

Wettbewerbsfähige Preise im Schweizer Detailhandel

- Damit der Einkaufstourismus nicht weiter anwächst und Arbeits- und Ausbildungsplätze im Schweizer Detailhandel gefährdet, sind Handelshemmnisse und Überregulierung, unnötige Bürokratie, Monopole und hohe Gebühren abzubauen.
- Preisunterschiede gegenüber den Nachbarländern sind grösstenteils ökonomisch und politisch erklärbar.

Im Detailhandel finden sich rund 7 Prozent aller Schweizer Arbeitsplätze und jede 8. Lehrstelle. Im Jahr 2015 kauften die Schweizerinnen und Schweizer für 11 Milliarden Franken im Ausland ein. Damit der Einkaufstourismus nicht weiter zunimmt und Arbeits- und Ausbildungsplätze gefährdet, müssen die vorhandenen regulatorischen und administrativen Spielräume genutzt werden. Das heisst:

- Keine neuen Handelshemmnisse
- Bestehende Handelshemmnisse ausmerzen
- Überregulierung, unnötige Bürokratie und hohe Gebühren sind abzubauen.

Die Schweizer Detailhändler stellen sich dem Wettbewerb und setzen alles daran, ihre Produkte zu einem wettbewerbsfähigen Preis-Leistungs-Verhältnis anzubieten. Untersuchungen wie der «Retail Outlook 2016» der Credit Suisse kommen zum Schluss, dass die Preisdifferenzen gegenüber dem Ausland grösstenteils ökonomisch erklärbar sind, etwa durch hohe Löhne (kaufkraftbereinigt 40 Prozent über dem OECD-Durchschnitt), Transportkosten und Mieten. Währungsgewinne geben die Schweizer Detailhändler grösstenteils konsequent weiter.

Ein vollständiger Abbau der Preisdifferenzen zum Ausland in allen Bereichen ist nicht realistisch. Die Politik verfügt aber über zahlreiche Steuerungsmöglichkeiten, um die Wettbewerbsfähigkeit des Schweizer Detailhandels zu stärken. Handelshemmnisse und Überregulierung, unnötige Bürokratie, Monopole und hohe Gebühren leisten einen unwillkommenen Beitrag zu Preisinsel Schweiz. Weil Wettbewerb das wirksamste Mittel gegen hohe Preise ist, sind Marktabschottungen zu bekämpfen. Insbesondere müssen der «Swiss Finish» bei Produkteregulierungen vermieden, technische Handelshemmnisse abgebaut und das Casis-de-Dijon-Prinzip konsequent angewendet werden. Der Zwang zu Umetikettierung und Neuverpackung verteuert Produkte ohne echten Mehrwert. Eine Verringerung der Gebührenlast und der Kampf gegen Kartelle und Monopole sind weitere wichtige Handlungsansätze. Zu vermeiden sind in jedem Fall Gebühren- und Steuererhöhungen, die die Preise in die Höhe treiben.

Protektionistische Massnahmen lehnt die Swiss Retail Federation ab. Sie spricht sich auch für eine schrittweise Öffnung des Agrarmarkts und eine Stärkung des Freihandel aus – im Interesse der Konsumentinnen und Konsumenten, aber auch der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in der Schweiz.

Weitere Informationen finden sich im Faktenblatt zur Hochpreisinsel Schweiz, das die Swiss Retail Federation zusammen mit Handel Schweiz 2015 erarbeitet hat. Download unter www.swiss-retail.ch.