



SCHWEIZER DETAILHANDEL BRAUCHT FAIRE RAHMEN- BEDINGUNGEN

Konkurrenz belebt den Markt – davon profitieren in der Regel Kundschaft und Detailhandel: Denn der ständige Wettbewerb hält alle agil. Für den Detailhandel funktioniert das jedoch nur, solange der Wettbewerb fair ist und für alle die gleichen Regeln gelten. Genau dafür setzt sich die SWISS RETAIL FEDERATION – der Dachverband der Schweizer Detailhandelsbranche – politisch ein. Denn nur mit attraktiven Rahmenbedingungen kann der Detailhandel Arbeitsplätze sichern, Innovation fördern und einen verlässlichen Beitrag zur Volkswirtschaft leisten.

DAGMAR T. JENNI, DIREKTORIN
SWISS RETAIL FEDERATION

Doch der Schweizer Detailhandel steht unter Druck: Geopolitische Spannungen, eine fragile Konjunktur und ein zurückhaltendes Konsumklima haben die Kaufbereitschaft geschwächt. Doch unabhängig von der kurzfristigen Wirtschaftslage ist klar: Die grössten Belastungen des Schweizer Detailhandels sind struktureller Natur. Sie entstehen vor allem durch internationale Wettbewerbsverzerrungen und hohe Standortkosten – und genau hier setzt unsere Arbeit an.

Gleich lange Spiesse im internationalen Wettbewerb

Eine der drängendsten Fragen betrifft den massiven Bedeutungsgewinn asiatischer Onlinemarktplätze wie Temu auf dem Schweizer Markt. Deren Geschäftsmodell basiert häufig auf gesetzlichen Schlupflöchern und einer ungenügenden Durchsetzung beste-

hender Regeln. Während Schweizer Detailhändler umfangreiche Pflichten zur Einhaltung von Produktsicherheit oder Umweltstandards erfüllen müssen, gelangen aus Asien importierte Waren oft ohne vergleichbare Kontrollen direkt in Schweizer Haushalte.

Wir haben diese Übervorteilung früh politisch adressiert. Neben einer erfolgreich abgeschlossenen Beschwerde ans SECO liegen im Parlament verschiedene Vorstösse vor, um zum Beispiel Produktsicherheitsstandards auch für internationale Plattformen durchzusetzen. Es geht nicht um Abschottung, sondern um Fairness: Wer hier Waren verkauft, soll denselben Regeln unterliegen wie die inländischen Händler.

Einkaufstourismus erneut im Fokus

Ein zweiter Dauerbrenner ist der Einkaufstourismus. Im Jahr 2025 zeichnet sich ein signifikanter Anstieg ab – obwohl das Niveau bereits im Vorjahr

hoch war. Die seit Jahresbeginn geltende Senkung der Wertfreigrenze von 300 auf 150 Franken war zwar ein wichtiges Signal, doch die bestehende Schlechterstellung von Detailhandelskunden im Inland wurde damit noch nicht behoben. Die SWISS RETAIL FEDERATION hat schon im Rahmen der Vernehmlassung festgehalten, dass gemäss einer Studie der Universität St. Gallen (2022)¹ erst bei einer Senkung auf 50 Franken eine Reduktion der Einkäufe im Ausland von durchschnittlich 32,6 Prozent spürbar wäre. Derzeit ist es aber realpolitisch wenig opportun, eine weitere Senkung zu fordern. Mit der vollständigen Umsetzung von Quick-Zoll könnte sich diese Einschätzung ändern.

Entlastung statt Zusatzbelastung

Neben der internationalen Konkurrenz sind es die hohen Standortkosten, die den Schweizer Detailhandel belasten. Unsere Studie zeigt, dass die Kosten

für die Schweizer Detailhändler im Vergleich zu den Nachbarländern über 50 Prozent höher sind. Mehr Regulierung, höhere Abgaben und starre Vorschriften gefährden Investitionen und die Zukunftsfähigkeit vieler Unternehmen. Genau deshalb setzen wir uns politisch für eine wirksame Entlastungsoffensive ein. Dazu gehören der Abbau regulatorischer Hürden im Bau- und Planungsrecht, um Investitionen in moderne Verkaufslöke zu erleichtern. Auch eine Lockerung der Importrestriktionen im Agrarbereich, ein Wachstumsstopp bei den Sozialabgaben und ein Abbau von unnötigen oder Swiss-Finish-Regulierungen würden mehr Preisspielraum schaffen.

Unser Ziel ist ein Marktumfeld, in dem Schweizer Anbieter mit fairen Bedingungen bestehen können. Für einen starken Schweizer Detailhandel – stationär und digital.



¹ Rudolph, Thomas; Schraml, Christopher Marc; Otto, Christine & Kralle, Nora Charlotte: Einkaufstourismus Schweiz 2022/2023. St. Gallen: Forschungszentrum für Handelsmanagement, 2022.