

Statement

Mehr Transparenz im Kampf um die Aufwertungsgewinne

In der Diskussion über die Auswirkungen des starken Frankens werden die Aufwertungsgewinne selten erwähnt. Für inländische Haushalte und Unternehmen bietet die Frankenaufwertung die Chance, ausländische Konsumgüter oder Vorprodukte (in Franken) günstiger zu erwerben. Dabei geht es potenziell um grosse Summen. Bei Importen im 2010 von 174 Mrd. Franken bedeutet die reale Aufwertung um 15% seit Januar 2010, dass für diese Importgüter 26 Mrd. Franken weniger bezahlt werden müsste, wenn die Wechselkursvorteile tatsächlich an die Kunden in der Schweiz vollständig weitergegeben würden.

Dabei stellen sich zwei Fragen. Zum einen interessiert, wie gross das Preissenkungspotenzial bei einzelnen Gütergruppen ist und wie stark dieses ausgeschöpft wird. Dieser Frage wird in der Transparenzstudie des Staatssekretariats für Wirtschaft (Seco) nachgegangen. Ein interessantes Ergebnis ist, dass von einem Franken, den der Konsument ausgibt, im Durchschnitt lediglich 15 Rappen direkt ins Ausland gehen. Hohe Importanteile und gleichzeitig eine kleine Weitergabe der Wechselkursvorteile vermuten die Autoren bei den folgenden Produktkategorien: Genussmittel, Unterhaltungselektronik, Druckerzeugnisse, Motorfahrzeuge, Haushaltsgeräte, Sport- und Freizeitartikel, Bekleidung und Schuhe.

Die zweite wirtschaftspolitisch relevante Frage ist, warum die Wechselkursvorteile bei gewissen Produkten mit grosser Verzögerung und nur teilweise weitergegeben werden, aber auch, wie dies geändert werden kann. Es wird gerne vergessen, dass Wechselkursschwankungen Risiken sind, welche Unternehmen durch Absicherungen zu reduzieren trachten. Das erklärt teilweise, weshalb Importpreise verzögert auf Wechselkursschwankungen reagieren. Jedoch gibt es in einer Marktwirtschaft auch einen Verteilungskampf um die oben erwähnten 26 Mrd. Franken. Ausländische Produzenten profitieren von unveränderten Frankenpreisen und senken diese nur dann, wenn sie befürchten müssen, Kunden zu verlieren, weil diese zu Konkurrenzprodukten wechseln oder die Produkte direkt im Ausland beziehen. Diese Möglichkeit wird jedoch durch Handelshemmnisse und teilweise durch private Absprachen erschwert. Die Wirtschaftspolitik ist deshalb gefordert, weiter am Abbau von Handelshemmnissen zu arbeiten und zu verhindern, dass private Absprachen den grenzüberschreitenden Wettbewerb behindern. Schliesslich sind aber auch die Kunden in der Schweiz aufgerufen, preisbewusst einzukaufen bzw. hart mit ihren Lieferanten zu verhandeln, wenn sie von den Aufwertungsgewinnen profitieren möchten.



Prof. Dr. Peter Moser
Wirtschaftsberater des Vorstehers EVD



Weitergabe von Einkaufsvorteilen aufgrund der Frankenstärke

Der hohe Aussenwert der Schweizer Währung belastet die Schweizer Exporteure, besonders jene, die in die EU exportieren. Ihre Produkte sind deswegen teurer geworden. Beim Import ist keine spiegelbildliche Entwicklung feststellbar, im Gegenteil. Die Differenz der Produktpreise zum Ausland hat sich mit der Frankenhause noch verstärkt: Die Hochpreisinsel Schweiz ist wieder voll zu Tage getreten. Der nachfolgende Artikel untersucht für wichtige Güterkategorien, ob überhaupt Einkaufsvorteile im Euroraum beim Import in die Schweiz und bis zu den Konsumenten weitergegeben werden, und wenn ja in welchem Masse. Die Ursachen der ausbleibenden Preisanpassungen beim Import werden beleuchtet.



Die Güterarbitrage auf Handelsstufe, welche die Preisdifferenzen einzuebnen hätte, ist in der Schweiz schwach ausgeprägt. Die daraus resultierenden Preisdifferenzen treiben die Konsumentinnen und Konsumenten in den Einkaufstourismus.

Foto: Keystone

Die Hochpreisinsel Schweiz, die 2003 in dieser Zeitschrift stark thematisiert wurde,¹ steht wegen der Frankenstärke erneut zur Debatte. Wie gross die Preisdifferenzen sein können, zeigt etwa das Beispiel der Babynahrung, das bei einer Erhebung des Staatssekretariats für Wirtschaft (Seco) zu Preisdifferenzen bei Gütern mit technischen Handelshemmnissen aufgetaucht ist.² Es verdeutlicht, wie krass das Gesetz des *Law of one Price*³ im Fall der Schweiz da und dort verletzt wird. Die Konsumentenpreise scheinen



Dr. Peter Balastèr
Projektleiter Transparenzstudie und Leiter Ressort Wachstum und Wettbewerbspolitik, Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Bern

generell eher der Zahlungsbereitschaft – und damit der Kaufkraft – der Länder zu folgen und werden an den Konjunkturverlauf im jeweiligen Markt angepasst. Die Güterarbitrage auf Handelsstufe, welche die Preisdifferenzen einzuebnen hätte, ist dagegen schwach ausgeprägt. Die daraus resultierenden Preisdifferenzen treiben die Konsumentinnen und Konsumenten in den Einkaufstourismus.

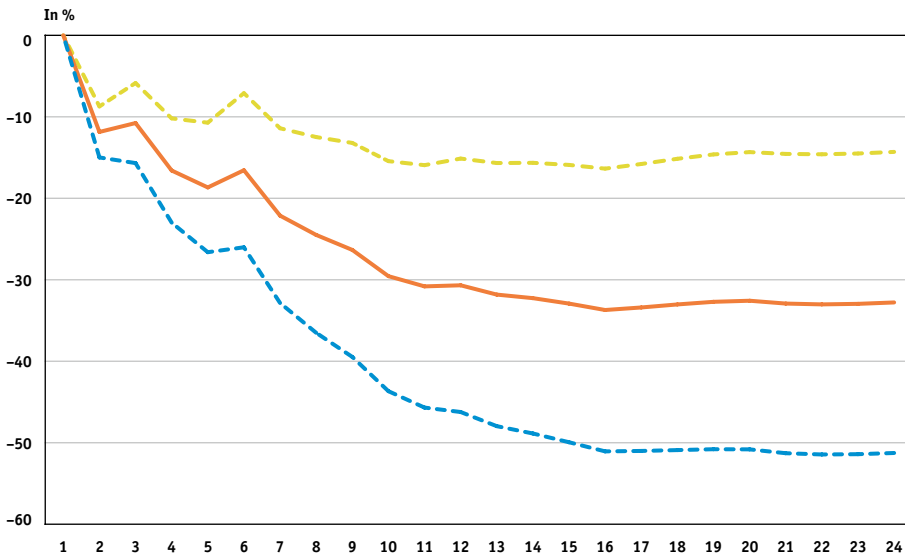
Wechselkursschwankungen bestimmen die Aktualität der Debatte

Bestimmenden Einfluss auf die Aktualität der Debatte um die Hochpreisinsel hat die schwankende Entwicklung des Aussenwertes des Frankens. Im Sommer 2007 war der Franken im Zeichen der Zinsspekulationsgeschäfte (*Carry Trade*) mit 1,65 Franken/Euro ausgeprägt schwach. Infolge der Vertrauenskrise im Euroraum ist er derzeit ausgesprochen stark, auch nach Festlegung einer Kursuntergrenze des Euro von 1,20 Franken am 6.9.2011 durch die Schweizerische Nationalbank (SNB).

Grafik 1

Exchange Rate Pass-Through auf den Importpreisindex

Preissenkung in % der Frankenaufwertung in Monaten nach dem Schock, Schätzperiode 7/1995–9/2011^a



a Nach 10 Monaten haben sich 30% der Frankenaufwertung im Importpreisindex niedergeschlagen. Die gestrichelten Linien geben das Vertrauensintervall dieser Schätzung an.

Quelle: SECO / Die Volkswirtschaft

Bisherige Untersuchungen zum sog. Exchange Rate Pass-Through

Wie weit sich Wechselkursschwankungen im Importpreis und im Endkundenpreis niederschlagen – der so genannte *Exchange Rate Pass-Through (ERPT)* – wurde 2007 in einer von der SNB publizierten Studie untersucht.⁶ Sie kam zum Ergebnis, dass sich eine Aufwertung nach wenigen Quartalen zu rund 40% in den Importpreisen niederschlägt und es dann im Wesentlichen bei diesem Wert bleibt. Die Konsumentenpreise als Ganzes reagieren zu 30% auf die Schwankungen des Importpreisindex. Dies entspricht einer quasi 100%-igen Weitergabe der Importpreisvergünstigung an die Endkunden, machen doch die Importgüter rund 30% des gesamten Konsumbündels der Haushalte aus.⁷

Die Seco-Transparenzstudie

Wir haben diese Berechnungen zuerst auf der Ebene des Gesamtindex der Importpreise und des Totals beim Landesindex der Konsumentenpreise repliziert.⁸ Grafik 1 zeigt die Ergebnisse (sie liegen auch auf Ebene einzelner Produktgruppen vor). Das Mass des ERPT ist etwa gleich gross wie in grösseren Ländern und in früheren Perioden. Hinweise auf eine gewisse Symmetrie der Weitergabe von veränderten Einkaufspreisen bei hohem bzw. unterbewertetem Franken sind vorhanden. Mit einem Zeitbedarf für die Weitergabe der Wechselkursvorteile ist zu rechnen. Beim Importpreisindex liegt die Verzögerung im Bereich von 3 Quartalen.

Die nachstehenden Abklärungen konzentrieren sich auf die Weitergabe der Wechselkursvorteile ab dem 2. Quartal 2010, seitdem pro Euro weniger als 1,40 Franken gezahlt werden müssen.

Hoher Preissockel auch bei durchschnittlichem Wechselkurs

Mit der Fokussierung auf diesen Zeitraum wird von einem relativ hohen Preissockel in der Schweiz ausgegangen; denn 2007 beklagte sich kein Hersteller und Händler, die Belieferung der Schweiz zahle sich angesichts der Wechselkursschwäche kaum mehr aus. In der Tat war das relative Preisniveau in der Schweiz bei Gütern gemäss den Kaufkraftparitätsberechnungen von Eurostat und der OECD auch 2007 überdurchschnittlich. Der Index für Konsumgüter stand damals auf 114 Punkten (EU15 = 100).⁴

Mit der Festlegung eines Referenzwertes von 1,40 Franken für die Bestimmung des Preissockels, der bei einer durchschnittlichen Wechselkursituation besteht, erreichen wir, dass der Untersuchungszeitraum⁵ sowohl eine Periode eines schwachen Frankens (v.a. 2007) wie eine Periode eines starken Frankens (v.a. 2011) umfasst. So wird es möglich zu untersuchen, ob die Folgen der Wechselkursschwankungen auf die Einkaufspreise auf Frankenbasis bei einer überbewerteten bzw. einer unterbewerteten Währung symmetrisch ausfallen.

Untersuchung der Importpreise bei 18 Güterkategorien

In einem zweiten Schritt haben wir die Untersuchung nach 18 Kategorien von Gütern aufgeschlüsselt und uns auf die Importpreise konzentriert. Gestützt auf die Importpreisindizes der amtlichen Statistik lässt sich Folgendes festhalten:⁹ Bei Textilien und Bekleidung, Gummi- und Kunststoffprodukten, Fahrzeugen und Fahrzeugteilen sowie Möbeln reagierten die Importpreise wenig auf die Aufwertung. Bei Nahrungsmitteln und Getränken, Leder/Lederwaren/Schuhen, elektronischem Equipment, chemischen und pharmazeutischen Produkten sowie Maschinen war die Reaktion ebenfalls eher schwach, doch könnte bei Importgütern, die an Unternehmen gehen, die Anpassung mit Zeitverzug noch in stärkerem Mass erfolgen. Bei fertigen Metallprodukten und gewissen elektronischen und optischen Produkten konnte kein statistisch signifikanter ERPT nachgewiesen werden. Gut oder relativ gut weitergegeben wurden die Einkaufsvorteile bei

1 Siehe «Die Volkswirtschaft» 7-2003.
 2 Genauere Angaben zu dieser Erhebung sind bei Isabelle Schluép-Campo, Ressort Wachstum und Wettbewerbspolitik (DPWW), Seco, erhältlich (isabelle.schluiep@seco.admin.ch).
 3 Das heisst die Regel, dass für international handelbare Güter ein gleicher Preis bezahlt werden sollte.
 4 Die Detailindizes bei der Berechnung der Kaufkraftparitäten legen den Schluss nahe, dass das relative Preisniveau für Konsumgüter 2007 nicht nur wegen der Produktion aus dem Inland teurer als in den umliegenden Ländern war, sondern auch wegen den Endverkaufspreisen von Importware.
 5 Der Untersuchungszeitraum ist vorab durch die Verfügbarkeit geeigneter Daten bestimmt. Er beginnt bei der Untersuchung der Importpreise im 1. Quartal 1994 und endet im 2. Quartal 2011. Bei der Untersuchung der Konsumentenpreise umfasst der Untersuchungszeitraum die Periode Mai 2003 bis Juni 2011.
 6 Vgl. Jonas Stulz: Exchange Rate Pass-Through in Switzerland: Evidence From Vector Autoregressions, Swiss National Bank Economic Studies Nr. 4 2007.
 7 Es geht hier um den Anteil der vor allem aus Importwaren bestehenden Indexexpositionen am Gesamtindex. Diese Positionen enthalten auch Inlandware; ihre Gewichtung schliesst die Bruttovertriebsmarge im Inland mit ein. Eigene Berechnungen haben zum Ergebnis geführt, dass beim Konsum der Haushalte nur einer von sechs Franken direkt ins Ausland geht.
 8 Dieser Teil der Untersuchung wurde von Marc Surchat, Ressort DPWW, Seco, bestritten.
 9 Dieser Teil der Untersuchung wurde von Christin Erb, Praktikantin im Ressort DPWW, Seco, beigesteuert, dies im Rahmen ihrer Masterarbeit an der Universität Bern im Fach Ökonomie.

Erdöl und Erdgas, Mineralölprodukten, Metallen, Metallhalbzeug, Papierprodukten, Holzprodukten und Glas/Keramik/Betonprodukten.

Ergebnisse einer Panelschätzung

Die Angaben auf Ebene der 18 Produktgruppen wurden im Rahmen einer Panelschätzung auch für die Messung des gesamtwirtschaftlichen ERPT verwendet, wobei sowohl statische wie auch dynamische Modelle über den Zeitraum 2004 bis 2011 angewendet wurden. Im Vergleich zur SNB-Studie und unserer Replikation dieser Analyse, die sich der Methode der so genannten VAR-Modelle bedient, zeigt die Panelregression bei einer erhöhten Signifikanz der geschätzten Werte eine höhere Weitergabe von Wechselkursvorteilen.

Wohin gehen die Importpreisvergünstigungen?

Die Schweiz importierte im Jahr 2010 Waren im Wert von 174 Mrd. Franken. Eine Aufwertung um 15%, wäre sie vollständig an die Schweiz weitergegeben worden, hätte – bei gleich bleibenden Produzentenpreisen im Ausland – die Importrechnung des Landes um 26 Mrd. Franken erleichtert. Die importierten Waren gehen allerdings nicht nur in den Konsum der Haushalte; ein guter Teil sind Vorleistungen für die Exportwirtschaft.

Die Auswertung der Input-Output-Tabelle 2005 zeigt, dass wechselkursbedingte Einsparungen beim Einkauf im Ausland im Fall einer mechanischen Überwälzung zur Hälfte in den Export, zu einem Sechstel in die Investitionsgüter und zu einem Drittel in den Konsum gehen würden. Für das Konsumentenbudget standen – gestützt auf das Importvolumen 2010 – nach Abschluss aller Anpassungsvorgänge somit potenziell gegen 9 Mrd. Franken an Einsparungen in Aussicht. Die theoretischen Auswirkungen einer Frankenaufwertung von 15% auf die Konsumteuerung sind demnach bei gegen 3% anzusetzen. Von diesem Betrag haben die Haushalte allerdings erst eine begrenzte Summe gesehen. Dies ergibt sich bereits aus der oben erfolgten Analyse der Importpreisindizes und bestätigt sich in der nachstehenden Analyse auf Konsumstufe.

Zur Analyse auf Konsumstufe¹⁰

Die Analyse auf Konsumstufe ist durch erhebliche statistische Schwierigkeiten belastet: Aus der amtlichen Statistik lassen sich weder die Bruttomarge des Handels noch der Anteil der Inland- und Auslandware bei den einzelnen Güterkategorien des Landesindex der Konsumentenpreise (LIK) entnehmen.

Diese Grössen zu kennen, wäre aber relevant, denn rein rechnerisch ist zu erwarten, dass bei 15% Aufwertung des Frankens auf Stufe der Konsumentenpreise auch dann erhebliche Preisdifferenzen zum umgebenden Ausland entstehen, wenn die Einkaufsvorteile aufgrund einer Frankenstärke durch Hersteller und Handel voll weitergegeben werden.

Betrachten wir zur Illustration dieses Punktes eine Position des LIK, die annahmegermäss zu 50% aus Inlandware und zu 50% aus Importware zusammengesetzt ist, und gehen wir von einer Bruttomarge des Vertriebs von 50% auf den Importpreisen bzw. den Fabrikabgabepreisen im Inland aus. In diesem Fall hat sich bei zwei Dritteln des Endverkaufspreises rein kostenbedingt wegen der Frankenstärke nichts geändert. Die 15% Aufwertung werden nur auf dem Drittel der Ausgabensumme der Konsumenten wirksam, das für die Bezahlung der Importe aufgewendet werden muss. Mithin ist bei diesen Anteilen von Importen, Inlandware und Bruttovertriebsmarge zu erwarten, dass sich trotz Weitergabe der währungsbedingten Einkaufsvorteile eine Divergenz bei den korrespondierenden Positionen in den Konsumentenpreisen Deutschlands und der Schweiz von 10% ergibt.

Deutliche Ausweitung der Preisunterschiede zu Deutschland

Grafik 2 zeigt, dass die Preisdifferenz über ein Jahr betrachtet um gegen 15% zugenommen hat – auch bei den Positionen mit einem hohen Anteil importierter Produkte. Damit wird die Referenzmarke von 10% bei einem Inlandproduktionsanteil und einer Bruttovertriebsmarge von je 50% deutlich übertroffen.

An den Ergebnissen zur Ausweitung der Preisdifferenzen zu Deutschland überrascht, dass sich gerade bei den Nahrungsmitteln, wo der Inlandkonsum vor allem durch die Inlandproduktion gedeckt wird, vom 2. Quartal 2010 bis zum 2. Quartal 2011 eine kleinere Preisdifferenz zu Deutschland geöffnet hat als bei den Kategorien von Waren, die weitestgehend importiert werden.

Import- und Produzentenpreisindizes haben oft geringe Erklärungskraft

Der Vergleich anhand des harmonisierten Konsumentenpreisindex lässt die Frage aufkommen, ob überhaupt ein statistisch signifikanter Zusammenhang zwischen den einschlägigen Positionen im Importpreisindex (IPI) und im Produzentenpreisindex der Schweiz (PPI) sowie der Konsumteuerung (gemessen am LIK) besteht. Anhand von VAR-Modellen kommt man zum Schluss,

Kasten 1

Vorgehen der Transparenzstudie

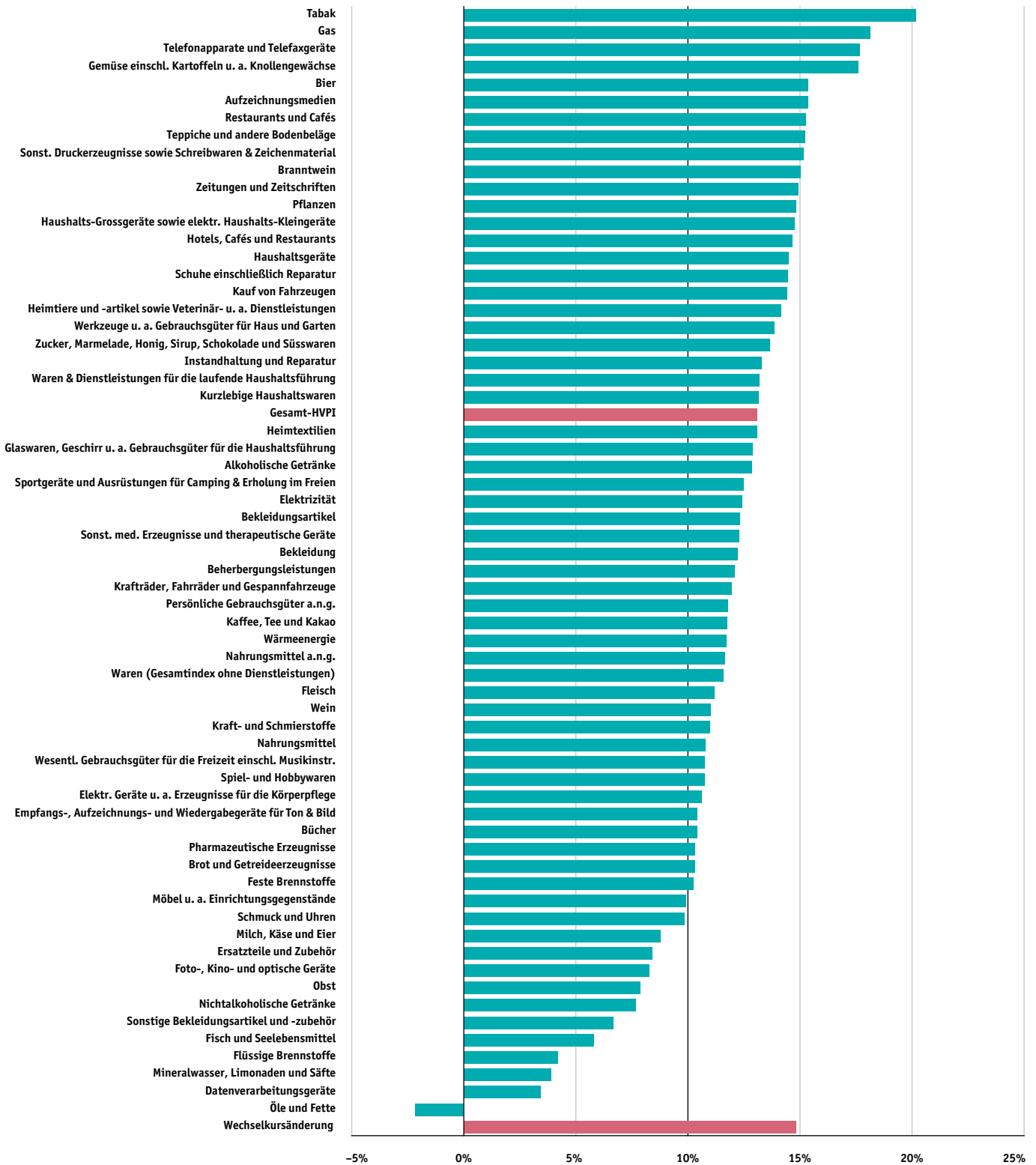
Die Transparenzstudie ging in vier Schritten vor: Zunächst wurde bestimmt, wie weit die Importpreise in der Schweiz auf die Produzentenpreise im Euroraum und den Wechselkurs reagieren. Dann wurde errechnet, wie weit die Importe (direkt und indirekt) in den Export, die Investitionen und den Konsum gehen. In einem dritten Schritt wurden die Preisdifferenzen betrachtet, die sich zu Deutschland in einem Jahr auf Stufe Konsumentenpreise effektiv ergeben haben. Wie weit sich diese Preisdifferenzen bei voller Weitergabe der Einkaufsvorteile ausgeweitet hätten, war mangels Kenntnissen der Bruttovertriebsmarge und der Import- resp. Inlandanteile an den einzelnen Positionen des Konsumentenpreisindex leider nicht zu bestimmen. Ersatzweise wurde dafür in einem vierten Schritt untersucht, welche Erklärungskraft die Importpreise und die inländischen Produzentenpreise für die Konsumteuerung haben. Eine kleine Erklärungskraft der Importpreise und der hiesigen Produzentenpreise spricht dafür, dass die Weitergabe der Vergünstigungen auf Stufe Importpreise – soweit es überhaupt zu einer solchen kommt – an die Endkunden gleichfalls mangelhaft bleibt.

Das Arbeitspapier zur Transparenzstudie ist unter www.seco.admin.ch unter «Themen», «Wirtschaftspolitik», «Strukturanalysen und Wirtschaftswachstum» aufgeschaltet.

¹⁰ Die Untersuchungen zur Situation der Konsumenten wurden von Sarah Fischer, Praktikantin im Ressort DPWW, Seco, vorgenommen, dies im Rahmen ihrer Masterarbeit an der Universität Bern im Fach Ökonomie.

Grafik 2

Ausweitung der Preisdifferenzen zu Deutschland gemäss harmonisiertem Verbraucherpreisindex, 2. Quartal 2010–2. Quartal 2011



Lesehilfe: Bei einer Position des harmonisierten Konsumentenpreisindex, die zu 50% aus Inlandwaren und zu 50% aus Importwaren besteht, wäre bei voller Weitergabe der Einkaufsvorteile im Euroraum an die Konsumenten in der Schweiz eine Preisdifferenz von 10% zu Deutschland aufgetreten, dies unter der zusätzlichen Annahme, die Bruttovertriebsmarge auf Importen wie Inlandware betrage 50% des Fabrikabgabepreises in der Schweiz bzw. des Preises franko Grenze.

Quelle: BFS, Eurostat, SECO / Die Volkswirtschaft

dass die kostenbasierte Preissetzung auf Konsumstufe nicht sehr ausgeprägt ist.

Bei Gartenbauprodukten, Geflügelfleisch, Zucker, Süsswaren, Spirituosen, Bier, Mineralwasser, Bekleidung, Schuhen, Papierwaren für die Körperpflege, Druckerzeugnissen, Körperpflegemitteln, Telekomgeräten, Un-

terhaltungselektronik, optischen Geräten, elektrischen Haushaltgeräten, Automobilen, Fahrrädern und Motorfahrrädern lässt sich bei einer Schätzung über den Zeitraum Mai 2003 bis Juni 2011 kein statisch signifikanter Zusammenhang zwischen den so benannten Positionen des LIK und den korrespondie-

Tabelle 1

Erklärungskraft von Importpreis- und Produzentenpreisindizes für die Konsumteuerung

(IPI: Importpreisindex; PPI: Produzentenpreisindex)

| IPI: | Nicht relevant | Wenig relevant | Mässig relevant | Relevant ^a |
|--------------------------------------|---|--|-------------------------------|-----------------------|
| PPI: Nicht relevant | (vgl. Text) | Strickwaren Unterbekleidung Pneus Möbel Dauerbackwaren Mineralwasser | | Teppiche |
| Mässig relevant | Waschmittel Müllereiprodukte Kaffee und Tee Nahrungsmittel | Würzmittel und Saucen Mediz. Apparate und Geräte Öle und Fette Fleisch ohne Geflügel Traubenwein Schuhe Oberbekleidung | Verarbeitetes Obst und Gemüse | Mineralölprodukte |
| Relevant | Gemüse und Kartoffeln Tabak Fleisch Schreib- und Zeichenmaterial Bücher | | | |

a «Relevant» bedeutet, dass nach fünf Jahren der Konsumentenpreis um mehr als 40% auf einen Schock des Produzentenpreise und/oder des Importpreises positiv reagiert hat; «mässig relevant» bedeutet eine Reaktion von mindestens 20%, «wenig relevant» von mindestens 10%, während mit «nicht relevant» eine tiefere Reaktion als 10% bezeichnet wird.

Quelle: SECO / Die Volkswirtschaft

renden Positionen des IPI bzw. PPI feststellen. In *Tabelle 1* wird in der Horizontalen gezeigt, wo der IPI eine geringe, mässige oder grosse Relevanz für die Konsumteuerung hat, dies in Abhängigkeit von der Bedeutung, die dem PPI zukommt (vertikale Dimension).

Ursachen ausbleibender Preisanpassungen

Die vorangehenden Betrachtungen zum Einsparpotenzial der Haushalte und dessen Realisierung bei den einzelnen Produktkategorien sind in mehrfacher Hinsicht unökonomisch. Einerseits lässt sich argumentieren, dass die Wechselkursveränderung die Preise auf viel breiterer Front erfassen sollte. Einmal könnte sich der Wertschöpfungsanteil im Inland – d.h. die Handelsspanne – parallel zur Importverbilligung verändern, so etwa wenn der Detailhandel (inkl. Fiskus) einen prozentualen Zuschlag auf den Einstandspreisen franko Grenze macht. Zweitens werden die Konsumenten reagieren und auf die billiger gewordenen Importprodukte umsteigen; ihre Budgetentlastung wäre daher durch Umstellungen im Konsum grösser. Durch diese Umstellungen im Konsum sollten drittens auch die Preise der Inlandproduktion unter Druck kommen und den Haushalt weiter entlasten.

Andererseits gibt es Umstände, die gegen eine Entlastung des Haushaltsbudgets spre-

chen und die nicht Ausdruck von Preisdiskriminierung zu Lasten der Schweiz und der hiesigen Kunden sind. Insbesondere sind die Veränderungen von Wechselkursen und Produzentenpreisen im In- und Ausland in ihrer Interdependenz zu sehen. Gemäss der Kaufkraftparitätentheorie in ihrer relativen Form gleicht der Wechselkurs über kurz oder lang die Inflationsdifferenzen zwischen den beiden beteiligten Ländern aus. Dies kann für Hersteller und Handel Anlass sein, die Wechselkursveränderung nicht weiterzugeben, weil sie davon ausgehen, dass sie bald kompensierende Aufschläge aufgrund des Anstiegs der Produktionskosten im Ausland resp. der Importpreise auf Fremdwährungsbasis vornehmen müssen (gemäss Kaufkraftparitätentheorie per Saldo im Ausmass der Inlandteuerung). Eine solche Trägheit der Preisentwicklung kann aber auch schon resultieren, wenn von den Akteuren nur die Schwankungen des nominellen Wechselkurses als rein temporär eingestuft werden, die den Aufwand einer Preisänderung gar nicht rechtfertigen (*Menu Cost* von Preisänderungen). Für träge Preisreaktionen spricht weiter, dass Lieferverträge oft weit im Voraus (z.B. bei Maschinen) oder auf Frankenbasis abgeschlossen und nur periodisch erneuert werden. Wenn die mit diesen Verträgen erfassten Waren die Grenze überschreiten, reflektiert ihr Preis vergangene Wechselkursverhältnisse. Analoge Verzögerungen in der Transmission von Wechselkursveränderungen können sich ergeben, wenn Lieferungen durch Devisentermingeschäfte gegen Wechselkursschwankungen abgesichert wurden. Namentlich das Ergebnis für den ERPT in die Importpreise spricht aber dafür, dass die nationalen Grenzen in Europa noch bedeutend sind und gerade in der Schweiz eine eigene, am hiesigen Käuferverhalten orientierte Preispolitik betrieben werden kann.

Fazit

Die Abklärungen zum ERPT zeigen, dass nationale Grenzen weiterhin eine wichtige Rolle bei der Preisentwicklung in verschiedenen Wirtschaftsräumen spielen. Unterschiede in der Kaufkraft, dem Verhalten der Konsumenten und den Regulierungen führen zu auseinanderlaufenden Preisentwicklungen. Die Schweiz hat sich politisch entschieden, ein eigener Wirtschaftsraum zu bleiben mit einer eigenen Rechtsordnung und einer eigenen Währung. In diesem Umfeld setzen die Firmen schweizspezifische Preise fest. Handel und Konsumenten können mit ihrem Verhalten aber wirkungsvoll der Ausnutzung der hohen Kaufkraft in der Schweiz entgegenwirken.

Trotz tiefem Euro und US-Dollar hohe Preise in der Schweiz: Wo bleiben die Wechselkursgewinne?

Die Schweiz zählt nach wie vor zu den teuersten Ländern. Die Preise für identische Produkte sind in der Schweiz bis zu 50% teurer als in der EU – und dies trotz der Zulassung von Parallelimporten, der Einführung des Cassis-de-Dijon-Prinzips und den in den letzten Jahren massiv gesunkenen Euro- und US-Dollar-Kursen. Es liegt daher nahe, dass der Wettbewerb in der Schweiz nur beschränkt spielt, Parallelimporte nach wie vor behindert, wenn nicht verunmöglicht werden, horizontale und vertikale Preis- und Gebietsabsprachen stattfinden sowie Wechselkursgewinne nicht an die Konsumenten weitergegeben werden. Als Folge davon verbucht der Einkaufstourismus Rekordwerte. Wer trotzdem in der Schweiz einkauft, gibt mehr Geld aus, als er müsste. Damit geht Kaufkraft im Inland verloren.



Franziska Troesch-Schnyder
Präsidentin, Konsumentenforum kf

Die bundesrätlichen Massnahmen zur Abfederung der Frankenstärke, zur Sicherung von Arbeitsplätzen und zum Erhalt der Standortattraktivität, welchen das Parlament in der Herbstsession zugestimmt hat, sind zu begrüssen. Ebenso die Stabilisierung des Frankens, welche solange aufrechterhalten werden kann, als der Euro nicht noch mehr an Wert verliert.

Dringende Massnahmen zur Stärkung des Wettbewerbs

Aus Sicht des Konsumentenforums könnten mit folgenden, dringenden Massnahmen ein freier Markt und fairer Wettbewerb zum Vorteil der Konsumenten – das sind wir letztlich alle – gefördert werden:

- *Abbau von Zoll- und Gebührenbarrieren beim Direkteinkauf im Ausland:* Mit der Verzollungsvereinbarung des Preisüberwachers mit der Post ist diese Forderung teilweise erfüllt. Neu soll bei der Abfertigung durch die Post ein Einheitstarif zur Anwendung kommen. Dies wird zu einer spürbaren Entlastung – insbesondere beim Direktimport von Tiefpreiswaren aus unseren Nachbarländern – führen. Indem der Direktimport erleichtert wird, wird die Wettbewerbsfähigkeit von Produkten aus dem Ausland gestärkt und damit der Druck auf die Weitergabe von Wechselkursgewinnen im Inland erhöht. Leider tritt dieser Einheitstarif aus technischen Gründen erst auf den 1. März 2012 in Kraft. Weitere Schritte müssen folgen.
- *Internetplattform für informierten Kaufentscheid:* Eine Internetplattform soll Konsumentinnen und Konsumenten die notwendigen Daten über günstige Alternativen zu überteuerten Importen zu Verfügung stellen und sie so in die Lage versetzen, einen informierten Kaufentscheid zu fällen. Diese Plattform könnte vom Eidg. Büro für Konsumentenfragen oder einer Konsumentenorganisation – wie dem Konsumentenforum – betreut werden. Allerdings müssten die entsprechenden Mittel zu Verfügung gestellt werden.
- *Meldestelle beim Verdacht auf missbräuchliche kartellistische Absprachen:* Weigern sich ausländische Lieferanten und Produzenten, Bestellungen aus der Schweiz di-

rekt abzuwickeln, so hat die Wettbewerbskommission oder der Preisüberwacher abzuklären, ob faktisch ein Importmonopol in die Schweiz besteht.

- *Effizientere staatliche Kontrollen und weniger Bürokratie:* Durch verbesserte Koordination oder Zusammenlegung der betroffenen Ämter und Stellen können Kontrollen wirkungsvoller und mit weniger Aufwand für die betroffenen Unternehmen durchgeführt werden. Damit können Kosten eingespart werden. Durch diese Einsparungen kann günstiger produziert werden, was Preissenkungen ermöglicht und die Wettbewerbsfähigkeit erhöht.
- *Stärkung von Preisüberwacher und Wettbewerbskommission:* Preisüberwacher und Wettbewerbskommission sind zu beauftragen, die schon heute bestehenden Möglichkeiten, gegen Absprachen und ungerechtfertigt überhöhte Preise vorzugehen, konsequent und hartnäckig auszuschöpfen. Dafür ist das notwendige Personal wie auch die Finanzierung sicherzustellen.
- *Verschärfung des Kartellgesetzes und weiterer Ausbau des freien Handels:* Das Konsumentenforum begrüsst die vom Bundesrat in die Vernehmlassung gegebene Verschärfung des Kartellrechts, wonach sowohl horizontale wie vertikale Preis-, Mengen- und Gebietsabsprachen grundsätzlich unzulässig sind und Ausnahmebegehren vom Unternehmen begründet werden müssen. Damit wird der Wettbewerb gestärkt, effektive Parallelimporte werden ermöglicht und die Preisdifferenzen zum umliegenden Ausland abgebaut.

Das Konsumentenforum ist überzeugt, dass nur mit fairem und freiem Wettbewerb genügend Druck auf Importeure aufgebaut werden kann, Wechselkursgewinne weiterzugeben und Produkte zu Preisen auf EU-Niveau anzubieten. Davon könnten neben den Konsumenten nicht zuletzt auch die standortgebundenen Wirtschaftszweige – wie Detailhandel, Tourismus, Hotellerie und Gastronomie – profitieren: Mit Einkaufspreisen auf EU-Niveau könnten sie günstiger und konkurrenzfähiger anbieten. Es würde wieder vermehrt in der Schweiz eingekauft und konsumiert. ■

Weitergabe von Währungsgewinnen – ein harter Kampf um Kunden

Die Preisdifferenzen zwischen der Schweiz und den umliegenden Ländern tendierten – gemäss einer Studie BAK-Basel – bis zum Einbruch des Euro bei Non-Food-Produkten gegen Null, und bei Lebensmitteln betrug sie rund 12%. Dieses Resultat war das Ergebnis einer langjährigen Annäherung des in- und ausländischen Preisniveaus, das primär durch nachhaltige Effizienzsteigerungen und Preissenkungen im Schweizer Lebensmittelhandel erzielt wurde. Die aktuelle starke Aufwertung des Schweizerfrankens gegenüber dem Euro hat eine schnelle Erosion der hart erkämpften Fortschritte in Richtung Preisnivellierung gegenüber dem EU-Ausland zur Folge. Gefördert durch die mediale Präsenz der Euro-Thematik stieg der Einkaufstourismus 2011 in der Folge stark an.

Coop gibt währungsbedingte Einstandspreisverbesserungen, die sie im Rahmen direkter Importe erzielt, umgehend und vollumfänglich an ihre Kunden weiter. Zudem führt Coop bereits seit Monaten mit ihren multinationalen Lieferanten Verhandlungen mit dem Ziel, dass sie ihre Währungsgewinne konsequent an Coop – und damit an die Schweizer Konsumenten – weitergeben. In der Praxis werden diese Anstrengungen erschwert, weil ein namhafter Teil der multinationalen Lieferanten aus dem Euroraum über Schweizer Niederlassungen agiert und die Geschäfte über Frankenkontrakte abgewickelt werden. Ungeachtet dessen konnte Coop beachtliche Verhandlungserfolge realisieren und dadurch substantielle Preisabschläge durchführen. Dabei entfaltete der steigende mediale Druck eine spürbar Unterstützung. In dieselbe Richtung wirkte die Aussprache zwischen Vertretern der Wirtschaft und des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartementes (EVD) unter der Leitung von Bundesrat Schneider-Ammann. Eine wichtige Erkenntnis war, dass das ökonomische Konstrukt des Interbrand-Wettbewerbs nicht spielt, sondern dass es sogenannte *Must-in-Stock-Produkte* gibt, auf die der Handel angewiesen ist. Die multinationalen Anbieter geniessen bei diesen Produkten hinsichtlich Gestaltung der Einstandspreise grosse Freiheiten. Wer etwa Nivea-Produkte oder Coca Cola kaufen will, der weicht bei hohen Preisen in der Schweiz nicht auf die entsprechenden Eigenmarken der Detailhändler aus, sondern kauft diese Produkte im nahen Ausland.

Erfolgreicher Kampf gegen marktmächtige renitente Lieferanten

Die Anerkennung dieser Tatsache ermöglichte es Coop, Produkte von marktmächtigen renitenten Lieferanten, die sich weigerten, ihre Währungsgewinne an die Konsumenten weiterzugeben, vorübergehend aus dem Sortiment zu nehmen. Dies wäre in der Vergangenheit aufgrund des Risikos von Reaktionen seitens der Wettbewerbsbehörde nicht möglich gewesen. Mit selektiven Auslistungen hat Coop ein starkes Signal im Markt gesetzt, das zahlreiche multinationale Hersteller zum Einlenken bewegte. Davon

profitiert haben – neben den Kunden – auch unsere Mitbewerber. Coop versteht jedoch die Auslistungen als Mittel der letzten Wahl, das nur dann zur Anwendung gelangen soll, wenn vorgängig sämtliche Verhandlungsoptionen ausgeschöpft wurden.

Vollständige Preisnivellierung gegenüber dem Ausland unrealistisch

Coop hat seit Beginn der Euroschwäche bei 2875 Artikeln die Preise gesenkt und 172,5 Mio. Franken abgeschlossen. Einen Teil der Preisabschläge hat das Unternehmen selber bezahlt und mehr weitergegeben, als ihr von den multinationalen Markenartikelherstellern gewährt wurde. So erfreulich die Preisabschläge aus Sicht der Konsumenten auch sind, sie haben auch ihre Schattenseiten. Insbesondere hat der Verlust von Umsatz (preis- und mengenbedingt) im gesamten Detailhandel negative Auswirkungen auf die Beschäftigung. Diese werden erst verzögert spürbar werden. Der Schweizer Detailhandel wird aber auch in Zukunft in den Bereichen Personal, Logistik, Infrastruktur, Mieten usw. signifikante Kostennachteile gegenüber ausländischen Konkurrenten aufweisen. Eine vollständige Preisnivellierung gegenüber dem Ausland ist aus Coop-Sicht deshalb nicht realistisch. Die Preisdifferenz zum ausländischen Detailhandel sollten sich aber mittelfristig auf maximal 20% einpendeln.

Coop geht davon aus, dass der Frankenkurs noch länger hoch bleiben wird. Umso wichtiger sind deshalb langfristig gute Rahmenbedingungen für Schweizer Hersteller und Detailhändler. Konkret erwarten wir von den Behörden, dass Parallelimporte durch den Wegfall der restriktiven Produktionsland-Deklarationsvorschriften für Produkte aus der EU wesentlich vereinfacht werden. Zudem erhoffen wir von der Wettbewerbskommission, dass sie gegen multinationale Lieferanten, die ihre marktmächtige Stellung vor allem im Kontext der *Must-in-stock*-Thematik missbrauchen und/oder Parallelimporte aufgrund der Nichtgewährung von Ursprungszeugnissen verhindern, mit der gebotenen Schärfe vorgeht. ■



Jürg Peritz
Leiter Marketing und
Mitglied der Geschäfts-
leitung, Coop

Weitergabe von Währungsgewinnen: Auch bei heiklen Themen für Transparenz

In der noch aktuellen Diskussion wurde seitens des Schweizer Handels mehrmals der Vorwurf laut, Promarca-Mitgliedsunternehmen würden willentlich Vorteile aus dem tiefen Eurokurs für sich behalten. Eine interne Umfrage zeigte hingegen, dass die grosse Mehrheit unserer Mitglieder die Währungsgewinne weitergibt. Diese Umfrage bestätigte auch, dass Währungsdifferenzen bereits im Herbst 2010 zwischen Händlern und Lieferanten thematisiert worden sind. Schlussendlich sind es aber die Händler, die die Verkaufspreise an die Konsumenten eigenmächtig festlegen. Die Lieferanten haben auf diesen Preis keinen Einfluss.

Promarca vertritt die Interessen von 101 im Konsumgüterbereich tätigen nationalen und internationalen Markenunternehmen. Es ist im Interesse unserer Mitglieder, auch bei heiklen Themen Transparenz zu schaffen – dies insbesondere auch in Angelegenheiten wie der Problematik der Weitergabe von Währungsgewinnen. Mit dem Ziel, die Transparenz in Sachen Währungsdifferenzen zu erhöhen, forderte Promarca noch im Sommer dieses Jahres dazu auf, von unabhängiger Seite zu untersuchen, wo und warum Währungsdifferenzen sowie anderweitig gewährte Preisnachlässe der Lieferanten nicht bis zum Konsumenten gelangen. Zum Thema Währungsdifferenzen publizierte die Schweizerische Nationalbank (SNB) bereits 2007 eine Studie, die sie wie folgt zusammenfasste: «Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass Wechselkurschocs zwar nicht vollständig, aber doch zu einem beträchtlichen Teil auf die Importpreise übertragen werden. Im Vergleich dazu reagieren die Konsumentenpreise nur schwach auf Veränderungen des Wechselkurses.» Dieses Resultat wird nun auch durch die jüngste Studie des Staatssekretariats für Wirtschaft (Seco) bestätigt.

Händler im Verhältnis zu den Lieferanten sehr selektiv

Dass Währungsdifferenzen dem Konsumenten gehören, wird kaum jemand bestreiten. Nur sind die Händler im Verhältnis zu den Lieferanten sehr «selektiv». Preisnachlässe werden gerne entgegengenommen, Preisauflagen hingegen – sei dies in Bezug auf Währungsdifferenzen bei einem schwachen Schweizer Franken oder auf steigende Rohstoffe – kaum akzeptiert. Zudem bestehen, wie die Promarca-interne Umfrage zeigt, zumindest Zweifel, dass gewährte Preisnachlässe auch tatsächlich den Konsumenten weitergegeben werden. Eine nicht unbedeutende Rolle spielt hier die Machtposition der Grossverteiler Migros und Coop, die übrigens unlängst von der Wettbewerbskommission (Weko) als kollektiv marktbeherrschend beurteilt wurden.

Nun sollen kartellrechtliche Lösungsinstrumente das Problem der Frankenstärke aus der Welt schaffen. Dabei wird vergessen, dass das Thema Hochpreisinsel kein neues ist und

dass die Weko bereits 2004 verschiedene Verfahren gegen Lieferanten wegen angeblich überhöhter Schweizer Preise eröffnet hatte. Bereits damals wurde deutlich, dass das höhere Schweizer Preisniveau nicht auf Kartellrechtverstöße zurückzuführen sind. Tarifäre und regulatorische Umstände waren Hauptursachen für die höheren Preise. Die nun im Schnellschussverfahren mit unzumutbaren Vernehmlassungsfristen vorgeschlagene Revision stellt daher mit Sicherheit kein Mittel dar, um das Währungsproblem zu lösen. Hingegen würde diese Revision eine erhebliche Schlechterstellung der Unternehmen in Verfahren vor der Weko bedeuten. Ausserdem steht sie mit Bezug auf die Beurteilung von Vertikalabreden im Widerspruch zur früher vorgelegten KG-Revisionsvorlage des Eidg. Volkswirtschaftsdepartements (EVD), die zurzeit ebenfalls parallel hängig ist.

Verlässliche Informationen über Machtverhältnisse zwischen Handel und Herstellern nötig

Es stellt sich nun doch die Frage, ob das Augenmerk des EVD nicht mehr auf die Verhaltensweisen der Detailhändler und deren Machtstellung gerichtet werden sollte. So hat aktuell das Deutsche Bundeskartellamt Untersuchungen eingeleitet, mit dem Ziel, verlässliche Informationen über die Machtverhältnisse zwischen Handel und Herstellern zu sammeln und daraus wettbewerbsrechtliche Erkenntnisse zu gewinnen. Im Vordergrund der Ermittlungen stehen denn auch in einem ersten Teil die Marktstrukturen auf den Beschaffungsmärkten des Lebensmittel-einzelhandels und in einem zweiten Teil wettbewerbsökonomische Einzelheiten, wie etwa der Zusammenhang zwischen Grösse und Einkaufsvorteilen. Vergessen wir nicht, dass in Deutschland immerhin vier Handelsunternehmen 85% des Absatzmarktes vereinen und es in der Schweiz aber gar nur noch zwei sind, die den Handel dominieren. Promarca ist überzeugt, dass eine solche Vorgehensweise zielführender wäre als die aktuellen Vorschläge des Bundesrates, die zum einen keine Lösung für die wirtschaftlichen Probleme der Frankenstärke bieten und zum anderen die Position der Unternehmen in Verfahren von der Weko erheblich verschlechtern würde. ■



Anastasia Li-Treyer
Direktorin, Promarca

Überhöhte Preise: Kampf gegen Windmühlen?

Die Schweiz mit ihrer hohen Kaufkraft lädt seit langem ausländische Konzerne ein, diese abzuschöpfen. Die Frankenstärke hat ein strukturelles Problem bloss akzentuiert. Internationale Hersteller, die den Schweizer Handel zwingen, die Ware über den Schweizer Ableger in Schweizer Franken zu beziehen, geben die Währungsvorteile nur teilweise weiter. Aber auch die Preise für Lebensmittel in der Schweiz sind überhöht: Es besteht akuter Handlungsbedarf.

Die Hochpreisinsel Schweiz und die damit verbundene Marktabschottung ist ein seit über zehn Jahren schwelendes Problem. 1999 gewährte das Bundesgericht Kodak mit einem wegweisenden Entscheid praktisch das patentrechtliche Einfuhrmonopol und gewährte ihm dadurch das Recht, die höhere Schweizer Kaufkraft durch überhöhte Preise abzuschöpfen. Dieses umstrittene Urteil löste eine Kaskade von politischen Vorstössen zur Hochpreisinsel Schweiz aus. Trotz hartem Widerstand – auch von Seiten der Wirtschaft – gelang es mit vereinten Kräften, das faktische Parallelimportverbot patentgeschützter Güter aufzuheben. Nach diesem Durchbruch stimmte das Parlament auch der Übernahme des Cassis-de-Dijon-Prinzips zu. Dies zeigte Wirkung: Die Preise kamen – dank hartem Wettbewerb und im internationalen Vergleich hoher Produktivität des Schweizer Detailhandels – massiv ins Rutschen.

Frankenproblematik macht vorherige Anstrengungen zunichte

Die Frankenhaussache hat mit einem Schlag die Preisdifferenzen zum Ausland ins öffentliche Bewusstsein gerückt. Konsumentenfunktionärinnen heizten die Stimmung an, indem sie Produkte einer deutschen Billig-Drogerie, die wegen unterentwickelter sozialer Sensibilität in Gewerkschaftskreisen als schwarzes Schaf galt, mit jenen eines Schweizer Markenartikelhändlers verglichen. Der Unmut bei gewissen Konsumentinnen und Konsumenten entlud sich im verstärkten Gang nach Konstanz, Weil und Thoiry. Die Kleinräumigkeit unseres Landes erlaubt es den mobilen Kunden dabei relativ leicht, ennet der Grenze zu posten. Dieser Trend ist nicht nur ökologisch bedenklich, wie die langen Autoschlangen an den Zollämtern belegen, sondern auch volkswirtschaftlich. BAK Basel Economics rechnet damit, dass die Schweizer Haushalte im laufenden Jahr deutlich mehr für Lebensmittel im grenznahen Ausland ausgeben als im vergangenen Jahr. Alleine für Fleisch fliesen gemäss Schätzungen des Schweizerischen Fleischfachverbandes SFF schätzungsweise 900 Mio. Franken ins Ausland.

Für die überhöhten Schweizer Preise gibt es – nebst dem allgemein hohen Kostenniveau – objektive Gründe. So haben internati-

onale Hersteller, die den Schweizer Handel zwingen, die Ware über den Schweizer Ableger in Schweizer Franken zu beziehen, die Währungsvorteile nur teilweise weitergeben, was in diversen Fällen zu grotesken Differenzen führte. Sie haben ihr Geschäftsmodell der überrissenen Preisdifferenzierungen verfeinert und schliessen, weil sie die Warenflüsse beherrschen, den Graumarkt weitgehend aus.

Must-in Stock-Problematik muss politisch gelöst werden

Gerade bei den Topmarken spielt der von Ökonomen gepriesene Interbrand-Wettbewerb nicht. Die meisten nassrasierenden Männer kaufen eben die G-Marke; und wenn sie ins Ausland ausweichen, bleiben sie ihr treu. Deshalb führt der wachsende Einkaufstourismus – entgegen den Prophezeiungen von amtlicher Seite – nicht dazu, dass die Preise etwa auf Edelasierklingen sinken. Der G-Hersteller verkauft dann etwas weniger davon in der Schweiz, dafür etwas mehr in Deutschland. Deshalb muss die sogenannte Must-in-Stock-Problematik politisch gelöst werden. Es kann nicht sein, dass gewisse Produkte im Extremfall beim Hardtdiscounter in Deutschland billiger angeboten werden als zum Einstandspreis in der Schweiz. Würden sich deutsche Behörden im umgekehrten Fall solche Preismissbräuche tatenlos gefallen lassen? Mit Sicherheit nicht.

Überhöhte Lebensmittelpreise

In der ganzen Debatte werden die hohen Schweizer Nahrungsmittelpreise erstaunlich wenig thematisiert, obwohl die Konsumenten im Gegensatz zu Rasierklingen fast täglich Nahrungsmittel einkaufen. Dieses Preisniveau ist politisch gewollt, um den hohen Schweizer Agrarschutz aufrecht zu erhalten. Doch auch hier gilt: Die Differenzen sind zu gross; es herrscht Handlungsbedarf, wie auch der Bundesrat erkannt hat. Die Migros hat sich politisch stets für Wettbewerb und gegen Marktabschottung eingesetzt. Sie befürwortet die Verhandlungen über ein Agrarabkommen mit der EU. Und sie unterstützt das Referendum gegen die Buchpreisbindung aus übergeordneten Gründen, denn das Buch ist ja nicht ihr Kerngeschäft. ■



Gabi Buchwalder
Dipl. Ing. Agronomin ETH,
Migros-Genossenschafts-
Bund, Zürich