruck für die Schweizer Wirtschaft.

Euro und Dollar befinden sich im freien Fall, die Preise für ausländische Importprodukte scheinen aber zementiert. Wer streicht die enormen Währungsgewinne ein?

Eichenberger: Am Detailhandel liegt es weniger. Hier herrscht seit dem Eintritt von Lidl und Aldi zunehmende Konkurrenz. Jetzt liegt das Problem bei den Grossimporteuren. Hier besteht zu wenig Wettbewerb.

Warum ist das so?

Eichenberger: Die Schweizer sind – zu aktuellen Wechselkursen umgerechnet – gut 50 Prozent reicher als die Deutschen. Die Produzenten versuchen natürlich, diese riesige Kaufkraft für sich abzuschöpfen, indem sie in der Schweiz höhere Preise ansetzen als in der EU. Das können sie aber nur, wenn der Wettbewerb nicht vollständig funktioniert. Das tut er bei Markenprodukten mit stark

unterschiedlichen Eigenschaften nicht. Nehmen Sie zum Beispiel eine Automarke. Für Automarken in der Schweiz sind nicht andere Automarken die direktesten Konkurrenten, sondern Direktimporte der gleichen Marke aus dem EU-Raum.

Kann die Wettbewerbskommission hier nicht einschreiten?

Eichenberger: Zwischen den einzelnen Marken herrscht Wettbewerb. Aber jede Marke stellt andere Modelle her. Jede Marke hat deshalb einen gewissen Preissetzungsspielraum, den man zu Ungunsten der Schweizer Konsumenten ausnutzt. Und je reicher die Schweizer nun durch den steigenden Franken werden, desto interessanter wird es Autohäuser, möglichst hohe Preise zu verlangen.

Was braucht es, um diese Strukturen aufzubrechen? Mehr Parallel- oder Direktimporte?

Eichenberger: Die grosse Frage ist in der Tat, wie wir mehr Parallelimporte in die Schweiz bringen. Coop klagt ja immer wieder darüber, dass die Parallelimporte bei ihnen an den grossen Mengen scheitern. Auch ein Einkauf in den Nachbarländern ist ein Parallelimport. Aber er ist ökonomisch meistens nur

zen und die Preise ins Rutschen bringen würde.

Das allein dürfte aber kaum reichen.

Eichenberger: Solange wir so viel reicher sind, werden die Produzenten immer versuchen, unseren Reichtum abzuschöpfen. Wir können unseren Reichtum nur für uns behalten, wenn wir die Märkte völlig öffnen und so ausländische Preise in der Schweiz erzwingen. Dazu wäre es wichtig, die Mehrwertsteuer abzuschaffen. Dann könnten wir die Grenzkontrollen für Importe aufheben, so wie zwischen den EU-Ländern.

Eine Abschaffung der Mehrwertsteuer ist doch politisch gar nicht durchsetzbar. Wie wollen Sie den Einnahmeausfall von knapp 20 Milliarden Franken denn gegenfinanzieren?

Eichenberger: Die Lösung wäre eine vernünftige Verkehrspolitik. Der öffentliche Verkehr sollte nicht mehr subventioniert werden. Alle Verkehrsteilnehmer, auch im Privatverkehr, sollten für ihre wirklichen Kosten – inklusive Umweltkosten, selber aufkommen. Das brächte Einsparungen von rund 18 Milliarden Franken und wäre unter Umweltsichtspunkten viel vernünftiger.

Auch das ist doch ein Wolkenkuckuckshaus. Den Aufschrei möchte ich sehen, wenn beispielsweise die SBB die wahren Kosten auf die Tickets aufschlagen.

Eichenberger: Das glaube ich nicht. Wenn die Bürger wüssten, dass sie im Gegenzug überhaupt keine Mehrwertsteuer mehr zahlen müssten, dann wäre das schon politisch mehrheitsfähig. Denn dann sparen sie sowohl die Mehrwertsteuer, und auch alle Preise wären tiefer. Unterm Strich würde die Schweiz noch viel reicher, als sie heute schon ist, wir hätten einen enormen Wachstumsschub, weil alles billiger und effizienter würde. Die Herausforderung wäre eher, wie man mit dem wohl noch grösseren Einwanderungsdruck umgehen soll.

Wenn die Preise sinken würden, dann geht es aber auch ans Eingemachte bei den Löhnen.

Eichenberger: Wenn wir es fertigbringen, dass die ausländischen Produzenten im Grosshandel nicht mehr diese Preise verlangen können, dann entstehen die Verluste vor allem bei den ausländischen Firmen. Durch die sinkenden Preise kämen auch die Schweizer Löhne ein bisschen runter. Da für die Schweizer Konsumenten aber real vieles deutlich billiger würde, würde ihre Kaufkraft stark steigen.

INTERVIEW HANS-PETER HOEREN
hans-peter.hoeren@luzernerzeitung.ch

HINWEIS

► * Reiner Eichenberger (50) ist Professor für Finanzwissenschaft an der Universität Fribourg. ◀



«Das Problem liegt bei den Grossimporteuren. Hier besteht zu wenig Wettbewerb.»

REINER EICHENBERGER,
UNI FRIBOURG

interessant, wenn man grössere Anschaffungen macht und in der Nähe der Grenze wohnt.

Das klingt aber alles nicht sonderlich viel versprechend.

Eichenberger: Ein wirklich guter Ansatz wäre die Deregulierung des Postversands. Wir müssen die Grenze für den Versandhandel öffnen. Hier müsste man ansetzen. Es kann doch nicht sein, dass die Einsparungen bei einer Internetbestellung vollständig durch die unsinnig hohen Verzollungsgebühren aufgeessen werden. Wenn der Internetversand richtig attraktiv würde, dann wäre das eine Art Parallelimport, der den Importeuren zusetzt.

Quelle: SKS/Neue LZ / Grafik: Oliver Marx

Konsumentenschützer richten Klagemauer ein

APPELL Mit einem Preismonitoring will die Stiftung für Konsumentenschutz die hohen Preise für Markenartikel zum Purzeln bringen. Seit gestern hat sie auf ihrer Homepage eine Art Klagemauer eingerichtet. Die Stiftung fordert Ferienreisende und Konsumenten auf, besonders krasse Preisunterschiede mit Angabe des Geschäfts und der Homepage einzuschicken. Bereits gestern gingen bei der Stiftung erste Beispiele ein (siehe Grafik), welche die Stiftung auf ihrer Homepage veröffentlichte. Damit soll der Druck auf die Hersteller und Importeure erhöht werden.

Markenartikel massiv teurer

Die Stiftung setzt sich seit längerem für eine Weitergabe der Währungsvorteile in Höhe von 15 bis 20 Prozent an die Konsumenten ein.

Der Hintergrund: Euro und Dollar haben in den vergangenen einhalb Jahren rund einen Fünftel an Wert verloren, die immensen Preisunterschiede bei Markenartikeln zwischen der Schweiz und Deutschland blieben aber nahezu unverändert.

Stellung der Weko stärken

Raffael Corazza, Chef der Wettbewerbskommission, hat deshalb in einem Interview die Konsumenten aufgefordert, den Händlern notfalls zu drohen, das ausländische Produkt im Ausland einzukaufen. «Wenn die Schweizer weiter lammfromm über-teuerte Produkte einkaufen, nehmen die Firmen an, die Preise seien okay», sagte Corazza gegenüber dem «Blick».

Als «hilf- und kraftlos» charakterisiert hingegen Sara Stalder, Geschäftsleiterin der Stiftung für Konsumentenschutz, den Appell der Weko.

Die Weko solle die Detailhändler und Konsumenten aktiv darauf aufmerksam machen, dass die Behinderungen direkt an sie gemeldet werden.

Zudem fordert sie eine gesetzliche Stärkung der Stellung der Wettbewerbskommission. «Die Weko müsste vertikale Preisabsprachen verbieten können», sagt Stalder. Aufgrund der Preis- und Gebietsabsprachen der internationalen Anbieter würden Parallelimporte in die Schweiz behindert. Geregelt sind die Weko-Kompetenzen im Kartellgesetz. Die Revision des Gesetzes befindet sich derzeit in der Vernehmlassung. «Geplant ist eine Aufweichung des Gesetzes», sagt Stalder. Dies müsse verhindert werden.

HANS-PETER HOEREN
hans-peter.hoeren@luzernerzeitung.ch

HINWEIS

► www.konsumentenschutz.ch ◀

«Service wird ausgedünnt»

DETAILLISTEN hoe. «Es wird mehr gekauft, mehr angemeldet und damit mehr verzollt. Der Einkaufstourismus hat spürbar zugenommen», sagt Attila Lardori von der Oberzolldirektion. So sind die Mehrwertsteuereinnahmen aus dem Kurier- und Postverkehr im vergangenen und im laufenden Jahr zweistellig gewachsen, deutlich zugelegt haben auch die Mehrwertsteuereinnahmen im Reiseverkehr.

70 Prozent kaufen im Ausland

Interessant sei zudem, dass gerade an den Wochenenden nicht nur Personen aus dem grenznahen Bereich, sondern auch aus dem Mittelland im Ausland einkauften. 70 Prozent der Schweizer Konsumenten haben im vergangenen Jahr im Ausland eingekauft, insbesondere Kleider und Lebensmittel. Das zeigt eine repräsentative Umfrage

des Baarer Beratungsunternehmens Fuhrer & Hotz. Geschätzt wird, dass den Anbietern dadurch Umsätze von rund 3,2 Milliarden Franken entgangen sind.

Experte warnt

Gemäss Heinz Bossert, dem Präsidenten des Detaillistenverbands des Kantons Luzern, ist der Luzerner Detailhandel aber «nur relativ wenig betroffen vom Einkaufstourismus». Ähnlich tönt es bei der Migros Luzern. Dennoch warnt Bossert vor den Folgen des Einkaufs im grenznahen Ausland: «Aus dem kauschlaun Konsumenten könnte bald einmal der genervte Konsument werden, da mit dem Preis generell auch die Qualität der Dienstleistung und der Service ausgedünnt werden und letztlich auch Löhne gesenkt und Stellen abgebaut werden müssen.»