



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement EVD

Preisüberwachung PUE

Frankenstärke und Preise

Bern, September 2012



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	I
Einleitung	1
Der rechtliche Rahmen und Zuständigkeitsfragen	2
A. Wechselkurs- und Preisentwicklung	3
A.1 Frankenstärke	3
A.2 Reaktionsgeschwindigkeit und Ausmass von Preisanpassungen	4
A.3 Ursachen ausbleibender Preisanpassungen	5
A.4 Marktbeobachtung / Ombudstätigkeit	7
A.4.1 Markenprodukte	7
A.4.2 Detailhandel	9
A.4.3 Automarkt	12
A.4.4 Elektronik	13
A.5 Fazit & Ausblick	14
B. Hochpreisinsel Schweiz	15
B.1 Preissetzung	15
B.1.1 Abschöpfen der Zahlungsbereitschaft	15
B.1.2 Preis Warenkorb	16
B.1.3 Exkurs Marketing	16
B.2 Handelshemmnisse	17
B.2.1 Die Einführung des Cassis-de-Dijon-Prinzips	17
B.2.2 Verbleibende Handelshemmnisse	18
B.3 Kostentreiber im Vergleich zum Ausland	20
B.4 Fazit	22
C. Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit	24
C.1 Energie	24
C.1.1 Gas	25
C.1.2 Strom	25
C.2 Wasserversorgung, Abwasser- und Abfallentsorgung	26
C.3 Transport	26
C.3.1 Öffentlicher Verkehr	26
C.3.2 Post	27
C.3.3 Flugverkehr	28
C.4 Kommunikation	28
C.4.1 Telekommunikation	28
C.4.2 Kabelfernsehen	29
C.5 Gesundheitskosten	30
C.6 Fazit	32
D. Beispiele aus der Praxis / Anhang	34
D.1 Fisherman's Friend – konsequent angewandte Handelshemmnisse	34
D.2 Autodirektimport – Neu errichtete Handelshemmnisse	35
D.3 Zollvorlagekosten	37
D.4 Wasserversorgung Lausanne - Einvernehmliche Regelung	39
D.5 Medikamentenpreise	40
D.6 Preise für importierte Zeitschriften – ein Negativbeispiel	42



Vorwort

Die Schweiz ist eine Hochpreisinsel. Mit der Erstarkung des Frankens gegenüber den ausländischen Währungen ist dieser Umstand einmal mehr in den Fokus der Konsumentinnen und Konsumenten geraten, aber auch der Medien und der Politik.

Wir legen einen Bericht vor, der im Nachgang zum historischen Höchststand des Schweizer Frankens insbesondere zum Euro und zum US-Dollar vom Sommer 2011 entstanden ist.

Aus dem Bericht ergeben sich fünf hauptsächliche Folgerungen:

1. **Die Schweiz ist und bleibt eine Hochpreisinsel** – insbesondere die Unterschiede im Preissockel bestehen zu einem grossen Teil weiterhin. Das heisst: Bereits ohne Berücksichtigung der Währungsschwankungen sind die Preise in vielen Bereichen hierzulande höher als im Ausland.
2. **Positiv ist, dass die reinen Währungsvorteile** – also die mit der Erstarkung des Frankens einhergehenden Vergünstigungen von Importwaren – **vielerorts zumindest teilweise weitergegeben wurden**.
3. **Die Schweiz ist nach wie vor in vielen Bereichen abgeschottet, was einen preistreibenden Effekt hat**. Es bestehen weiterhin technische Handelshemmnisse, auch neue; und Vorschriften, aber auch natürliche Umstände wie die Vielsprachigkeit unseres Landes bei einer relativen Kleinheit des Marktes, verteuern den Endverkaufspreis.
4. **Gewisse Bereiche in der Schweiz weisen ein im Vergleich zum Ausland hohes Kostenniveau auf**. Dies spiegelt sich in entsprechend erhöhten Endverbrauchspreisen. Dazu gehören nicht nur die vielzitierten Kosten für Werbung, sondern namentlich auch die Preise bzw. Kosten von staatlichen oder staatsnahen Betrieben bzw. für Dienstleistungen aus diesem Bereich.
5. **Qualität, Service als auch Nähe haben ihren Preis**. Die Distributionskosten sind aufgrund eines hohen Qualitätsangebotes in der Schweiz sehr oft auch entsprechend höher als im Ausland. Nur eine Intensivierung des Wettbewerbs kann hier insofern Remedur schaffen, als der Kunde zu entscheiden hat, welchen Stellenwert für ihn der Preis im Vergleich mit Qualität und Service hat.

Unser Befundbericht zeigt einerseits also auf, dass zwar die reinen Währungsvorteile, die sich aus der Wechselkursveränderung ergeben haben, mit Verzögerung vielerorts zumindest teilweise weitergegeben wurden. Dies ist namentlich auf den Druck der Konsumentinnen und Konsumenten und der Öffentlichkeit zurückzuführen; in einzelnen Bereichen konnte auch die Preisüberwachung hierzu einen Beitrag leisten: In zahlreichen Verhandlungen, Gesprächen und Abklärungen stand sie in engem und intensivem Kontakt mit rund zwei Dutzend wichtigen Herstellern und Grossverteilern.

Dennoch genügt dies nicht: Denn nach wie vor ist das generelle Preisniveau bei uns bedeutend höher als im Ausland, was negative Auswirkungen nicht nur auf die Konsumentinnen und Konsumenten, sondern auf die ganze Volkswirtschaft hat; denn solange geschätzte 5 Milliarden Franken aufgrund des Einkaufstourismus ins Ausland abfliessen, so lange die Export- und die Tourismusindustrie aufgrund überteuerter Inputpreise ums Überleben kämpfen müssen, können wir uns nicht zufrieden geben: Nur der konsequente Abbau von Handelshemmnissen und Abschottungen ermöglicht es der Binnenwirtschaft zu konkurrenzfähigen Bedingungen Vorleistungen einzukaufen und somit auch konkurrenzfähig zu produzieren. Sind einmal preislich attraktive Inlandprodukte verfügbar, wird auch der Auslandeinkauf nach und nach versiegen.

Genauso wichtig ist, dass wir unser zweites Auge auf die Binnenkosten werfen. Es darf nicht sein, dass Monopolbetriebe (etwa im Bereich der Ver- und Entsorgung, der Post, und des Verkehrs) – oft gar noch im Eigentum der öffentlichen Hand – übermässige Gewinne einfahren, dass politische Entscheide (etwa im Bereich der Energiezukunft) von betroffenen Branchen zur Realisierung überhöhter Preise genutzt werden, oder dass nötige Gesetzesanpassungen zur Intensivierung des Wettbewerbs (etwa im Telekommunikationsbereich, aber auch im Wettbewerbsrecht) auf die lange Bank geschoben werden.

Stefan Meierhans, Preisüberwacher



Einleitung

Am 10. August 2011 befand sich der Euro im Vergleich zum Schweizerfranken auf einem Rekordtief von 1.04 Schweizerfranken pro Euro. Die Frankenstärke wurde schon seit Beginn des Jahres 2011, als der Euro knapp unter Fr. 1.30 war, zu einem dominierenden Thema der Schweizer Öffentlichkeit. Durch die Frankenstärke erschienen die im Vergleich zum Ausland hohen Preise in der Schweiz noch höher. Dies hat die öffentliche Diskussion über die Hochpreisinsel Schweiz neu belebt. Sie wird seither mit besonderer Aufmerksamkeit gegenüber der Weitergabe von Wechselkursgewinnen bei importierten Produkten geführt.

Bei der Preisüberwachung gingen sehr viele Meldungen ein, in denen die Nichtweitergabe des Währungsvorteils moniert wurde. Insgesamt stieg die Anzahl der Konsumentenbeanstandungen im Jahr 2011 auf das Rekordniveau von 2639 Meldungen – dies entspricht über zehn Anzeigen pro Arbeitstag.¹ 733 dieser Meldungen bemängelten die Nichtweitergabe des Währungsvorteils im Jahr 2011 und im Jahr 2012 trafen dazu bisher rund 300 Meldungen ein.

Im Rahmen seiner Ombudsfunktion leitete der Preisüberwacher mehrere Markt- und Preisbeobachtungen ein. Dafür wurde bei Herstellern bzw. Importeuren bedeutender Markenartikel sowie bei wichtigen Grossverteilern abgeklärt, inwiefern Währungsvorteile an die Konsumenten weitergegeben werden.

Die Kosten für importierte Waren werden von Wechselkursen beeinflusst. Die Bedeutung von Wechselkursen bei der Preiskalkulation variiert je nach Produkt jedoch stark. Zunehmende Preisunterschiede zwischen identischen Produkten aus dem In- und Ausland lassen sich nicht monokausal erklären. Unabhängig von solchen Überlegungen hat der starke Schweizer Franken die Preisunterschiede zwischen der Schweiz und dem Ausland verschärft und die Hochpreisinsel noch deutlicher sichtbar gemacht. Die Frankenstärke hat dem Kampf gegen diese Hochpreisinsel dadurch neuen Schub verliehen. Dies zeigte sich auch darin, dass Bundesrat und Parlament der Preisüberwachung für die in diesem Zusammenhang anfallende zusätzliche Arbeit und Belastung ab 2012 vier zusätzliche, auf zwei Jahre befristete Stellen zur Verfügung stellten. Angesichts der grossen volkswirtschaftlichen und konsumentenpolitischen Bedeutung der Frankenstärke hat die Preisüberwachung intern ein Analyseteam eingesetzt, welches sich speziell um dieses Thema kümmert.

Das Thema Frankenstärke rückt neben Wechselkursgewinnen unweigerlich auch die grossen *bestehenden* Preisunterschiede zwischen der Schweiz und dem umliegenden Ausland in den Vordergrund. Dies zeigt sich auch darin, dass immer mehr Schweizer im Ausland einkaufen. So ist denn auch ein Schluss unserer bisherigen Tätigkeit im Zusammenhang mit der Frankenstärke, dass zwar die direkten Wechselkursvorteile grösstenteils weitergegeben worden sind. Gar keine oder nur eine sehr mangelhafte Reaktion haben aber die Preise von Binnengütern gezeigt. So liess die Frankenstärke etwa die bereits vorher gegenüber dem Ausland überteuerten Agrarprodukte binnen kürzester Zeit nochmals deutlich teurer erscheinen. Der Aktualität dieses Themas wird im Teil B „Hochpreisinsel“ dieses Berichts Rechnung getragen. Teil C „Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit“ befasst sich mit Kostenfaktoren für die Schweizer Wirtschaft und mit Preisen für Vorleistungen, welche von marktmächtigen Unternehmen oder Kartellen erbracht werden.

¹ Vgl. Jahresbericht Preisüberwachung RPW 2011/5, S. 693.



Der rechtliche Rahmen und Zuständigkeitsfragen

Der Preisüberwacher hat die Hauptaufgabe, missbräuchliche *Preiserhöhungen* zu verhindern und missbräuchliche *Preisbeibehaltungen* zu beseitigen, wenn die Preise nicht das Ergebnis wirksamen Wettbewerbs sind. Beides sind gleich wichtige Missbrauchstatbestände². Die Nichtweitergabe von Währungsvorteilen kann eine *missbräuchliche Preisbeibehaltung* im Sinne des Preisüberwachungsgesetzes (PüG; SR 942.20) darstellen³. Bei wirksamem Wettbewerb wäre nämlich zu erwarten, dass Währungsgewinne als Kostenvorteile früher oder später den Konsumentinnen und Konsumenten weitergegeben werden (müssen). Preise zwangsweise anpassen kann der Preisüberwacher allerdings nicht generell, sondern nur – aber immerhin – unter den Voraussetzungen von Art. 2 PüG. Gemäss dieser Bestimmung unterstehen die Preise von *marktmächtigen Unternehmen* oder *Kartellen* der Preisüberwachung. Ein Preismissbrauch ist bei Vorhandensein von *wirksamem Wettbewerb* zudem per se ausgeschlossen. Wirksamer Wettbewerb besteht dabei insbesondere, wenn die Abnehmer die Möglichkeit haben, ohne erheblichen Aufwand auf vergleichbare Angebote auszuweichen (Art. 12 Abs. 2 PüG). Ob die wettbewerbsrechtlichen Eingriffsvoraussetzungen gegeben sind, muss in jedem einzelnen Fall genau geprüft werden. Vor einer allfälligen Entscheidung hat der Preisüberwacher zu diesen Fragen die Wettbewerbskommission zu konsultieren (Art. 5 Abs. 4 PüG).

Der Preisüberwacher geht im Rahmen seiner Funktion als Ombudsmann gründlich den Beschwerden und Meldungen aus der Bevölkerung nach. Dadurch und durch Beobachtungen der Preise trägt er auch zur Transparenz der Preise bei. Basieren mutmasslich überhöhte Preise auf einer horizontalen Preisabrede oder auf einer vertikalen Mindest- oder Festpreisbindung bzw. auf einer Abrede zur Gebietsabschottung (absoluter Gebietsschutz), so überweist der Preisüberwacher im Sinne einer Ursachentherapie den Fall in der Regel an die Wettbewerbskommission (Weko). Derartige Abreden sind nach dem aktuellen Kartellgesetz schon heute vermutungsweise unzulässig und können von der Weko direkt sanktioniert werden⁴. In der Botschaft zur Revision des Kartellgesetzes schlägt der Bundesrat für derartige Hardcore-Abreden neu ein eigentliches *Teilkartellverbot* vor. Derartige Abreden sollen in Zukunft nur noch aus Gründen der wirtschaftlichen Effizienz gerechtfertigt werden können, wobei der Beweis dafür von den betroffenen Unternehmen erbracht werden muss⁵.

Missbräuchliche Preiserhöhungen bzw. missbräuchliche Preisbeibehaltungen können ihre Ursache auch in einem *technischen Handelshemmnis* und damit in einer Marktabschottung gegenüber dem Ausland haben. Gemäss dem Bundesgesetz über technische Handelshemmnisse (THG; SR 946.51) sollen technische Handelshemmnisse vermieden, beseitigt oder abgebaut werden. Solche technische Handelshemmnisse können z.B. der Zwang zum Vermerk von Herkunftsangaben oder Sicherheitshinweisen auf Produktpackungen darstellen. Bestehen konkrete Anhaltspunkte für ein wettbewerbsbeschränkendes und marktabschottendes Handelshemmnis, so übergibt der Preisüberwacher das Dossier deshalb zur weiteren Bearbeitung an das für Fragen der technischen Handelshemmnisse zuständige Staatssekretariat für Wirtschaft.

² Schürmann/Schlupe, Kommentar KG+PüG, Zürich 1988, S.813. Rolf H. Weber, OFK Wettbewerbsrecht II, PüG 4, N2.

³ So explizit die Botschaft zu einem Preisüberwachungsgesetz vom 30. Mai 1984, Separatdruck S. 28 f sowie u.a. Schürmann/Schlupe, Kommentar KG+PüG, Zürich 1988, S. 813.

⁴ Vgl. Art. 5 Abs. 3 und Art. 5 Abs. 4 KG.

⁵ Vgl. BBl 2012 S. 3940 ff.



A. Wechselkurs- und Preisentwicklung

A.1 Frankenstärke

Der Schweizerfranken gewann *seit der zweiten Hälfte des Jahres 2007 an Wert*. Im zweiten Quartal des Jahres 2011 verstärkte sich dieser Trend bis der Franken am 10. August 2011 sich nahe der Parität zum Euro bewegte und über 1.30 US Dollar Wert hatte. Der Aussenwert des Frankens hat sich *in diesen vier Jahren um 40 Prozent vergrössert* und lag im August 2011 30 Prozent über dem 20-jährigen Durchschnitt. Gegenüber dem Euro und dem Dollar markiert der *August 2011 einen Rekordwert des Schweizerfrankens*. Konjunkturell korreliert die Erstarkung des Schweizerfrankens mit dem Ausbruch der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise. Diese beginnt im August 2007, der auch eine Trendwende in der Entwicklung des Franken-Euro-Kurses markiert und der die seit 2003 fünf Jahre dauernde Abschwächung des Schweizerfrankens gegenüber dem Euro beendet.⁶



Abbildung 1: Wechselkurse. Diagramm erstellt auf der Basis von Daten der SNB

Der Schweizerfranken wurde in dieser Krise wieder stärker in seiner traditionellen Rolle als sichere Anlage nachgefragt. Dagegen setzte die Schweizerische Nationalbank (SNB) am 6. September 2011 eine *Untergrenze des Euro-Kurses von 1.20 Fr.* durch.

Diese Überbewertung des Frankens war und ist für die Schweizer Exportindustrie eine starke Belastung. Auf der Hochpreisinsel Schweiz machten günstigere Importpreise immerhin Hoffnung auf tiefere Preise.

Die Frage, mit der sich der Preisüberwacher aufgrund vieler Meldungen aus der Bevölkerung zur Frankenstärke konfrontiert sah, ist, **ob Währungsgewinne⁷**, welche beim Import von Gütern erzielt wurden, **weitergegeben** werden. Da viele Produkte, die in der Schweiz verkauft werden, aus dem

⁶ Vgl. Moser, Thomas. Die Massnahmen der schweizerischen Nationalbank gegen den starken Franken. In: Die Volkswirtschaft 1/2-2012, S. 13-15.

⁷ Wobei zu differenzieren ist zwischen Währungsgewinnen und hohen Gewinnen auf den Ausgangspreisen (Preissockel).



Ausland, zu einem Grossteil aus der EU importiert werden, müssten diese beim Ankauf durch die Importeure günstiger sein. Das heisst, dass die Importeure geringere Beschaffungskosten aufgrund der veränderten Wechselkurse haben. Die Forderung von Seiten der Konsumentinnen und Konsumenten ist, dass die Wechselkursgewinne weitergegeben werden, die Konsumentenpreise also sinken. In einem ersten Schritt stellt sich die Frage, wie stark die Importeure von der Wechselkursveränderung tatsächlich profitieren und inwieweit diese währungsbedingten Einkaufsvorteile dann in einem zweiten Schritt an die Konsumentinnen und Konsumenten weitergegeben werden. Vorgängige Untersuchungen zu diesem Thema wurden unter anderem von der SNB⁸ (im Folgenden SNB-Studie) und dem Staatssekretariat für Wirtschaft SECO⁹ (im Folgenden SECO-Studie) durchgeführt, auf deren Erkenntnisse an dieser Stelle eingegangen werden soll.

A.2 Reaktionsgeschwindigkeit und Ausmass von Preisanpassungen

Die von der SNB sowie dem SECO durchgeführten Studien untersuchten die Weitergabe von währungsbedingten Einkaufsvorteilen, dem sogenannten exchange-rate-pass-through (ERPT). Dabei wurde in einem ersten Schritt analysiert, wie die Importpreise in der Schweiz auf Produzentenpreise im Ausland (hauptsächlich in der EU) und den Wechselkurs reagieren. Weiter wurde der Einfluss der Importpreise sowie der Produzentenpreise auf die Konsumentenpreise in der Schweiz analysiert.¹⁰

Die Untersuchungen zeigen, dass sich eine Wechselkursveränderung nach rund 3 bis 4 Quartalen zu rund 40 Prozent in den Importpreisen niederschlägt. Auf diesem Level bleibt die Veränderungsauswirkung mehr oder weniger konstant. Besser scheint gemäss der SECO-Studie die Weitergabe von den Importpreisen zu den Konsumentenpreisen zu sein: "Die Konsumentenpreise als Ganzes reagieren zu 30 Prozent auf die Schwankungen des Importpreisindex. Dies entspreche allerdings einer quasi hundertprozentigen Weitergabe der Importpreisvergünstigungen an die Endkunden, ist die Ware einmal in der Schweiz. Die Importgüter machten nämlich rund 30 Prozent des gesamten Konsumbündels der Haushalte aus".¹¹

Die Untersuchung des SECO (2011) wurde für 18 Güterkategorien durchgeführt, wobei bei den Güterkategorien die Importpreise betrachtet wurden. Je nach Güterkategorie ergaben sich unterschiedliche Ergebnisse, so reagierten die Importpreise bei folgenden Güterkategorien nur wenig auf die Veränderung des Wechselkurses: Textilien und Bekleidung, Gummi- und Kunststoffprodukte, Fahrzeuge und Fahrzeugteile sowie Möbel. Bei Nahrungsmitteln und Getränken, Leder/Lederwaren/Schuhen, elektronischem Equipment, chemischen und pharmazeutischen Produkten sowie Maschinen wurde ebenfalls eine eher schwache Reaktion festgestellt. Es wird jedoch vermutet, dass bei Importgütern, welche an Unternehmen gehen, die Anpassung mit Zeitverzögerung stärker ausfallen könnte. Bei elektronischen und optischen Produkten sowie fertigen Metallprodukten konnte kein statistisch signifikanter ERPT nachgewiesen werden. Bei Erdöl und Erdgas, Mineralölprodukten, Metallen, Metallhalbleitung, Papierprodukten, Holzprodukten und Glas, Keramik/Betonprodukten konnte festgestellt werden, dass die Einkaufsvorteile aufgrund des veränderten Wechselkurses gut oder relativ gut weitergegeben wurden.

An dieser Stelle ist es auch interessant zu sehen, wohin die importierten Güter fliessen. So geht der grösste Teil, nämlich die Hälfte, in Form von Vorleistungen an die Exportwirtschaft. Ein Sechstel fliesst in Investitionsgüter und schlussendlich ein Drittel in den Konsum.

⁸ SNB (2007): „Exchange rate pass-through in Switzerland: evidence from vector autoregressions“, Schweizerische Nationalbank, Bern, Schweiz.

⁹ SECO (2011): „Weitergabe von Einkaufsvorteilen aufgrund der Frankenstärke“, Staatssekretariat für Wirtschaft, Bern, Schweiz.

¹⁰ Der Einfluss von Wechselkursschwankungen auf die Kostenentwicklung ist Kapitel A.3 graphisch dargestellt.

¹¹ SECO (2011): „Weitergabe von Einkaufsvorteilen aufgrund der Frankenstärke“, S. 5, Staatssekretariat für Wirtschaft, Bern, Schweiz.



A.3 Ursachen ausbleibender Preisanpassungen

Für die eingeschränkte Weitergabe von Einkaufsvorteilen aufgrund der Frankenstärke gibt es mehrere mögliche Gründe: Laut Kaufkraftparitätentheorie werden Inflationsdifferenzen zwischen zwei Ländern über kurz oder lang durch den Wechselkurs ausgeglichen. Gehen Hersteller und Händler von diesem Ergebnis aus, kann dies dazu führen, dass sie Wechselkursveränderungen nicht weitergeben, da sie annehmen, dass sie bald kompensierende Aufschläge aufgrund des Anstiegs der Produktionskosten im Ausland bzw. der Importpreise auf Fremdwährungsbasis vornehmen müssen.

Werden Wechselkursänderungen als ein rein temporäres Phänomen betrachtet, kann das dazu führen, dass die Preise kurzfristig nicht angepasst werden. Unternehmen warten oftmals die längerfristige Entwicklung der Wechselkurse ab, um zu sehen, ob es sich um Schwankungen oder nachhaltige Trends handelt, auf die es zu reagieren gilt. Genauso besteht die Möglichkeit, dass Lieferverträge auf Frankenbasis abgeschlossen werden und der Importeur vorerst nicht von der Wechselkursveränderung profitiert. Vor allem die Detailhändler (Coop & Migros) berichten, dass sie jeweils mit Schweizer Tochterunternehmen von internationalen Markenartikelherstellern Verträge abschliessen müssen, welche in Franken fakturieren und dadurch einen Wechselkursgewinn verzögern. Verzögerungen gibt es weiter, wenn Lieferungen mit Devisentermingeschäften gegen Wechselkursänderungen abgesichert werden, was auch „Hedging“ genannt wird. Das Hedging von Devisen wurde von mehreren Unternehmen bestätigt. Ein Lebensmittelhersteller zum Beispiel hatte sich für das Jahr 2011 mit einem Kurs EUR/CHF von 1.29 abgesichert. Ein weiterer Grund für eine verzögerte Weitergabe von Währungsgewinnen sind langfristige Lieferverträge, welche eine schnelle Reaktion auf Wechselkurschwankungen verhindern. Ein Sportartikelhersteller (Scott) weist darauf hin, dass die Produktion ihrer Artikel eine grosse Vorlaufzeit benötigt und dass die Materialbeschaffung zum Teil über 12 Monate vor dem effektiven Verkauf der Ware getätigt und finanziert wird. Die Kosten fallen also weit vor allfälligen Wechselschwankungen an und es können keine Anpassungen mehr vorgenommen werden. Zudem werden die Preise beim Verkauf der Ware an den Handel fixiert, was wenig Spielraum für spätere Korrekturen zulässt.

Die Resultate der SECO-Studie als auch eigene Beobachtungen lassen die Schlussfolgerung zu, dass die nationalen Grenzen in der Schweiz immer noch eine wichtige Rolle spielen und eine auf das lokale Konsumverhalten angepasste Preispolitik betrieben wird. „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 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.“¹² Die Konsumentenpreise in der Schweiz werden also den lokalen Verhältnissen angepasst und sind nur bedingt von den Kosten abhängig. Auf diesen Aspekt wird im Kapitel B ‚Hochpreisinsel Schweiz‘ näher eingegangen.

Ein wichtiger Grund für Preisunterschiede zwischen der Schweiz und dem Ausland sowie der reduzierten und verzögerten Weitergabe von Währungsvorteilen ist der **Anteil der Binnenkosten** an den Gesamtkosten eines Produkts bzw. eines Unternehmens. Währungsgewinne können nur da entstehen, wo die Kosten der Produkte im Ausland anfallen und somit in einer fremden Währung fakturiert werden. Dementsprechend können keine Währungsgewinne aus dem Leistungsanteil, der in der Schweiz erbracht wird, entstehen. Je höher also der Anteil der Kosten eines Produktes, welche in der Schweiz anfallen, desto weniger Währungsgewinne können erzielt und an den Konsumentenpreis weitergegeben werden. Die Preisentwicklung ist somit vor allem auch davon abhängig, in welchem Land und in welcher Währung die Kosten anfallen.

¹² Balaster, Dr. Peter (2011): „Weitergabe von Einkaufsvorteilen aufgrund der Frankenstärke“; in „Die Volkswirtschaft“, Ausgabe 2011/11, S. 12.

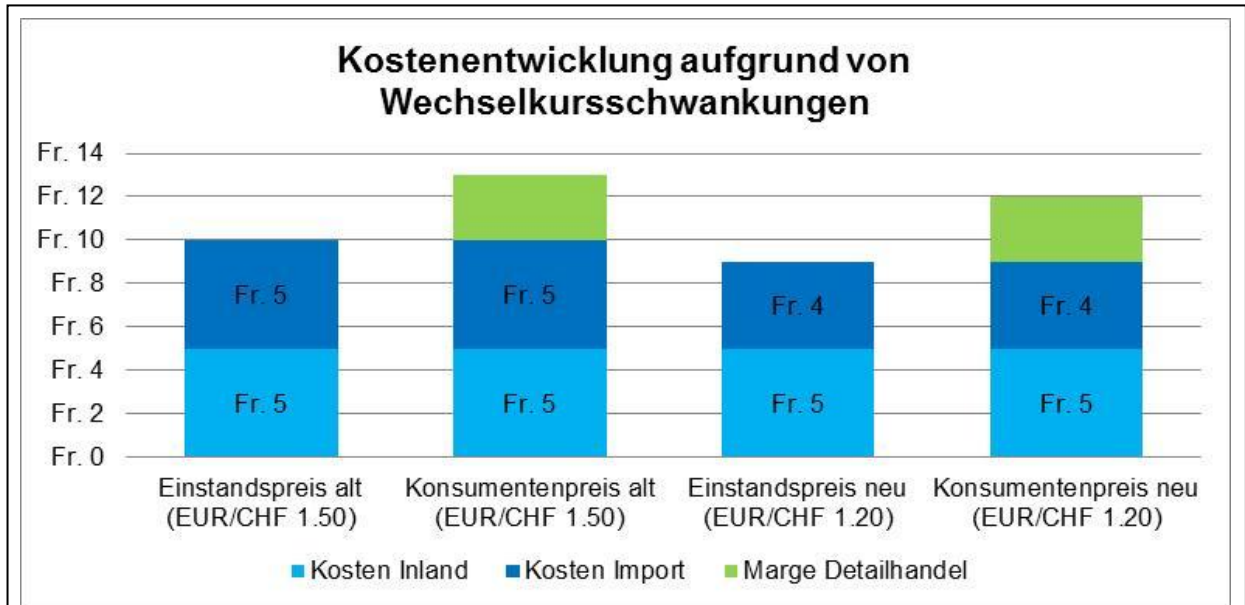


Abbildung 2: Kostenentwicklung aufgrund von Wechselkursschwankungen

Das Ausmass der Preisanpassung bei Wechselkursschwankungen hängt unter anderem davon ab, wie hoch der Anteil der Kosten im Ausland und in der Fremdwährung bzw. in der Schweiz und in Franken anfällt. Die Wechselkursschwankungen haben lediglich einen direkten Einfluss auf die Kosten, welche in der Fremdwährung fakturiert werden. Die Kosten welche im Inland entstehen, bleiben unbeeinflusst. Je grösser der Anteil der Kosten im Inland, desto weniger ist der Preis von Wechselkursschwankungen betroffen. Wenn zum Beispiel der Kostenanteil zu jeweils 50 Prozent im Inland und Ausland anfällt, und der Wechselkurs sinkt von 1.50 EUR/CHF auf 1.20 EUR/CHF, also um 20 Prozent, so wirkt sich diese Reduktion nur auf 50 Prozent der Kosten aus. Insgesamt sinken die Einstandspreise, bei perfekter Weitergabe der Währungsvorteile, folglich um 10 Prozent.

Anteil Import	Kosten alt (EUR/CHF 1.50)	Kosten neu (EUR/CHF 1.20)	Kostensenkungsbeiträge in %
25%	10.00	9.50	5.00%
50%	10.00	9.00	10.00%
75%	10.00	8.50	15.00%

Tabelle 1: Weitergabe von Wechselkursvorteilen

Ein Hersteller von Landwirtschaftsgeräten (Husqvarna) zum Beispiel führt die unterschiedlichen Preisdifferenzen seiner Produkte zwischen der Schweiz und Deutschland auf den jeweiligen Kostenanteil in der Schweiz zurück. Produkte welche einen hohen Wertschöpfungsanteil in der Schweiz haben, sind bis zu 25 Prozent teurer, Produkte mit einem geringeren Wertschöpfungsanteil in der Schweiz sind ‚nur‘ etwa 10 Prozent teurer. Ein Kosmetikhersteller (Beiersdorf) weist ebenfalls darauf hin, dass aufgrund unterschiedlicher lokaler Kosten zwangsweise Preisunterschiede in den verschiedenen Ländern entstehen und dies sogar innerhalb des gleichen Währungsraumes wie dem Euro der Fall sei.

Unternehmen, welche zu einem Grossteil in der Schweiz produzieren und Teile der Produkte exportieren, leiden unter der Frankenstärke und können somit nur eingeschränkt von allfälligen Währungsgewinnen durch Importe profitieren, wie ein Lebensmittelhersteller (Nestlé) erläutert.

Grundsätzlich kann gesagt werden, dass Währungsvorteile da weitergegeben werden, wo Firmen und ihre Produkte dem Wettbewerb ausgesetzt sind. Eine hohe Elastizität der Nachfrage führt dazu, dass Konsumentinnen und Konsumenten bei Preisschwankungen innerhalb einer Produktkategorie beim Kauf eher schnell zu einem anderen Produkt greifen. Die Unternehmen müssen die Preise also dem Markt anpassen und können es sich nicht leisten, Währungsvorteile einzubehalten. Im Gegensatz dazu stehen Konsumentinnen und Konsumenten bei schwachem Wettbewerb zwischen den Anbietern ähnlicher Produkte weniger Alternativen zur Verfügung und die Unternehmen können Währungsvorteile



le eher zurückbehalten. Anders ist die Situation bei Gütern im Hochpreissegment. Da der hohe Preis an sich ein Verkaufsargument ist, tendieren die Unternehmen dazu, die Preise nicht herabzusetzen, wie es zum Beispiel bei vielen Luxusgütern der Fall ist. Auf diese Preisstrategie wird im Kapitel zur Hochpreisinsel Schweiz näher eingegangen.

A.4 Marktbeobachtung / Ombudstätigkeit

A.4.1 Markenprodukte

Aufgrund der vielen Bürgermeldungen beim Preisüberwacher wurden nebst zahlreichen kleineren Anfragen über zwanzig umfangreiche **Markt- und Preisabklärungen** durchgeführt. Hierfür wurden Hersteller bzw. Importeure bedeutender Markenartikel sowie die wichtigsten Grossverteiler in die Untersuchung einbezogen. Das Augenmerk wurde dabei auf importierte Lebensmittel, Kosmetika und Elektrogeräte gerichtet, die vom Detailhandel angeboten werden. Dabei wurde in intensiven Diskussionen erörtert, welche tatsächlichen Auswirkungen die Frankenstärke zeitigt, aber auch, welche Erwartungen der Konsumentinnen und Konsumenten, des Preisüberwachers und der Politik an die Produzenten, Importeure und den Detailhandel gestellt werden und welche Reaktionen diese bereits eingeleitet oder geplant haben. Mittels umfangreicher Fragebogen wurde anschliessend insbesondere die Preisentwicklung bei ausgewählten, starken Markenprodukten erhoben. Stand dabei zunächst die Frage der Weitergabe von Währungsvorteilen im Vordergrund, stellte sich rasch heraus, dass eine sinnvolle Fragestellung zwei grundsätzlich unabhängige Aspekte unterscheidet: Nämlich die Preisentwicklung im Gefolge der Frankenstärke einerseits („Weitergabe Währungsvorteile“) und bestehende, währungsunabhängige Preisunterschiede andererseits („Hochpreisinselproblematik“).

Die öffentliche Diskussion über die Weitergabe von Währungsgewinnen und bestehende Preisdifferenzen zwischen der Schweiz und dem Ausland hat Wechselkursgewinne zu einem wichtigen Argument in Preisverhandlungen zwischen Detailhändlern und Markenherstellern gemacht. Auch dank dem konstant grossen Interesse der Medien an diesem Thema ist der Druck auf hohe Preise in der Schweiz gewachsen. Markenhersteller waren darum zunehmend bereit, Preise zu diskutieren, wenn Detailhändler mit dem Hinweis auf die für den Import günstigen Wechselkurse Preisnachlässe gefordert haben. Die Preise sind darum in der Folge teilweise stärker gesunken als die Kosteneinsparung aufgrund der Wechselkursdifferenz erwarten liess – nicht zuletzt wegen der deutlich höheren Preise in der Schweiz gegenüber Deutschland und dem preissensibler werdenden Umfeld in der Schweiz. Während vor 2010 die Weitergabe von Wechselkursvorteilen bei Preisverhandlungen zwischen Markenanbietern und Detailhändlern kaum ein Thema war, wurden Wechselkursvorteile inzwischen bei importierten Produkten eingefordert. Darüber hinaus wurden Preisverhandlungen in einem Masse durch das Thema der Wechselkursvorteile besetzt, dass andere preistreibende Argumente dadurch teilweise verdrängt wurden. So konnten beispielsweise die gestiegenen Rohstoffpreise in der Schweiz weniger gut überwältigt werden als im Ausland.

Obwohl Wechselkursvorteile inzwischen zu einem wichtigen und beachteten Argument in Preisverhandlungen zwischen Detailhändlern und deren Lieferanten wurden, bleiben durchschnittlich höhere Endverkaufspreise gegenüber dem benachbarten Ausland aus unterschiedlichen Gründen bestehen. **Wechselkurse stellen lediglich einen Faktor der Preisgestaltung dar, soweit sie Kosten betreffen, die auch im Ausland anfallen. Bei vielen Konsumgütern ist der Wertschöpfungsanteil in der Schweiz jedoch hoch.** Dies trifft insbesondere auf stark beworbene Produkte zu (In Teil B1 wird näher auf Preissetzungsmechanismen eingegangen).

Da die Kosten für die Werbung in der Schweiz im Vergleich zum Ausland speziell hoch sind, fallen für solche Produkte bis zu 75 Prozent der Kosten des „Herstellers“ in der Schweiz an. Sinkt also der Wechselkurs von 1.50 Fr./Euro auf 1.20 Fr./Euro um 20 Prozent, so wirkt sich diese Reduktion nur auf 25 Prozent der Kosten aus. Die Kosten für den „Hersteller“ in der Schweiz sinken also nur um 5 Prozent. Die Kosten des Handels, der dieses Produkt verkauft, überhaupt nicht. Demgegenüber kann der Kunde in der Nähe der Grenze das Produkt im grenznahen Ausland natürlich um die vollen 20 Prozent günstiger einkaufen.¹³

¹³ Vgl. Kapitel A.3, wo der Einfluss von Wechselkursschwankungen auf die Kostenentwicklung auch graphisch dargestellt wurde.



Kosmetikhersteller geben beispielsweise für ihre nicht in der Schweiz produzierten Produkte an, dass ein kleiner Anteil der Gesamtkosten im Ausland anfällt. Als Folge davon nehmen Konsumentinnen und Konsumenten die weitergegebenen Währungsvorteile kaum wahr, weil die Währungsvorteile den Endverkaufspreis um tiefe einstellige Prozentwerte verringern. Konzerne weisen auch darauf hin, dass jeweils mit einem längerfristigen Wechselkurs gerechnet werde. L'Oréal nennt durchschnittliche Wechselkursgewinne in der Schweiz für die Jahre 2010 bis 2012 von weniger als 4 Prozent und repräsentative Preisreduktionen für den Detailhandel seit 2010 zwischen 3.6 und 6 Prozent. Diese Preisreduktionen sind hauptsächlich im Jahr 2012 erfolgt und l'Oréal gibt sie für 7 von 8 der umsatzstärksten Produkte an. Der Endverkaufspreis zweier Produkte dieses Herstellers, welche Migros und Coop angegeben haben, ist im Jahr 2012 um 18 Prozent oder mehr gesunken.

Beiersdorf hat dem Detailhandel im August 2011 durchschnittliche Preissenkungen von 9-11 Prozent für Deodorants, Cremes, Dusch- und Haarwaschmittel gewährt. Diese wurden zum Beispiel für eine Handcreme und ein Duschmittel von Nivea durch den Detailhandel vollständig weitergegeben mit Endverkaufspreissenkungen von deutlich über 11 Prozent. Sonnenschutzmittel wurden gemäss Beiersdorf im Februar 2012 10 Prozent günstiger.

Unilever Schweiz GmbH gibt an, bereits im Jahre 2010 und in mehreren Schritten im Jahre 2011 sowie auch per 1. Januar 2012 sortimentspezifische Währungsvorteile einheitlich an den Handel weitergegeben zu haben. Für das Jahr 2010 gibt Unilever Preisabschläge auf spezifischen Körperpflegeprodukten, insbesondere Deodorants, von 5 bis 15 Prozent an. Per 1. Oktober 2011 wurden umfangreiche Euro-Rabatte von durchschnittlich 8 bis 12 Prozent auf dem Importsortiment von Unilever, bestehend aus über 230 Artikeln, gewährt, vor allem aus dem Segment Körperpflege, Waschmittel und Eiscreme. Unilever Schweiz GmbH will die aufgrund eines Kurses von Fr. 1.15/Euro im September 2011 eingeräumten Währungsrabatte aufrechterhalten, solange sich der Kurs in der Bandbreite von 1.05 bis 1.25 CHF/Euro bewegt.

Der Hinweis auf diese Wechselkursobergrenze suggeriert eine knappe Preiskalkulation, welche die entstandenen Kosten abbildet.

Der **Sportartikelhändler** Scott bot seine Produkte für den Winter 2011/12 aufgrund der Frankenstärke um 20 Prozent günstiger an. Diese Währungsvorteile wurden nach Aussagen des Importeurs weitgehend weitergegeben, sodass der Fachhandel von deutlich tieferen Einstandspreisen profitieren konnte. Dies ist ein Hinweis darauf, dass der Wettbewerbsdruck auch in Branchen zugenommen hat, welche die Kaufkraft bisher erfolgreich abschöpfen konnten.

Hersteller von Elektrogeräten haben Mitte des Jahres 2011 Währungsrabatte bis 10 Prozent gewährt. Auch diese Währungsrabatte dürften über weitergegebene Wechselkursgewinne hinausgehen. Sie dürften als Rabatte in Anbetracht der gestiegenen Endverkaufspreisunterschiede gegenüber dem Ausland zu verstehen und auf den verschärften Wettbewerb zurückzuführen sein. Einer der untersuchten Hersteller von Elektrogeräten produziert nämlich Elektrowerkzeuge auch in der Schweiz und muss in diesem Geschäftsbereich hohe Wechselkursverluste verbuchen.

Husqvarna, Hersteller von **Landwirtschafts- und Gartengeräten**, produziert nicht in der Schweiz und konnte seine Listenpreise nach eigenen Aussagen im Jahr 2011 um 7-25 Prozent gegenüber dem Jahr 2010 und im Jahr 2012 durchschnittlich 8.7 Prozent gegenüber dem Jahr 2011 senken. Wechselkursgewinne scheinen folglich einerseits langfristig weitergegeben zu werden, andererseits fallen die Preise insgesamt auch unabhängig von Währungsgewinnen. Dies schliesst das Weiterbestehen grösserer Preisunterschiede vor allem gegenüber dem grossen Markt Deutschland nicht aus. Die Wettbewerbspreise zu dem gestützten Wechselkurs von Fr. 1.20/Euro im Schweizer Markt sind allerdings deutlich höher als beispielsweise im deutschen Markt, sodass die Preisdifferenzen gegenüber dem Ausland für den Schweizer Konsumenten nach wie vor erheblich sind. Objektive Vergleiche sind aufgrund unterschiedlichster Arten von Verkaufspromotionen schwierig. Grössere Preisunterschiede von teilweise über 30 Prozent gegenüber dem Ausland führt Husqvarna beispielsweise auf einen Preisvergleich mit tiefen Aktionspreisen im Ausland zurück.



Die angegebenen Schweizer Durchschnittspreise werden ebenfalls stark von Aktionen beeinflusst, da Aktionen im Schweizer Detailhandel einen wichtigen Stellenwert haben (vgl. Teil A.4.2). Konsumenten in der Schweiz orientieren sich stark nach Aktionen.

Grundsätzlich führte der Wettbewerb im Markt der Werkzeuge unseren Beobachtungen zufolge dazu, dass erzielte Wechselkursgewinne weitergegeben wurden. Auch für Produkte von mächtigen Anbietern stehen den Konsumenten Konkurrenzprodukte zur Verfügung. Die Kaufkraft kann nicht beliebig abgeschöpft werden, weil grenznahe Baumärkte beliebte Ziele für Schweizer Einkaufstouristen und somit ebenfalls eine ernstzunehmende Konkurrenz sind. Im Profibereich gibt es ausländische Kleinhändler, die ihre Produkte direkt auf Schweizer Baustellen verkaufen, was der Verteuerung von Schweizer Produkten gegenüber dem Ausland zusätzlich Grenzen setzt. Aufgrund dieser Wettbewerbsbedingungen ist zu erwarten, dass Währungsgewinne als Kostenvorteile den Konsumentinnen und Konsumenten weitergegeben werden.

A.4.2 Detailhandel

In Gesprächen mit den Vertretern der Markenproduzenten haben diese übereinstimmend darauf hingewiesen, dass die hohen Preise in der Schweiz dem zu wenig intensiven Wettbewerb im Detailhandel und der dominanten Stellung von Coop und Migros zu verdanken seien. Coop und Migros wiederum führen die hohen Preise darauf zurück, dass Sie in der Schweiz von den Markenproduzenten viel teurer beliefert werden als der Detailhandel im Ausland. Die Preisdifferenzen, die im Verlauf des letzten Jahres von vielen Seiten aufgezeigt wurden, schlossen beide Einschätzungen nicht aus. Wie bereits angemerkt wurde und in Teil B.1 ausgeführt wird, ist die Kaufkraft und die Zahlungsbereitschaft in der Schweiz hoch. In einem solchen Umfeld differenzieren sich die Anbieter nicht unbedingt über den Preis, sondern über Faktoren, die den Kunden wichtiger sind, zum Beispiel die Einkaufsumgebung, das Markenimage oder die Qualität.

Seit dem Markteintritt von Aldi und Lidl ist der Preiskampf jedoch härter geworden. Mit der Frankensärke wurde in den Grenzregionen der Einkaufstourismus ins Ausland zu einer ernsthaften Konkurrenz. Aufgrund der internationalen Verkaufsorganisation ihrer Lieferanten beziehen Coop und Migros ausländische Markenprodukte in der Schweiz häufig in Schweizerfranken. Dementsprechend lange ging es, bis die Preise von Importprodukten in ihren Läden gesenkt wurden. Dies trifft für Frischprodukte und Kaffee nicht zu, welche direkt im Ausland zu Tagespreisen eingekauft werden. Deren Preise werden daher ständig angepasst (vgl. dazu die Ausführungen zur Landwirtschaft in Teil B.3 „Kostentreiber“).

Aktionen

Schweizer Konsumenten zeigen sich vor allem mit ihrer Empfänglichkeit für Aktionsangebote preisbewusst. **Die Schweizer gelten als ausgesprochene Aktionsjäger.** Lagerfähige Lebensmittel und „Nearfood“-Produkte werden zu einem grossen Teil in Aktionen eingekauft. Aktionen von sehr beliebten Markenprodukten werden gezielt eingesetzt, um die Kunden in den Laden zu holen. In der Schweiz sind Aktionen mit bis zu 50 Prozent Preisreduktion keine Seltenheit. Nach Angaben verschiedener Gesprächspartner sind im benachbarten Ausland gleichermassen hohe Rabatte bei Aktionen nicht üblich. Damit die Rechnung aufgeht, muss bei einem Produkt, bei dem bis zu einem Drittel des Umsatzes mit Aktionen erzielt wird, der „Normalpreis“ entsprechend hoch sein. Bei Preisvergleichen mit dem Ausland müssten diese Aktionsrabatte berücksichtigt werden.¹⁴ Für Aktionen eignen sich vor allem starke Markenprodukte, für die generell ein hoher Preis verlangt werden kann. Besonders wirkungsvoll sind Aktionen von Markenprodukten, welche viele Konsumenten für unverzichtbar halten. Führt Coop oder Migros eine solche Aktion, wechselt ein sonst treuer Kunde auch mal zum Konkurrenten, um von dieser Aktion zu profitieren. Dabei wird in der Regel nicht nur das Aktionsprodukt gekauft.

¹⁴ Trotzdem müssen Aktionsangebote und damit möglicherweise einhergehende „überteuerte“ Normal- bzw. Listenpreise nicht unesehen akzeptiert werden. Insbesondere stellt sich in diesem Zusammenhang die Problematik, dass gerade für Konsumentende mit engem Budget ein Profitieren von Aktionsangeboten „auf Vorrat“ oft nicht möglich ist.



Must in Stock

Im Zusammenhang mit der Weitergabe von Währungsvorteilen wurde vermehrt der Begriff „Must-in-Stock“ ins Spiel gebracht. Mit der Must-in-Stock-Eigenschaft werden starke Markenprodukte in Verbindung gebracht, die so beliebt sind, dass Kunden nur für diese Produkte ein anderes Geschäft aufsuchen, wenn ein Laden dieses Produkt nicht führt. Die Detailhändler machen geltend, dass sie bei solchen Produkten in einer schwachen Verhandlungsposition sind, da die Verhandlungspartner ebenfalls von der Unverzichtbarkeit des Produkts ausgehen können. Die Must-in-Stock-Eigenschaft könnte insofern ein *Indiz* für eine markenbezogene Marktabgrenzung und damit auch ein möglicher Ansatzpunkt für vorhandene Marktmacht sein.

Umgekehrt sind Coop und Migros in der Schweiz so stark, dass selbst die Produzenten der sogenannten Must-in-Stock-Marken darauf angewiesen sind, dass sie zumindest von einem dieser beiden Grossverteiler ins Sortiment aufgenommen werden. Zudem haben die meisten Produkteanbieter nur einzelne so starke Marken im Sortiment und daneben eine Reihe andere Produkte, die sie auch gerne bei Coop oder Migros platzieren würden.

Detailhändler profitieren von einer umso effektiveren Sogwirkung von Aktionen auf Kunden, wenn sie sogenannte Must-in-Stock-Produkte in Aktion anbieten. In der Regel ist es kein Zufall, dass eine Marke so stark geschätzt wird, sondern eine unternehmerische Leistung. Es versteht sich von selbst, dass der Inhaber einer solchen Marke versucht, mit dieser Marke so viel Geld wie möglich zu verdienen. Solange es die Wettbewerbssituation erlaubt, leben sowohl der Detailhandel als auch der Markenartikelanbieter relativ gut mit Preisen, die die Zahlungsbereitschaft der Kunden abschöpfen: Beide profitieren – bezahlen tun die Kunden.

Für Aktionen erhalten die Grossverteiler vom Importeur auch Werbebeiträge für die Verkaufsförderung. Gemäss Importeuren und Produzenten übersteigen Verkaufsförderungs- und Aquisitionsbeiträge an Schweizer Grossverteiler die Beiträge deutlich, welche im benachbarten Ausland üblich sind. Diese schmälern somit den Anreiz, die Waren direkt aus dem Ausland parallel zu importieren.

Die Migros musste aufgrund der härteren Preiskonkurrenz – auch durch den Einkaufstourismus – die Preise stärker senken, als dies die Währungsgewinne ermöglicht hätten. Die durchschnittlichen Preise des gesamten Warensortiments der Migros waren 2011 4 Prozent günstiger als 2010. Von 2007 bis 2011 wurden die Preise gesamthaft um 9 Prozent gesenkt. Die kumulierte Minusteuerung per Ende Mai 2012 beträgt auch schon wieder 2.5 Prozent.

Migros macht geltend, dass zudem harte Verhandlungen mit den ausländischen Lieferanten notwendig gewesen seien, um die Preise für ausländische Markenprodukte zu senken.

	01.01.2009	01.01.2010	01.01.2011	30.08.2011	05.01.2012	11.06.2012	Änderung total in %
L'Oréal Elsève Shampoo	Fr. 5.40	Fr. 4.90	Fr. 4.00	Fr. 4.00	Fr. 4.00	Fr. 3.60	-27%
L'Oréal Studio Line Volumen Mousse Seide & Gloss		Fr. 8.60	Fr. 8.30	Fr. 8.30	Fr. 8.30	Fr. 7.00	-19%
Nivea SOS Hand-crème	Fr. 4.95	Fr. 4.95	Fr. 4.95	Fr. 4.95	Fr. 4.95	Fr. 4.10	-17%
Nivea Creme Dusch	Fr. 4.00	Fr. 4.00	Fr. 3.75	Fr. 3.35	Fr. 3.35	Fr. 3.35	-16%
Galbani Mozzarella 150g	Fr. 2.10	Fr. 2.00	Fr. 1.90	Fr. 1.80	Fr. 1.80	Fr. 1.80	-14%
Elmex Classic	Fr. 4.90	Fr. 4.40	Fr. 3.95	Fr. 3.95	Fr. 3.95	Fr. 3.95	-10%
Grana Padano 120g	Fr. 2.50	Fr. 2.45	Fr. 2.40	Fr. 2.60	Fr. 2.50	Fr. 2.40	-4%
Rio mare Thunfisch in Olivenöl	Fr. 3.75	Fr. 3.75	Fr. 3.55	Fr. 3.55	Fr. 3.30	Fr. 3.60	-4%
Coca Cola 50cl		Fr. 1.10	Fr. 1.10	Fr. 1.10	Fr. 1.10	Fr. 1.10	0%
Barilla Penne Rigate							
Nutella Haselnuss-Nougat-Crème 400g	Fr. 3.75	Fr. 3.50	Fr. 3.50	Fr. 3.50	Fr. 3.10	Auslistung	
Nutella Haselnuss-Nougat-Crème 450g						Fr. 3.50	



Pampers Baby-Dry Windeln - Grösse 6 Extra Large			Fr. 27.80	Fr. 27.80	Fr. 27.80		
Trident Senses Kaugummi ohne Zucker Senses Mistery Mint	Fr. 4.90	Fr. 4.90	Fr. 4.90	Fr. 4.90	Fr. 4.90	Auslistung	
Trident Senses Kaugummi ohne Zucker Senses Rainforest						Fr. 4.80	
Gillette Sensor Excel Klengen	Fr. 22.90	Fr. 19.95	Fr. 14.40	Fr. 14.40	Fr. 14.40	Nicht vergleichbar	
Tampax Compak Regular	Keine Angaben						
Always Ultra Normal	Keine Angaben						

Tabelle 2: Entwicklung der Endverkaufspreise ausgewählter Markenprodukte in der Migros

„Die Teuerung lag bei Coop 2011 bei -2.4 Prozent, Bis Ende Mai lag die Teuerung 2012 bereits wieder bei -2 Prozent, auf ausländischen Markenartikeln, welche einen Umsatzanteil von ca. 10 Prozent bei Coop ausmachen, gar bei -3.8 Prozent.

	01.01.2009	01.01.2010	01.01.2011	30.08.2011	11.06.2012	Änderung total in %
Always Ultra Normal plus 28 Stk.	Fr. 7.90	Fr. 5.95	Fr. 5.95	Fr. 5.95	Fr. 4.60	-42%
Always Ultra Normal 16 Stk.	Fr. 4.95	Fr. 3.30	Fr. 3.30	Fr. 3.30	Fr. 3.10	-37%
Pampers Baby-Dry Maxi 52 Stk.	Fr. 27.75	Fr. 27.75	Fr. 26.95	Fr. 25.95	Fr. 19.95	-28%
Pampers Baby-Dry Maxi Plus 48 Stk.	Fr. 27.75	Fr. 27.75	Fr. 26.95	Fr. 25.95	Fr. 19.95	-28%
Nutella Haselnuss-Nougat-Crème 400g	Fr. 3.90	Fr. 3.50	Fr. 3.50	Fr. 3.10	Fr. 3.00	-23%
L'Oréal Studio Line Mousse Silk & Gloss Mousse 200ml		Fr. 8.60	Fr. 8.60	Fr. 8.60	Fr. 7.00	-19%
Nivea SOS Handcrème 50ml	Fr. 4.95	Fr. 4.95	Fr. 4.95	Fr. 4.55	Fr. 4.10	-17%
Nivea SOS Handcrème Duo 2x50ml				Fr. 9.90	Fr. 8.20	-17%
Tampax Compak Regular 20 Stk.	Fr. 7.40	Fr. 7.40	Fr. 7.40	Fr. 7.40	Fr. 6.30	-15%
Galbani Mozzarella 150g	Fr. 2.10	Fr. 2.00	Fr. 1.90	Fr. 1.80	Fr. 1.80	-14%
Galbani Mozzarella 3x150g	Fr. 6.30	Fr. 6.00	Fr. 6.00	Fr. 5.40	Fr. 5.40	-14%
Galbani Mozzarella 400g	Fr. 5.30	Fr. 5.20	Fr. 5.30	Fr. 4.55	Fr. 4.55	-14%
Galbani Mozzarella Stk. Lucia 250g	Fr. 4.50	Fr. 4.40	Fr. 3.90	Fr. 3.90	Fr. 3.90	-13%
Grana Padano gerieben 250g	Fr. 5.30	Fr. 5.20	Fr. 5.30	Fr. 5.15	Fr. 4.70	-11%
Barilla Penne Rigate No. 73 500g	Fr. 2.25	Fr. 2.25	Fr. 2.25	Fr. 2.10	Fr. 2.10	-7%
Rio mare Thunfisch in Olivenöl 104g	Fr. 3.75	Fr. 3.75	Fr. 3.55	Fr. 3.30	Fr. 3.60	-4%
Omo Color Flüssiges 1.5L	Fr. 11.90	Fr. 11.90	Fr. 11.90	Fr. 11.90	Fr. 11.90	0%
Coca Cola 6x1.5L	Fr. 12.90	Fr. 13.20	Fr. 12.90	Fr. 12.90	Fr. 13.20	2%
				30.08.2011	11.06.2012	Änderung total in %
Nivea Creme Dose 150ml				Fr. 3.55	Fr. 2.95	-17%
Schär Penne rigate glutenfrei 500g				Fr. 4.90	Fr. 4.20	-14%
Rexona Deo Roll-on				Fr. 4.95	Fr. 4.25	-14%



Tropical 50ml						
Milupa Brei Biscuit 275g				Fr. 7.80	Fr. 6.80	-13%
Nivea Handcrème Anti-Age Q10plus 100ml				Fr. 5.45	Fr. 4.95	-9%
Schär Tagliatelle mit Eier 250g				Fr. 4.95	Fr. 4.50	-9%

Tabelle 3: Entwicklung der Endverkaufspreise ausgewählter Markenprodukte bei Coop

Neben den beiden Schweizer Marktführer des Detailhandels wurde auch Lidl-Schweiz nach der Preisentwicklung von 10 ausgewählten umsatzstarken Produkten gefragt.

	19.03.2009	01.01.2010	01.01.2011	01.01.2012	01.06.2012	Änderung total in %
Nivea Gesichtstonic pflegend	Fr. 7.59	Fr. 7.59	Fr. 6.95	Fr. 4.89	Fr. 4.89	-36%
Rexona Deo Roll Cobalt oder Cotton	Fr. 3.95	Fr. 3.95	Fr. 3.29	Fr. 2.89	Fr. 2.98	-25%
Always Ultra Normal 10 Stk.	k. A.	Fr. 5.95	Fr. 5.19	Fr. 4.59	Fr. 4.59	-23%
Barilla Penne Rigate No. 73 1kg	Fr. 3.65	Fr. 3.25	Fr. 3.25	Fr. 2.95	Fr. 2.95	-19%
Kinder Milchschnitte	Fr. 1.95	Fr. 2.09	Fr. 2.09	Fr. 1.69	Fr. 1.69	-13%
Nivea Creme	Fr. 3.29	Fr. 3.29	Fr. 3.29	Fr. 2.95	Fr. 2.95	-10%
Nutella Haselnuss-Nougat-Crème 400g	k. A.	Fr. 3.49	Fr. 3.49	Fr. 3.36	Fr. 3.43	-2%
Coca Cola 2L	k. A.	Fr. 2.94	Fr. 2.94	Fr. 2.94	Fr. 2.94	0%
Grana Padano 200g	k. A.	k. A.	Fr. 3.49	Fr. 3.49	Fr. 3.49	0%

Tabelle 4: Preisentwicklung ausgewählter Markenprodukte bei Lidl

Insgesamt hat auch der Detailhandel über die blosser Weitergabe von Währungsgewinnen hinaus seit 2010 wesentlich zur Senkung des Schweizer Preisniveaus beigetragen.

A.4.3 Automarkt

Endverkaufspreise von Autos gelten in der Schweiz als 5-10 Prozentteurer als in den umliegenden Ländern. Im August 2011 waren die relativen Schweizer Verkaufspreise aufgrund des Eurokurses, der unter Fr. 1.20 sank, plötzlich um 5-20 Prozent teurer als im umliegenden Ausland.

Im Schweizer Autohandelsmarkt kommt dem Parallel- und Direktimport eine wesentliche Rolle bei der Herstellung von Wettbewerbsbedingungen zu. Nachdem der Marktanteil der direkt importierten Fahrzeuge in der Schweiz aufgrund des dafür günstigen Wechselkurses stark zugenommen hatte, reagierten Schweizer Autohändler und gewährten quasi flächendeckend Euro-Rabatte. Dadurch wurden Neuwagen in der Schweiz deutlich günstiger. Die effektiv bezahlten Preise lassen sich nicht leicht nachverfolgen, da sich die gewährten Rabatte je nach Verhandlungstaktik des Kunden stark unterscheiden.¹⁵

Nachdem die Währungsvorteile der importierten Neuwagen endlich weitergegeben wurden, mussten auch Anbieter auf dem Occasionsmarkt ihre Preise reduzieren. Obwohl Anbieter von Occasionswagen keine Währungsgewinne erzielen, waren sie direkt von den günstigeren Neuwagen betroffen und mussten ihre Occasionsflotte abschreiben, um neben dem Neuwagenmarkt bestehen zu können.¹⁶

Gemäss dem VFAS hat sich der Anteil der Direktimporte im Automarkt innerhalb des Jahres 2011 verdoppelt. Im Januar 2012 wurden fast 12 Prozent aller in der Schweiz verkauften Fahrzeuge direkt importiert. Der steigende Anteil direkt importierter Personenwagen ist aus Sicht der Preisüberwachung insofern positiv, als durch Parallelimporte der Druck zur Weitergabe von Wechselkursvorteilen erhöht wird.

¹⁵ Vgl. die Sendung 10vor10 vom 28.11.2011 des Schweizer Fernsehens, die Testkäufe bei verschiedenen Autohändlern durchgeführt hat.

¹⁶ Dies ergaben Gespräche der Preisüberwachung mit Amag und dem Verband Freier Autohandel Schweiz VFAS.



Befürchtungen, dass sich aufgrund der neuen CO₂-Gesetzgebung die Bedingungen für Direktimporteure verschlechtern und der Wettbewerbsdruck wieder abnimmt sind verbreitet und möglicherweise auch berechtigt. Die Kalkulation möglicher CO₂-Abgaben, bzw. die Organisation zu deren Verminderung stellen künftig eine weitere preisrelevante administrative Hürde beim Direktimport neuer Personenwagen dar. Ausführlichere Einschätzungen zum künftigen Wettbewerbsumfeld unter der neuen CO₂-Gesetzgebung aus Sicht der Preisüberwachung werden in Teil D.2 erläutert.

A.4.4 Elektronik

Computer und Computerzubehör werden nach Flugtickets am häufigsten über das Internet erworben.¹⁷ 12 Prozent der Haushaltsausgaben für Computer und Zubehör werden über das Internet getätigt. Das Internet erleichtert Preisvergleiche und Parallelimporte. Aufgrund der einfachen Transportmöglichkeiten und aufgrund der vielen Internetanbieter herrschen im Elektronikmarkt harte Wettbewerbsbedingungen. Die Kombination aus einem geringen Anteil an Kosten, die im Inland anfallen, und extremen Wettbewerbsbedingungen ermöglicht tiefe Preise. Der Elektronikmarkt zeigt, dass Produkte in der Schweiz nicht grundsätzlich teurer sein müssen. Teilweise können Computerprodukte in der Schweiz aufgrund der tieferen Mehrwertsteuer sogar günstiger sein, als im umliegenden Ausland. Dies trifft vereinzelt auf Softwareprodukte zu. Das Produkt „Office Home and Business 2010; 2 PC/1 User, 64 bit/32 bit“ war zum Beispiel am 12. Juni 2012 in der deutschen Vollversion bei mindestens zwei grossen Internetanbietern um rund 5 Prozent günstiger als bei einem grossen deutschen Internetanbieter. Trotzdem sind Elektronikprodukte nicht generell günstiger in der Schweiz. Ein Vergleich von vier zufällig ausgewählten Arbeitsspeichermodulen für Desktop-Computer am 12. Juni 2012 hat gezeigt, dass die Preise von Schweizer Internetanbietern höher waren als diejenigen von ausländischen Anbietern. Trotzdem hätte sich der Bezug aus dem Ausland aufgrund höherer Versandkosten nur knapp gelohnt. Zudem wären dabei auch Verzollungskosten zu berücksichtigen (vgl. dazu Kapitel D.3).

Fall Nikon. Versuchte Kaufkraftabschöpfung trotz Wettbewerbsbedingungen

Wirksamer Wettbewerb begünstigt die Weitergabe von Währungsgewinnen und verhindert die Abschöpfung der Zahlungsbereitschaft. Geringe Margen und die relativ einfache Möglichkeit im Ausland zu Europreisen zu bestellen, lassen wenig Spielraum, die höhere Kaufkraft abzuschöpfen. Die Möglichkeit, Produkte aufgrund technischer Daten einfach zu vergleichen, dürften den Wettbewerbsdruck zusätzlich vergrössern. In diesem Umfeld sind die Möglichkeiten zur Abschöpfung der Kaufkraft begrenzt. Dass dies nur grundsätzlich zutrifft, zeigt ein Urteil der Wettbewerbskommission vom Dezember 2011 gegen die Nikon AG (nachfolgend Nikon). Es lässt erkennen, dass die Schweizer Kaufkraft beispielsweise im Fotoapparatemarkt durch einen Anbieter mindestens versuchsweise abgeschöpft wurde. Nikon wurde mit Fr. 12.5 Millionen CHF wegen Behinderung von Parallelimporten gebüsst, weil Nikon versucht hat, den Schweizer Markt abzuschotten und dadurch Preise in der Schweiz von europäischen Preisen zu differenzieren. Gebüsst wurde Nikon auch für die Ausübung von Druck auf Parallelhändler. Nikon hat seine Ländergesellschaften angehalten, Parallelexporte in die Schweiz zu verhindern. Der Entscheid der Weko ist aufgrund einer Beschwerde von Nikon beim Bundesverwaltungsgericht noch nicht rechtskräftig.

¹⁷ Vgl. Webseite des Bundesamts für Statistik BFS, Daten und Indikatoren zur Informationsgesellschaft. E-commerce der privaten Haushalte: http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/04/key/approche_globale.indicator.30108.301.html?open=327#327 (Stand: 22.05.2012).



A.5 Fazit & Ausblick

Weil auch bei vielen importierten Markenprodukten ein grosser Teil der Wertschöpfung in der Schweiz erwirtschaftet wird, wird der Einfluss der Frankenstärke auf die Produktkosten der in der Schweiz angebotenen importierten Produkte in der Regel überschätzt. Dies trifft insbesondere auf sogenannte Marketingprodukte zu, also Produkte, die intensiv beworben werden. Die Frankenstärke beeinflusst die Preise trotzdem wesentlich. Der Einfluss wirkt sich sowohl über Kosteneinsparungen aufgrund von Wechselkursgewinnen aus, welche tendenziell überschätzt werden, als auch über den wechselkursbedingt intensivierten Wettbewerb mit dem grenznahen Ausland. Die Wettbewerbsintensivierung erschwert die vergleichsweise hohe Schweizer Kaufkraft abzuschöpfen. **Die Preisüberwachung setzt sich darum für wettbewerbsfreundliche Rahmenbedingung und für einen Abbau von Handelshemmnissen ein.** In Produktemärkten, in denen eine Abschöpfung der Kaufkraft im Wettbewerb dennoch gelingt, haben Konsumenten häufig trotz höherer Ansprüche an die Qualität die Möglichkeit preisbewusster auszuwählen.

Preisreduktionen vereinzelter Hersteller erfolgten relativ spät, nämlich erst im Jahr 2012. Währungsgewinne aufgrund der Frankenstärke wurden im Detailhandelsmarkt zwar weitgehend aber nicht automatisch an den Detailhandel weitergegeben. Im Vorfeld waren dafür laut Aussagen des Detailhandels intensive Verhandlungen nötig. Die Beobachtung der Preisentwicklung von Importprodukten angesichts der Frankenstärke scheint darum auch weiterhin nötig.

	2011		2012	
	Preisänderungen	Bemerkungen	Preisänderungen	Bemerkungen
L'Oréal	-4%		0%	
Scott (Wintersortiment)	-20%	Preise des Mutterkonzerns an Schweizer Filiale		
Beiersdorf	-9 bis 11%	Auf Deodorants, Cremes, Dusch- und Haarwaschmittel	-10%	Auf Sonnenschutzmittel
Husqvarna	-7 bis -25%	Empfohlene Endverkaufspreise	-8.70%	Empfohlene Endverkaufspreise
Unilever	-8 bis -12%	Listenpreise	0%	
Nestlé	-10%	Auf importierten Produkten		
Coop	-2.4%	nicht nur Importe sondern Gesamtsortiment,	-2%	bis Ende Mai 2012 Gesamtsortiment
Migros	-4%	nicht nur Importe sondern Gesamtsortiment,	-2.5%	bis Ende Mai 2012 Gesamtsortiment
Durchschnittliche Preisänderungen folgender Firmen dürfen aus Gründen der Vertraulichkeit nicht publiziert werden: Bosch; Kraft, Procter & Gamble				

Tabelle 5: Durchschnittliche Preisänderungen aufgrund von Aussagen der untersuchten Firmen

Nicht ins Visier genommen wurden zum Beispiel Gemüse und Früchte aus dem Ausland. Früchte und Gemüse werden durch den Detailhandel zu Tagespreisen eingekauft. Deren Preise schwanken häufig stark und sind neben Wechselkursen von vielen weiteren Faktoren, welche Angebot und Nachfrage bestimmen, abhängig. Die weitergegebenen Währungsvorteile fallen bei diesen gewohnt stark schwankenden Preisen weniger auf. Der Einkauf zu Tagespreisen führt jedoch dazu, dass der starke Franken direkt zu niedrigen Preisen führt. Schutzzölle halten dann, wenn die Schweizer Früchte reif sind, Konkurrenzprodukte aus dem Ausland vom Schweizer Markt fern. Bei den landwirtschaftlichen



Produkten die in der Schweiz produziert werden, sind Vorteile aus der Frankenstärke kaum zu erwarten. Aufgrund solcher agrarpolitischer Rahmenbedingungen wurde die Weitergabe von Währungsgeinnen für Früchte und Gemüse nicht untersucht.

Bei allen untersuchten Marken sind die durchschnittlichen Preise im Detailhandel in der Folge der Frankenstärke gesunken. Auch die Preise der bestverkauften Produkte vieler Marken sind häufig gefallen. Insofern konnte beobachtet werden, dass **Währungsvorteile** grundsätzlich mindestens teilweise weitergegeben werden. Die zunehmende Preissensibilisierung führte in einzelnen Fällen sogar zu stärkeren Preissenkungen als dies die im Ausland anfallenden Kostenanteile hätten erwarten lassen. Da die Überhöhungen gegenüber Deutschland zum Teil bereits vor der ausgeprägten Frankenstärke sehr hoch waren, bleiben in vielen Fällen jedoch nach wie vor störend hohe Preise bestehen.

Die Mehrheit der befragten Unternehmen begründet ihre Preise mit den entstandenen Kosten und angemessenen Gewinnen. Es gibt auch Hersteller, die zur Erklärung ihrer Preissetzungspolitik lediglich auf den Wettbewerb verweisen, nicht aber auf die Kostenrechnung. Ein Wettbewerbsumfeld kann aber auch eine spezifische preisliche Positionierung nahelegen, welche Preise wettbewerbsfähig macht, die deutlich höher sind als die Kosten der Produkte. Im zunehmend umkämpften Schweizer Detailhandelsmarkt kommen aber auch die Preise der Lieferanten zunehmend unter Druck. Angesichts der Frankenstärke erhöht sich auch der Druck auf Preise von starken Markenprodukten.

B. Hochpreisinsel Schweiz

Im Zusammenhang mit dem im internationalen Vergleich hohen Preisniveau der Schweiz wird von der Hochpreisinsel Schweiz gesprochen. Die Schweiz hebt sich durch auffallend hohe Preise von anderen Ländern ab. Mit der Frankenstärke hat sich diese Kluft verstärkt und die Sensibilität der Konsumentinnen und Konsumenten für die Hochpreisinsel Schweiz ist gewachsen. In diesem Kapitel werden ausgewählte Ursachen für das Schweizer Preisniveau aufgeführt und erklärt. Im Zentrum des Interesses stehen dabei Erkenntnisse aus den intensiven Gesprächen und Befragungen mit den Händlern und Herstellern von Markenartikeln.

Zu Beginn wird auf die hohe Zahlungsbereitschaft in der Schweiz und deren Abschöpfung eingegangen. Dabei werden Marketingstrategien aufgezeigt, welche für die hohen Preise verantwortlich sind. Weiter werden die Problematik der Handelshemmnisse und die Einführung des Cassis-de-Dijon-Prinzips in der Schweiz aufgegriffen, sowie die bereits in Kapitel A.3 angesprochenen Kostentreiber in der Schweiz thematisiert.

B.1 Preissetzung

B.1.1 Abschöpfen der Zahlungsbereitschaft

Die Preissetzung auf dem Schweizer Markt hängt im Wesentlichen von den Budgetmöglichkeiten der Konsumentinnen und Konsumenten ab und von deren Bereitschaft, sich mit einem Teil ihres Budgets ein konkretes Produkt zu kaufen. Diese Bereitschaft wird als Zahlungsbereitschaft (auch Preisbereitschaft genannt) bezeichnet. Die Zahlungsbereitschaft für die meisten Güter ist einkommenselastisch und damit in reichen Ländern besonders hoch.¹⁸ Grundsätzlich haben Konsumentinnen und Konsumenten unterschiedliche Zahlungsbereitschaften, welche zudem immer auch von einem jeweiligen Produkt abhängen, dennoch lässt sich sagen, dass die durchschnittliche Zahlungsbereitschaft in der Schweiz im Vergleich zum Ausland relativ hoch ist.¹⁹

¹⁸ Eichenberger, R. (2008): „Wettbewerb im Binnenmarkt, internationale Öffnung und Wachstum“; in „Die Volkswirtschaft“, Ausgabe 4-2008.

¹⁹ In diesem Zusammenhang wird oft auch von der Abschöpfung der Kaufkraft gesprochen, welche in der Schweiz ebenfalls relativ hoch ist. Diese beschäftigt sich mit dem verfügbaren Einkommen und dem Preisniveau. Hier soll jedoch nicht näher darauf eingegangen werden.



Die hohe Zahlungsbereitschaft ist unter anderem mit Erwartungen der Konsumentinnen und Konsumenten an das Produkt verbunden. Deren Qualitätsanforderungen sind grundsätzlich hoch und zu dem hohen Preis, den sie bezahlen, erwarten diese ein Produkt von entsprechender Qualität. Die Qualitätsansprüche richten sich nicht nur an das Produkt, sondern auch an das „Kauferlebnis“ und den auf das Produkt bezogenen Service. Die Läden in der Schweiz sind optisch oft ansprechend gestaltet und die Einrichtung ist möglichst kundenfreundlich. Der Service beim Verkauf sowie danach (zum Beispiel durch eine Kunden-Hotline) ist ebenfalls meist aufwendig.

Das gibt den Unternehmen, welche die Preise am Markt festsetzen, die Gelegenheit, diese Gegebenheiten zu ihren Gunsten zu nutzen, indem sie die hohe Zahlungsbereitschaft in der Schweiz mittels hoher Preise abschöpfen. Dies bedeutet, dass sich die Preise nicht alleine nach den Kosten richten und die Unternehmen hohe Gewinne zu Lasten der Haushaltsbudgets machen. Die im Kapitel A.2 erwähnte SECO-Studie gelangt etwa zum Schluss, „...dass die kostenbasierte Preissetzung auf Konsumstufe nicht sehr ausgeprägt ist“.²⁰

B.1.2 Preis Warenkorb

Bei funktionierendem Interbrandwettbewerb (Wettbewerb zwischen verschiedenen Markenartikeln derselben Produktkategorie) sind die wichtigsten Anhaltspunkte für die Preissetzung die Produktpreise der Konkurrenz. Dabei ist der Preis für ein Produkt nicht nur von den Kosten abhängig, sondern auch ein Botschafter für Qualität. Wenn folglich ein Markenprodukt mit einem gewissen Prestige in der Schweiz auftritt, wird es den Preis deutlich über den Eigenmarken der Grossverteiler ansetzen, aber auch über den Konkurrenzprodukten, die es im Hinblick auf das Prestige überbieten will.

Gerade bei Prestigemarken spielt nicht nur der Vergleich mit der Konkurrenz eine Rolle, sondern auch der Vergleich mit andern Produkten, die im gleichen Rahmen eingekauft werden. Körperpflegeprodukte und Kosmetika werden typischerweise mit Lebensmitteln verglichen, die ebenfalls bei Grossverteilern gekauft werden. Die Preise orientieren sich also am Preisniveau eines bestimmten Warenkorbs. So tragen zum Beispiel die relativ teuren Lebensmittel in der Schweiz ihren Teil dazu bei, die Markenprodukte im sogenannten Nearfood-Bereich in der Schweiz zu verteuern. Das heisst im Klartext, dass das hohe Preisniveau etwa für Fleisch indirekt auch die Preise für Nearfood-Produkte in die Höhe treibt.

Die Markenartikelhersteller bestätigten zu einem grossen Teil, dass sich die Preise nach länderspezifischen Gegebenheiten richten. Dabei komme es vor allem auf die Mitbewerber und deren Produkte an und auf das Niveau, auf welchem diese ihre Preise festsetzen. Einerseits müssten die Preise wettbewerbsfähig sein, andererseits würden die Produkte durch den Preis im Markt hinsichtlich des Wettbewerbs positioniert, wodurch Aussagen über Eigenschaften und Qualität der Produkte gemacht würden.

B.1.3 Exkurs Marketing

Die Abschöpfung der Zahlungsbereitschaft der Konsumentinnen und Konsumenten entspricht der gängigen Marketinglehre und wird durch Marketinginstrumente der am Markt beteiligten Unternehmen gefördert. Die folgenden Ausführungen zum Marketing beziehen sich auf die Werke von Homburg und Kromer²¹ sowie Pepels²².

Mit Marketingstrategien wird versucht, Kundensegmente nach kundenspezifischen Präferenzen zu bedienen, um damit den für das Unternehmen optimalen Preis und eine Steigerung des Gewinns zu erzielen. An dieser Stelle wird auf diejenigen Marketingstrategien eingegangen, die hauptsächlich für die im Vergleich zum Ausland unterschiedlichen und hohen Preise in der Schweiz verantwortlich sind. Dabei geht es einerseits um die Produktdifferenzierung, andererseits um die Preisdifferenzierung. Diese Strategien sind immer auch Teil eines umfassenden Marketingkonzepts.

²⁰ SECO (2011): „Weitergabe von Einkaufsvorteilen aufgrund der Frankenstärke“, S. 8, Staatssekretariat für Wirtschaft, Bern, Schweiz.

²¹ Homburg, C., Kromer, H. (2006): „Marketingmanagement“, Gabler Verlag, Wiesbaden, Deutschland.

²² Pepels, W. (Hrsg.); (2007): „Marktsegmentierung – Erfolgsnischen finden und besetzen“, Symposion Publishing GmbH, Düsseldorf, Deutschland.



Produktdifferenzierung: Bei dieser Marketingstrategie geht es darum, Varianten bestehender Produkte herzustellen, welche sich durch bestimmte Merkmale, zum Beispiel der Qualität, des Markennamens oder der Verpackung unterscheiden. So werden für den Schweizer Markt spezifische Produkte hergestellt, welche sich mehr oder weniger stark von denjenigen im Ausland unterscheiden. Es kann sich dabei zum Beispiel um Marken handeln, welche nur in der Schweiz erhältlich sind oder um Lebensmittel, welche in der Schweiz eine andere Rezeptur haben. Wichtig für den Schweizer Markt sind diesbezüglich die hohen Qualitätsanforderungen der Konsumentinnen und Konsumenten, welche es den Markenartikelherstellern relativ einfach machen, spezifische Produkte zu lancieren, für welche dann hohe Preise verlangt werden können. Dies vor allem auch darum, weil Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz eher bereit sind mehr Geld für (vermeintlich) höhere Qualität zu zahlen. Damit kann für den Schweizer Markt ein eigener Preis gesetzt und der Parallelimport ausgeschlossen werden (vgl. Kapitel B.2.2).

Preisdifferenzierung: Bei dieser Marketingstrategie werden für identische oder geringfügig unterschiedliche Produkte, unterschiedliche Preise verlangt. An dieser Stelle ist vor allem die internationale Preisdifferenzierung relevant, also die Festlegung unterschiedlicher Preise aufgrund der Landesgrenzen. Dabei geht es neben der Deckung unterschiedlich hoher Kosten vor allem auch um die Abschöpfung unterschiedlicher Zahlungsbereitschaften. Dementsprechend werden in der Schweiz vergleichsweise hohe Preise verlangt.

B.2 Handelshemmnisse

In Fokus der Diskussion um die Hochpreisinsel stehen insbesondere Handelshemmnisse, welche den internationalen Warenverkehr beeinträchtigen. Ein spezieller, aber entscheidender Fall bilden technische Handelshemmnisse. In diesem Zusammenhang spielt für die Schweiz die Einführung des Cassis-de-Dijon-Prinzips eine wichtige Rolle, dessen Ziel es war, technische Handelshemmnisse abzubauen.

Es gibt aber nach wie vor zu viele Handelshemmnisse. Diese behindern den Wettbewerb und verhindern damit auch wirklich marktgerechte Preise. Einige davon sollen in diesem Kapitel aufgeführt werden, wobei auf diejenigen eingegangen wird, welche möglichen Wettbewerb behindern. Auf Handelshemmnisse in Märkten, in welchen der Wettbewerb von vornherein ausgeschlossen ist, wird an dieser Stelle nicht eingegangen. Für diese Märkte werden Preise oftmals staatlich administriert. Diese werden in Kapitel C abgehandelt.

B.2.1 Die Einführung des Cassis-de-Dijon-Prinzips

Mit der Revision des THG wurde die autonome Einführung des sogenannten Cassis-de-Dijon-Prinzips beschlossen, welches per 1. Juli 2010 in Kraft getreten ist. Nach diesem Prinzip können Waren, welche in der EU bzw. im Europäischen Wirtschaftsraum EWR rechtmässig im Verkehr sind, grundsätzlich auch in der Schweiz ohne vorgängige Kontrollen gehandelt werden: So können gemäss Art. 16a Abs. 1 THG Produkte, welche die schweizerischen technischen Vorschriften nicht erfüllen, unter folgenden Voraussetzungen dennoch in der Schweiz vermarktet werden:

- Sie erfüllen die technischen Vorschriften der EU bzw. eines Mitgliedstaats der EU oder des EWR.
- Sie sind in der EU oder in dem EU/EWR-Mitgliedstaat, dessen technische Vorschriften sie erfüllen, rechtmässig in Verkehr.

Des Weiteren ist es Schweizer Herstellern möglich, Produkte nach ausländischem Recht herzustellen und in der Schweiz zu vermarkten, wenn dabei die Bestimmungen der EU bzw. des EU/EWR-Mitgliedstaats beachtet werden.²³

Unter Berufung auf den Schutz überwiegender öffentlicher Interessen gibt es Ausnahmen bei der Anwendung des Cassis-de-Dijon-Prinzips und so findet es gemäss Art. 16a Abs. 2 THG keine Anwendung für:

²³ Staatsekretariat für Wirtschaft (2012): „Rechtliche Grundlagen zur Anwendung des Cassis-de-Dijon-Prinzips in der Schweiz“; <http://www.seco.admin.ch/themen/00513/00730/01220/04172/index.html?lang=de> (Stand: 24.08.2012).



- a. Produkte, die einer Zulassungspflicht unterliegen;
- b. anmeldepflichtige Stoffe nach der Chemikaliengesetzgebung;
- c. Produkte, die einer vorgängigen Einfuhrbewilligung bedürfen;
- d. Produkte, die einem Einfuhrverbot unterliegen;
- e. Produkte, für die der Bundesrat in Artikel 2 der Verordnung über das Inverkehrbringen von Produkten nach ausländischen Vorschriften (VIPaV) eine Ausnahme beschlossen hat.

Das SECO führt dazu eine rechtlich unverbindliche Negativliste, welche die Ausnahmen enthält, bei denen das Cassis-de-Dijon-Prinzip keine Anwendung findet.²⁴

Gerade in Bezug auf die Ausnahmen wird deutlich, dass die Anliegen der Konsumentinnen und Konsumenten nach höherer Qualität, umfassenderer Sicherheit oder verbesserten Tierhaltebedingungen jenen nach tieferen Preisen entgegenstehen. Beim Erstellen dieser Vorschriften wird bewusst der direkte Mehrpreis für diese Massnahmen in Kauf genommen, übersehen wird hingegen gerne der Preis des beeinträchtigten Wettbewerbs. In der Regel übersteigen die Preisdifferenzen die durch die Abschottung des Marktes entstehenden direkten Kosten um ein Vielfaches. Es ist davon auszugehen, dass die dreisprachige Produktebeschriftung einer Haar-Koloration lediglich ein paar Rappen kostet, der Preis in der Schweiz für Marken-Kolorationen ist aber oft fast doppelt so hoch wie in Deutschland.

Mit dem Argument, es handle sich bei Lebensmitteln um besonders sensible Produkte, wurde für diese eine Sonderregelung bei der Anwendung des Cassis-de-Dijon-Prinzips eingeführt: So benötigen sie vor der erstmaligen Inverkehrbringung eine Bewilligung durch das Bundesamt für Gesundheit (BAG). Ob der Wettbewerb in der Schweiz mit diesem Verfahren tatsächlich gefördert wird ist zweifelhaft.

Des Weiteren muss bei Lebensmitteln und Rohstoffen nach dem Lebensmittelgesetz bei den Produktinformationen das Produktionsland angegeben werden. Ebenso gibt es Regelungen zur Angabe der Produktinformationen in den Schweizer Amtssprachen.²⁵

Die vielen Ausnahmen verwässern das Cassis-de-Dijon-Prinzip, was wiederum den erhofften Wettbewerb unterbindet. *Deshalb ist eine konsequentere Anwendung erstrebenswert. Die Anzahl der Ausnahmen sollte auf ein Minimum beschränkt werden.*

B.2.2 Verbleibende Handelshemmnisse

Trotz der Einführung des Cassis-de-Dijon-Prinzips gibt es nach wie vor Handelshemmnisse, welche die Einfuhr von Gütern aus dem Ausland in die Schweiz erschweren oder ganz verhindern. Diese können auf gesetzlichen oder technischen Grundlagen beruhen, aber auch anderweitig begründet sein. Handelshemmnisse führen, indem sie Importe behindern, vor allem langfristig zu einem hohen Preisniveau. Sie können aber auch kurzfristig die Reaktionsfähigkeit der Importeure bei einer Frankenstärke unterbinden und damit die Weitergabe von Wechselkursvorteilen verzögern. Folgende Handelshemmnisse, welche uns in Gesprächen mit Markenartikelherstellern und Detailhändlern genannt wurden, sind als besonders relevant erwähnt worden, bilden aber keine abschliessende Aufzählung:

- **Aufwendiges Bewilligungsverfahren und Trittbrettfahrerproblematik:** Das zuvor erwähnte Bewilligungsverfahren bei Lebensmitteln ist sehr aufwendig und oftmals langwierig.²⁶ Daher wurden solche Importe bis jetzt nur für sehr wenige Lebensmittel bewilligt und es gibt auch nicht viele Bemühungen seitens der Detailhändler, neue Produkte anzumelden. Zudem gehen die Kosten zu lasten des Antragstellers, den Vorteil nach erteilter Bewilligung für ein Produkt haben dann jedoch alle Marktteilnehmer. *Die Situation ist einerseits aufgrund des Bewilligungsverfahrens unbefriedigend, andererseits wegen der zahlreichen Ausnahmen. Daher ist zu bezweifeln, dass die Einfüh-*

²⁴ Erhältlich beim Staatssekretariat für Wirtschaft oder unter folgendem Link: <http://www.seco.admin.ch/themen/00513/00730/01220/04172/index.html?lang=de> (Stand: 24.08.2012).

²⁵ Z.B. in der Verordnung des EDI über kosmetische Mittel (VKos Art. 3, Abs. 2) oder in der Verordnung über Produktsicherheit (PrSV Art. 8, Abs. 1-2).

²⁶ Vgl. hierzu „Bescheidenes Interesse an ‘Cassis de Dijon‘“, in: NZZ online am 22.05.2012. <http://www.nzz.ch/aktuell/schweiz/schweiz-cassis-de-dijon-produkte-zulassung-1.16994760> (Stand: 27.8.2012).



rung des Cassis-de-Dijon-Prinzips den Wettbewerb massgebend intensiviert hat. Die erstrebenswerte konsequente Umsetzung des Cassis-de-Dijon-Prinzips würde das Bewilligungsverfahren obsolet machen.

- **Mehrsprachigkeit:** Die sprachlich angemessene Produktedeklaration im mehrsprachigen Schweizer Markt nennen Detailhändler und Markenhersteller am häufigsten als Erschwernis bei der Einfuhr ausländischer Produkte. Die rechtliche Lage hingegen scheint weniger einschränkend und für Parallelimporte günstig zu sein. Eine mehrsprachige Deklaration wird nur für Warn- und Sicherheitshinweise bestimmter Produkte, zum Beispiel Kosmetika, in zweisprachigen Kantonen verlangt.
- **Produkte mit einer Heilanpreisung:** Lebensmittel und Gebrauchsgegenstände dürfen aufgrund des Lebensmittelgesetzes keine Heilanpreisung in ihrer Produktbeschreibung enthalten. Das Lebensmittelgesetz kennt beispielsweise ein Täuschungsverbot (Art. 18 LMG), das den Angaben über besondere Wirkungen Restriktionen setzt. Diesbezüglich verbietet Art. 10 Abs. 2c der Lebensmittel- und Gebrauchsgegenständeverordnung Hinweise irgendwelcher Art, die einem Lebensmittel Eigenschaften der Vorbeugung, Behandlung oder Heilung zuschreiben oder die den Eindruck entstehen lassen, dass solche Eigenschaften vorhanden sind. Markennamen oder Produktbezeichnungen können leicht solche Heilanpreisungen implizieren, zum Beispiel wenn sie die Begriffe „Therapie“ oder „med“ enthalten. Dieser Umstand ist in vielen Fällen nicht angebracht und kann die Etablierung neuer Produkte bzw. den Parallelimport von Produkten verhindern. Produkte mit unbewiesener lindernder Wirkung können durch eine Heilanpreisung als Heilmittel angemeldet und nach der Heilmittelgesetzgebung zugelassen werden, anstatt als Lebensmittel angeboten zu werden. Dadurch wird der Parallelimport verhindert, da die entsprechenden Produkte im Ausland nicht über die hierfür erforderlichen Verpackungshinweise verfügen. *Lebensmittel und Gebrauchsgegenstände, welche als solche in der EU gehandelt werden, sollten auch ohne Einschränkungen in die Schweiz einzuführen sein. Dies entspricht dem Bedürfnis nach einer konsequenten Umsetzung des Cassis-de-Dijon-Prinzips. Die konkrete Umsetzung, insbesondere bezüglich des Schutzes vor falscher Heilanpreisung, sollte an die Hand genommen werden.* In Teil D.1 dieses Berichts wird näher auf einen konkreten Fall von Hustenpastillen eingegangen.
- **Angaben des Produktionslandes:** Bei Lebensmitteln und Rohstoffen nach dem Lebensmittelgesetz wird die Angabe des Produktionslandes verlangt. *Allerdings würde die Angabe eines grösseren geografischen Raumes genügen, wie zum Beispiel der Hinweis auf die Produktion innerhalb der EU anstatt in einem spezifischen Mitgliedsland. Diese Vereinheitlichung der Produktangaben würde bereits Vieles vereinfachen.*
- **Unterschiedliche Normen:** Die Stromstecker in der Schweiz, ein oft genanntes Beispiel, unterscheiden sich von denjenigen im Ausland und stellen somit ein technisches Hindernis bei Parallelimporten von elektrischen Geräten dar. Der Schweizer Standard für Stromstecker lässt sich schwerlich ändern. *Generell sind möglichst internationale Standards anzustreben.*
- **Nicht verfügbare Produkte:** Produkte sind nicht immer in der erforderlichen Menge und Zeit im Ausland verfügbar. Zudem kann auch nicht immer die erforderliche Bandbreite an Produkten bezogen werden. Dies ist hauptsächlich für Detailhändler ein Problem, welche ganzjährig ein komplettes Sortiment anbieten und weniger für Discounter. Für Grossverteiler, welche Wert auf ein konstantes Angebot legen, ist der direkte Bezug im Ausland folglich nur ein schwaches Druckmittel in Preisverhandlungen. Der direkte Bezug von Produkten im Ausland (sog. „Parallelimport“) ist hauptsächlich für Aktionen relevant. *Bei dieser Problematik könnte die Umsetzung der Motion Birrer-Heimo (11.3984)²⁷ eventuell einen Lösungsansatz bieten.*
- **Schweizspezifische Produkte:** Wie im Exkurs zu den Marketingstrategien der Unternehmen angeführt wurde, gibt es viele Produkte internationaler Markenartikelhersteller, welche speziell für den Schweizer Markt produziert werden. Diese Produkte können logischerweise nicht parallel aus dem Ausland importiert werden, zumindest nicht in der für die Schweiz spezifizierten Version. *Hier können Konsumentinnen und Konsumenten den Wettbewerb mit dem Kauf von nicht-schweizspezifischen Produkten begünstigen.*
- **Zusätzlicher Aufwand durch den Parallelimport:** Der Import von Waren aus dem Ausland ist

²⁷ Siehe auch: http://www.parlament.ch/d/suche/seiten/geschaefte.aspx?gesch_id=20113984 (30.08.2012).



immer mit einem gewissen Aufwand verbunden, wie zum Beispiel durch Transport- und Logistikkosten. Falls der zusätzliche Ertrag bzw. die eingesparten Beschaffungskosten die zusätzlichen Kosten nicht übersteigen, ist es für die Detailhändler nicht lohnenswert, den Import durchzuführen. Dies ist vor allem in der Schweiz mit einem kleinen Marktvolumen schnell einmal der Fall, da die anfallenden Kosten pro Stück stark ins Gewicht fallen. Für den einzelnen Kunden, der sich zum Beispiel im Ausland ein günstigeres elektrisches Gerät kauft und hier mit einem entsprechenden Adapter in Betrieb nimmt, mag der Aufwand noch im Rahmen liegen. Soll der Parallelimport aber kommerziell durchgeführt werden, ist der Aufwand sehr hoch. So muss bei einem elektrischen Gerät das Produkt zuerst importiert, danach um einen Adapter erweitert, neu verpackt und schlussendlich an den Kunden weitergeliefert werden. Es kommt dadurch ein grosser, zusätzlicher Aufwand hinzu, welcher den Parallelimport erschwert. *Diese Problematik ist leider unumgänglich. Eventuell könnte die Motion Birrer-Heimo (11.3984) eine Aufwandsminderung herbeiführen.*

- **Zölle:** Natürlich stellen auch Zölle Handelshemmnisse dar, da sie zusätzliche Kosten und zeitliche Verzögerungen verursachen. Besonders problematisch erscheinen in diesem Zusammenhang die Zölle und Einfuhreinschränkungen im Agrarsektor: Zum Einen stellen die dadurch entstehenden Preisdifferenzen, zum Beispiel beim Fleisch, einen hauptursächlichen Motor für den Einkaufstourismus dar²⁸. Zum Anderen sind die dadurch erhöhten Preise Teil eines Teufelskreises (vgl. Kapitel B.3). Dies gilt nicht nur für die Endprodukte wie Fleisch und Gemüse, die über das Portemonnaie der Konsumentinnen und Konsumenten via Lohnforderungen auf die Kosten der Schweizer Wirtschaft wirken, sondern insbesondere auch für die Inputpreise für die Landwirtschaft selber (Futter). Daneben ist allein die Tatsache, dass Zölle zwischen der Schweiz und der EU noch existieren, ein grundsätzliches Erschwernis für Importe, da diese prinzipiell einer Importüberwachung unterliegen (sog. Zollvorlage²⁹). *Ein möglichst umfassender Abbau von Handelsschranken ist anzustreben. Gleichzeitig sollte die Mehrwertsteuerfreigrenze erhöht werden, namentlich bei Online-Bestellungen.* Es wird im Kapitel D.3 näher darauf eingegangen.
- **Neue Handelshemmnisse:** Neben den Bemühungen Handelshemmnisse abzubauen, werden auch neue eingeführt. Dies kann zum Beispiel aus Gründen des Umwelt- oder Konsumentenschutzes geschehen, wenn es darum geht, das schweizerische Qualitäts- und Informationsniveau zu gewährleisten. Oftmals entsteht jedoch der Eindruck, dass hinter dem Vorwand von mehr Transparenz oder Umweltschutz vor allem versucht wird, den Schweizer Markt abzuschotten. Ein Beispiel hierfür ist die 2010 verabschiedete Verordnung, welche eine Deklarationspflicht bei Holz nach Art und Herkunft verlangt.³⁰ Ein weiteres Beispiel ist die CO₂-Gesetzgebung für Personenwagen, welche den Parallelimport von Fahrzeugen für Privat- und Kleinimporteure erschwert. Die Auswirkungen der CO₂-Gesetzgebung werden in Teil D.2 beurteilt. *Diese Tendenz der Erstellung neuer Handelshemmnisse ist im Hinblick auf die hohen Preise in der Schweiz besorgniserregend und verdient verstärkte Beachtung. Die Etablierung neuer Handelshemmnisse muss wann immer möglich vermieden werden.*

B.3 Kostentreiber im Vergleich zum Ausland

Wie bereits erwähnt, haben die befragten Hersteller und Importeure bedeutender Markenartikel geltend gemacht, dass im Vergleich mit dem Ausland die Kosten in der Schweiz generell höher seien. Dies sei auch ein Hauptgrund für das hohe Preisniveau in der Schweiz. Zu den genannten Kostenfaktoren gehören zum Beispiel die Löhne für das Personal, Miet- und Immobilienpreise, Werbung sowie Transport und Logistik. Dies hat vor allem dann einen hohen Einfluss auf den Konsumentenpreis, wenn der Wertschöpfungsanteil des Produktes in der Schweiz besonders gross ist. In dem Fall haben Wechselkursschwankungen geringere Einflüsse auf die Kosten der Hersteller und somit auf die Konsumentenpreise. Der Preisüberwacher hat die Argumentation der befragten Unternehmen betreffend die hohen Inlandkosten entgegengenommen. Wie stark diese Kostenfaktoren sich von denjenigen im

²⁸ Vgl. hierzu „Training für die Fleischwirtschaft“, in: NZZ online am 11.08.2012, <http://www.nzz.ch/aktuell/schweiz/training-fuer-die-fleischwirtschaft-1.17464703> (Stand: 11.08.2012).

²⁹ Vgl. hierzu auch Kapitel C.3.2 sowie ausführlich D.1.

³⁰ Eidgenössisches Büro für Konsumentenfragen (2012): „Holzdeklaration“, <https://www.konsum.admin.ch/holzdeklaration/start/index.html>



Ausland tatsächlich unterscheiden ist Gegenstand weitergehender Analysen. Es soll geklärt werden, ob sich die Angaben zu den Kostenfaktoren bestätigen lassen – und welchen Minderkosten diese andererseits gegenüberstehen, etwa im Bereich des in der Schweiz gegenüber dem Ausland günstigen Kapitals, der hohen Arbeitszeit, des flexiblen Arbeitsrechts und der tiefen Steuerbelastung.

Die Problematiken der hohen Kosten und hohen Preise in der Schweiz sind jedenfalls eng miteinander verknüpft und beeinflussen sich gegenseitig. Etwas vereinfacht dargestellt, lässt sich quasi ein doppelter Teufelskreis erkennen: Da die hohen Produktionskosten gedeckt werden müssen, führen diese zu höheren Preisen. Die hohen Preise wiederum führen zu hohen Lebenshaltungskosten der Konsumentinnen und Konsumenten. Die hohen Lebenshaltungskosten rechtfertigen hohe Lohnansprüche der Arbeitnehmenden, welche wiederum einen Teil der Produktionskosten verursachen. Dies entspricht dem „direkten“ Teufelskreis. Daneben gibt es den „indirekten“ Teufelskreis, der insbesondere über die nicht kostenbasierte Positionierung der Preise ausländischer (marktmächtigen) Produkte anhand des inländischen Preisgefüges funktioniert – vgl. hierzu Abbildung 3.

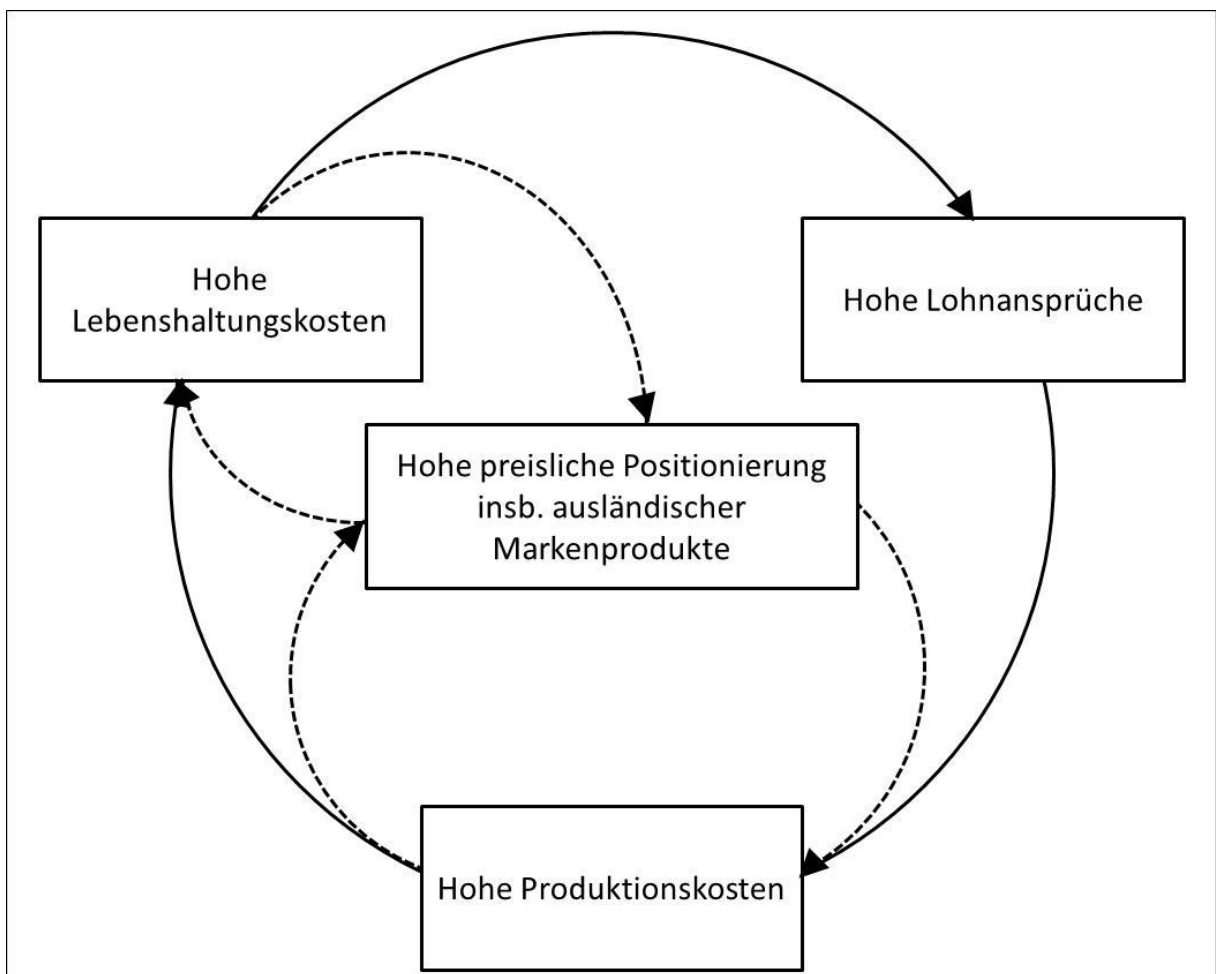


Abbildung 3: Doppelter Teufelskreis der Hochpreisinsel

Speziell kostentreibend wirkt der Schutz der Schweizer Agrarwirtschaft. Rohstoffe und Produkte aus der Schweizer Agrarwirtschaft werden durch Importzölle geschützt, um deren Preise künstlich hoch zu halten. Von diesem Schutz profitiert nicht nur die Landwirtschaft, sondern auch die ganze Lebensmittel verarbeitende Industrie und die Zulieferer der Landwirtschaft. Durch den Schutz der Agrarwirtschaft vor Importen sind Schweizer Unternehmen in diesem Bereich nur eingeschränkt dem Wettbewerb ausgesetzt und damit weniger dazu gezwungen, effizient und kostensparend zu produzieren. Der fehlende Wettbewerbsdruck verhindert nicht nur eine Produktivitätssteigerung, wie diese zum Beispiel in der Exportwirtschaft zu beobachten ist, sondern wirkt auch innovationshemmend und zwingt die Betriebe nicht genügend in lukrative Marktnischen, wie dies bei den hohen Schweizer Produktionskosten bei einem Wettbewerbsmarkt zu erwarten wäre. Dies führt wiederum zu hohen Kosten für Nach-



fragende dieser Waren. Gerade die Gastronomie wäre aber nicht nur auf günstigere Preise angewiesen, sondern auch auf hochwertige, innovative lokale Produkte, die dem hohen Preisniveau der Destination Schweiz eine entsprechende Exklusivität verleihen könnten. Wie im Kapitel B.1.2 erklärt, führen die hohen Lebensmittelpreise auch zu hohen Preisen im Nearfood-Bereich, wenn sich die Markenartikelhersteller am Preisniveau eines gewissen Warenkorbs orientieren, welcher unter anderem teure Lebensmittel enthält. *Ein Freihandel mit der EU in der Agrarwirtschaft könnte hier eventuell einen Lösungsansatz bieten. Eine Regulierung der Schweizer Agrarwirtschaft ohne eine damit einhergehende Erhöhung des Schweizer Preisniveaus sollte vorrangig durch Direktzahlungen und nicht durch Marktabschottung stattfinden.*

B.4 Fazit

Die Gründe für die Hochpreisinsel sind vielfältiger Natur. Einerseits werden die Preise durch die am Markt beteiligten Unternehmen festgesetzt. Die Preise werden aufgrund von Marketingstrategien und dem allgemein hohen Preisniveau in der Schweiz hoch angesetzt, womit die Zahlungsbereitschaft der Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten abgeschöpft wird. Zum hohen Preisniveau tragen insbesondere auch die hohen Lebensmittelpreise infolge des Agrarschutzes bei. Diese wirken über das so veränderte Preisniveau weit über den Lebensmittelsektor hinaus. Andererseits sind Gründe für das hohe Preisniveau in äusseren Faktoren zu suchen. Hier spielen vor allem Handelshemmnisse eine Rolle, welche den Direkt- und Parallelimport behindern. *Die Handelshemmnisse sollten in Zukunft wann immer möglich abgebaut werden. Dabei ist die Politik genauso gefordert, wie die am Markt beteiligten Unternehmen. Gleichzeitig sollte vermieden werden, dass laufend neue Handelshemmnisse aufgebaut werden. Auch das Kaufverhalten der Konsumentinnen und Konsumenten kann helfen die Marktstrukturen zugunsten günstigerer Preise zu beeinflussen.* Einige Kostenfaktoren scheinen in der Schweiz ebenfalls ein hohes Niveau aufzuweisen und können dadurch die Preise zusätzlich in die Höhe treiben.

Die von den befragten Unternehmen genannten Gründe für die Hochpreisinsel Schweiz sind teilweise schon länger bekannt und waren immer wieder Gegenstand von Diskussionen. Die Angaben der Unternehmen stellen dabei nur diese eine Sicht der Situation dar.

Die Preisüberwachung wird sich mit den Kostenunterschieden weiter beschäftigen. Zudem werden Produkte marktmächtiger Anbieter mit deutlich höheren Preisen in der Schweiz als im benachbarten Ausland exemplarisch auf einen Preismissbrauch hin geprüft.

Die Preisüberwachung trägt in ihrer laufenden Tätigkeit insbesondere zu möglichst tiefen Preisen von Produkten aus Infrastrukturmonopolen bei, welche ebenfalls das Kostenniveau beeinflussen. Diese Preise werden oftmals staatlich administriert und fallen in die Zuständigkeit der Preisüberwachung, welche regelmässig vergleicht und überprüft, dass die Produkte nicht teurer sind, als die durchschnittlichen verursachten Kosten. Im Kapitel C wird die Infrastrukturmonopolpreisentwicklung ausführlich dargelegt.

Problematik / Handelshemmnis	Massnahme/Forderung
Cassis-de-Dijon-Prinzip	Cassis-de-Dijon-Prinzip konsequent umsetzen. Die Anzahl Ausnahmen sind auf ein Minimum zu beschränken.
Aufwendiges Bewilligungsverfahren bei Lebensmitteln	Mit der konsequenten Umsetzung des Cassis-de-Dijon-Prinzips würde das Bewilligungsverfahren obsolet.
Produkte mit einer Heilpreisung	Produkte, die in der EU als Lebensmittel und Gebrauchsgegenstände gehandelt werden, sollen auch in der Schweiz als Lebensmittel und Gebrauchsgegenstände gehandelt werden können (konsequente Umsetzung des Cassis-de-Dijon-Prinzips). Die konkrete Umsetzung, insb. bezüglich des Schutzes vor falschen Heilpreisungen, sollte an die Hand genommen werden.



Angaben des Produktionslandes	Die Angabe grösserer geografischer Räume muss genügen (z.B: EU anstatt spezifisches Mitgliedslad).
Unterschiedliche Normen	Wann immer möglich, sind internationale Standards ohne „Schweizer Finish“ anzustreben.
Nicht verfügbare Produkte	Motion Birrer-Heimo (11.3984) als möglicher Ansatzpunkt?
Schweizspezifische Produkte	Konsumentinnen und Konsumenten können mit dem Einkauf von Produkten, die für die Schweiz nicht zusätzlich spezifiziert wurden, den Wettbewerb begünstigen.
Zölle	Handelsschranken sind möglichst umfassend abzubauen. Erhöhung der MWST- und Zollfreigrenze, namentlich bei Online-Bestellungen.
Protektion der Schweizer Agrarwirtschaft	Freihandel mit der EU erwägen. Eine Regulierung ohne „Reflexschaden“ für das Schweizer Preisniveau ist zu erreichen, wenn vorrangig auf Direktzahlungen statt auf Marktabschottung gesetzt wird.
Neue Handelshemmnisse	Die Etablierung neuer Handelshemmnisse ist nach Möglichkeit zu vermeiden.
Kostentreiber	Die Preisüberwachung ist in zahlreichen Fällen tätig (vgl. Kapitel C) und untersucht weitere Kostenfaktoren (durch Unternehmen beanstandete). Der Binnenwettbewerb muss gestärkt und die Binnenkosten müssen gesenkt werden, auch indem der Agrarschutz abgebaut wird. Auch indirekte Wirkungen müssen bedacht werden: Wachsende Gesundheitskosten beispielsweise erzeugen indirekt einen Druck auf die Reallöhne, was sich wiederum entsprechend auf die Lohnkosten auswirken dürfte.
Kommissionsgeschäft im Zeitschriftenhandel	Spezialgesetz zum Zeitschriftenvertrieb als Ultima Ratio erwägen und anregen, falls weder die andauernden Vermittlungsbemühungen des Preisüberwachers, noch allfällige Schritte der Weko zusätzliche Ergebnisse bringen.
Handelshemmende Ausgestaltung von Sozialversicherungen	Kostenübernahme durch Versicherungen beim Kauf ausländischer Produkte (Medikamente, medizinische Mittel und Gegenstände, etc.), falls diese günstiger sind als inländisches Homolog.

Tabelle 6: Handelshemmnisse und Forderung zu deren Beseitigung



C. Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit

Der starke Franken stellt für die schweizerische Volkswirtschaft eine enorme Herausforderung dar. Die Kosten für in der Schweiz produzierte Waren und Dienstleistungen sind – relativ zum Ausland – in kurzer Zeit sprunghaft angestiegen. Die internationale Konkurrenzfähigkeit der Schweizer Wirtschaft hat sich entsprechend verschlechtert. Unmittelbar betroffen sind die Export- und die Tourismusindustrie, die in direktem Wettbewerb mit ausländischen Angeboten stehen. Wie in Kapitel A (Wechselkurse) aufgezeigt, sah sich aber auch der Handel gezwungen zu reagieren. Vermehrt kaufen Konsumenten direkt im Ausland ein oder spezialisierte Händler bieten parallel importierte Ware in der Schweiz an. Durch die Preisanpassungen verloren auch Lagerbestände an Wert. Beispielsweise musste der Autohandel auf seinem Bestand an Lager-, Vorführ- und Occasionsfahrzeugen Wertberichtigungen vornehmen. Sollte der Franken längere Zeit auf dem aktuellen Niveau verharren oder im Verhältnis zum Euro-Raum gar weiter erstarken, würden sich sämtliche Bereiche der schweizerischen Volkswirtschaft auf die neue Situation einstellen müssen.

Konkret bedeutet dies, dass Schweizer Produkte und Dienstleistungen nur durch eine Senkung der Kosten oder Generierung von Zusatznutzen bei gegebenen Kosten konkurrenzfähig bleiben könnten.

Kostensenkungen können auf verschiedene Arten erzielt werden. Um dem Druck auf Margen und Löhne zu begegnen, ist eine Erhöhung der Produktivität anzustreben. Diese wird nicht allein durch die bereits heute sehr produktive schweizerische Exportindustrie zu erreichen sein. Erhöhen lässt sich die Produktivität der Wirtschaft im Wesentlichen durch qualifizierte Arbeitskräfte, einen flexiblen Arbeitsmarkt, eine wirtschaftsfreundliche Standortpolitik sowie international konkurrenzfähige Angebote und Preise im Binnenmarkt. Aufgabe der wettbewerbspolitisch orientierten Preisüberwachung ist es, dem letzten Punkt besondere Aufmerksamkeit zu widmen.

In vielen wichtigen Bereichen des Binnenmarkts sind die Preise nicht Ergebnis des Wettbewerbs. Dies gilt insbesondere für Infrastrukturmonopole, deren Produkte wichtige Vorleistungen für Gewerbe und Industrie darstellen. Überhöhte Preise für Energie, Telekommunikation oder kommunale Gebühren und Abgaben für Wasser, Abwasser, Abfall etc. schaden der Wettbewerbsfähigkeit. Indirekt stellen allerdings auch hohe Kosten für das Gesundheitswesen einen Standortnachteil dar, beispielsweise weil sich die vom Arbeitgeber getragenen Prämien für die Berufsunfallversicherung erhöhen. Hohe Gesundheitskosten – genauso wie hohe Lebensmittelpreise – erhöhen zudem die Lebenshaltungskosten der Haushalte und ziehen, wenn die Kaufkraft erhalten bleiben soll, höhere Löhne bzw. Lohnstückkosten nach sich. **Export und Tourismus können auf Dauer ihre internationale Konkurrenzfähigkeit nur erhalten, wenn auch die weniger wettbewerbsintensiven Bereiche des Binnenmarkts ihre Dienste zu wettbewerbsorientierten Preisen anbieten.** Neben den in diesem Bericht aufgezeigten Interventionen, die auf die Weitergabe von Wechselkursvorteilen abzielen, stellt die intensivere Überwachung von marktbeherrschenden Binnenmarktanbietern deshalb den zweiten – und wichtigeren – Schwerpunkt der Preisüberwachung dar, um die negativen Folgen der Frankenstärke zu bekämpfen.

Nachfolgend wird aufgezeigt, welchen Bereichen des Schweizer Binnenmarkts die Preisüberwachung besondere Aufmerksamkeit schenkt und welche zusätzlichen Massnahmen 2012 ergriffen wurden, um die negativen Folgen der Frankenstärke zu dämpfen.

C.1 Energie

Energie stellt für die Schweizer Industrie einen wichtigen Kostenfaktor dar. Bei energieintensiven Branchen sind Strom- und Gaspreise für die Wahl oder die Beibehaltung eines Standorts entscheidend. Der Standortvorteil aufgrund der günstigen Elektrizität hat sich mit der Frankenstärke und dem Abflauen der Konjunktur in Europa relativiert.



C.1.1 Gas

Tätigkeit der Preisüberwachung

Die Preise für den Bezug von Erdgas sind seit Jahren regelmässig Gegenstand von preisüberwachungsrechtlichen Abklärungen. 2011 hat die Preisüberwachung ihr Engagement im Bereich Gas ausgebaut und wichtige Grundlagen für eine umfassende Prüfung von Gastarifen geschaffen. Sie hat die Tarife von 87 Gasversorgern systematisch erhoben und anhand verschiedener Verbraucherkategorien verglichen.³¹ Der Vergleich schafft Transparenz und erlaubt bei Tarifprüfungen den Preisvergleich als Beurteilungselement verstärkt hinzuzuziehen. In einer zweiten Studie zum Schweizer Gasmarkt und zu den Kosten des Netzzugangs steht die Beurteilung der Kosten von Gasversorgern im Vordergrund.³² Einer der Schlüsselfaktoren zur Bestimmung von angemessenen Tarifen ist die korrekte Schätzung der Kapitalkosten. Die Studie erläutert die Methode der Preisüberwachung zur Ermittlung der risikogerechten Verzinsung des Fremd- und Eigenkapitals.

Schwerpunkte 2012

Gestützt auf den systematischen Preisvergleich hat die Preisüberwachung die zehn teuersten Gasversorger einer Untersuchung unterzogen, um die Gründe für ihre hohen Preise vertieft zu untersuchen. Analysiert werden die Kosten der Unternehmen sowie allfällige Faktoren, die diese negativ beeinflussen. Sollten sich daraus weitere Hinweise für einen Missbrauch im Sinne des PüG ergeben, wird der Preisüberwacher von seinen gesetzlichen Instrumenten (eivernehmliche Regelung, formelle Empfehlung, Verfügung) Gebrauch machen und eine Preissenkung einfordern.

C.1.2 Strom

Tätigkeit der Preisüberwachung

Seit Inkrafttreten des neuen Stromversorgungsgesetzes (StromVG, SR 734.7) werden die Elektrizitätstarife für feste Endverbraucher sowie die Netznutzungspreise primär von der Elektrizitätskommission (ELCOM) überwacht. Die Preisüberwachung nimmt im Rahmen der Tarifprüfungsverfahren regelmässig Stellung und gibt gestützt auf Art. 15 PüG formelle Empfehlungen zuhanden der ELCOM ab. Im politischen Prozess engagiert sich die Preisüberwachung für angemessene Strompreise und eine konsumentenfreundliche Ausgestaltung des Stromversorgungsgesetzes.

Schwerpunkte 2012

Die Reaktorkatastrophe im japanischen Fukushima führte zu einem Umdenken in der Energiepolitik. Wie die Energiewende zu schaffen ist, wird zum zentralen Thema der laufenden Legislatur. Bei der Umsetzung gilt es Mitnahmeeffekte zu verhindern. Der Ausstieg aus der Kernenergie kann mit verschiedenen Massnahmen erreicht werden. Nicht alle Instrumente sind aber gleich effektiv. Zudem sollten sie möglichst effizient sein, d.h. die Volkswirtschaft mit möglichst geringen zusätzlichen Kosten belasten.

Massnahmen, die auf eine Verringerung des Energiekonsums abzielen, werden als besonders zielführend angepriesen,³³ da eingesparte Kernenergie nicht ersetzt werden muss. Lenkungsabgaben auf fossilen Energieträgern stellen aus Sicht der ökonomischen Theorie ein wirkungsvolles Instrument dar, um den sparsamen Umgang mit Energie zu belohnen und den Zubau alternativer Energie zu fördern. Die Preisüberwachung wird sich dafür einsetzen, dass preiserhöhende Lenkungsabgaben der Industrie und den Haushalten in geeigneter Form rückerstattet werden. Es gilt solche Lenkungsmaßnahmen staatsquotenneutral umzusetzen.

Kritisch wird sich die Preisüberwachung dagegen zu Massnahmen äussern, die zu höheren Strompreisen führen, ohne dass Gewähr besteht, dass die Mehreinnahmen von den Elektrizitätsversorgern

³¹ Vgl. Webseite des Preisüberwachers zu den Gaspreisen: <http://gaspreise.preisueberwacher.ch/web/index.asp> (Stand: 16.08.2012).

³² Preisüberwachung (2011): Schweizer Gasmarkt und Kosten des Netzzugangs. Ermittlung der risikogerechten Kapitalverzinsung für schweizerische Gasnetze: <http://www.preisueberwacher.admin.ch/dokumentation/00073/00074/00211/index.html?lang=de>

³³ Aus einer wohlfahrtstheoretischen Optik sind Energiesparmassnahmen dann (und nur dann) effizient, wenn die dadurch verursachten Kosten tiefer sind als die Kosten der zusätzlichen Produktion von nicht gesparter Energie.



tatsächlich investiert werden. Wird den Stromnetzbetreibern, wie in der Motion Gasche (12.3253) gefordert, gesetzlich eine höhere Rendite für ihre bestehende Netzinfrastruktur zugesichert, bedeutet dies beispielsweise nicht, dass die zusätzlichen Mittel tatsächlich für Neuinvestitionen eingesetzt werden, die der Energiewende dienen. Der Bau neuer Stromnetze verzögert sich in der Schweiz vorwiegend aufgrund von Baubewilligungsverfahren und aufgrund des Widerstands der Bevölkerung; sie scheitern nicht an der Finanzkraft der staatlichen oder halbstaatlichen Monopolnetzbetreiber. Eine Erhöhung der Gewinne für die Stromerzeuger und -verteiler darf nicht das Ergebnis der Energiewende sein. Dies würde die Wettbewerbsfähigkeit insbesondere im Export und der Hotellerie zusätzlich beeinträchtigen.

C.2 Wasserversorgung, Abwasser- und Abfallentsorgung

Auch die Wasserversorgung und die Abwasser- und Abfallentsorgung gehören zu den typischen Leistungen, die mehrheitlich durch das Gemeinwesen im Monopol angeboten werden und über leistungsabhängige Gebühren finanziert werden. Möglichst tiefe, kostendeckende Gebühren entlasten das Gewerbe, sowie Bürgerinnen und Bürger und verbessern die Konkurrenzfähigkeit der Schweizer Wirtschaft entscheidend.

Die Gemeinden oder Kantone, welche Wasser-, Abwasser- oder Abfallgebühren überprüfen oder festlegen, sind grundsätzlich dazu verpflichtet, diese vorgängig dem Preisüberwacher zu unterbreiten. Die Preisüberwachung überprüft diese Gebühren aber auch gestützt auf Hinweise von Gebührenzahlern. Melden können sich hierfür sowohl Privatpersonen wie auch Unternehmen. Ein Gebührenvergleichsinstrument auf der Webseite der Preisüberwachung³⁴ hilft Bürgerinnen und Bürgern dabei, die relative Höhe der Gebühren zu beurteilen.

Schwerpunkte 2012

Die Preisüberwachung legt in diesen Bereichen, wo ihre typische Zuständigkeit liegt, im Jahr 2012 ihr Hauptaugenmerk spezifisch auf die Auswirkung auf die Industrie und das Gewerbe. Ein erster Erfolg konnte in Lausanne bereits erzielt werden. Der Preisüberwacher konnte in einer einvernehmlichen Regelung mit der Wasserversorgung Lausanne die Wassertarife besonders für das lokale Gewerbe senken. Die einvernehmliche Regelung mit der Wasserversorgung Lausanne wird im Teil D.4 dieses Berichts näher beschrieben.

C.3 Transport

C.3.1 Öffentlicher Verkehr

Tätigkeit der Preisüberwachung

Die Preisüberwachung analysiert regelmässig die Tarifierhöhungen des öffentlichen Verkehrs. Während die SBB im Personenfernverkehr hohe Gewinne erzielen, können die Transportdienstleistungen im Regionalverkehr mit den verrechneten Billettpreisen meist nicht kostendeckend erbracht werden. Die öffentliche Hand gewährt deshalb den Bahn- und Busunternehmen im Regionalverkehr sog. Abgeltungen (Subventionen).

Schwerpunkte 2012

In Bezug auf die ungewöhnlich deutliche Tarifierhöhung vom Dezember 2012 konnte eine einvernehmliche Regelung mit dem Verband öffentlicher Verkehr VöV erzielt werden, welche die Erhöhung etwas moderater ausfallen lässt als vom VöV ursprünglich geplant. Dadurch rechtfertigt sich die Tarifierhöhung nun einzig gemäss der Logik, dass die vom Bund beschlossenen Mehrkosten überwältzt werden können. Bahnreisende sparen dadurch immerhin insgesamt 35 Millionen Franken während der zwei Jahre, in denen die einvernehmliche Regelung gilt. Die Möglichkeiten des Preisüberwachers waren in diesem Jahr sehr beschränkt, weil sich der öffentliche Schienenverkehr ab 2013 mehr an den Infra-

³⁴ Gebührenvergleichsinstrument für die Wasserversorgung, die Abwasser- und Abfallentsorgung: <http://www.preisvergleiche.preisueberwacher.admin.ch/> (Stand: 10.9.2012).



strukturkosten beteiligen und dafür zusätzliche 200 Mio. Franken aufwenden muss. Nur dem SBB Fernverkehr ist es möglich, einen Teil der Mehrkosten für die Infrastruktur selber zu tragen.

Der öffentliche Verkehr ist ebenfalls von der Frankenstärke betroffen. Dies vor allem wegen des Rückgangs der ausländischen Fahrgäste infolge der Frankenstärke. Die SBB erlitten letztes Jahr zudem hohe Währungsverluste auf den aufgrund eines höheren Eurokurses festgelegten Preisen im Ausland. Längerfristig schwächen die wegen der Frankenstärke hohen Preise des öffentlichen Verkehrs für ausländische Touristinnen und Touristen auch den Freizeitverkehr in der Schweiz. Gerade deshalb hat sich der Preisüberwacher in der aktuellen einvernehmlichen Regelung für günstigere Angebote im Freizeitverkehr ausserhalb der Hauptverkehrszeiten eingesetzt. Attraktive Angebote des öffentlichen Verkehrs kommen sowohl ausländischen Gästen, als auch inländischen zugute. Inländische Gäste sind gerade in Anbetracht der Frankenstärke für den Schweizer Tourismus bedeutend, weil diese das Geschäft mit ausbleibenden ausländischen Gästen kompensieren.

C.3.2 Post

Viele Produkte der Post leisten einen wichtigen Beitrag zum Service Public und stellen bedeutsame Dienstleistungen für das Gewerbe und die Bevölkerung dar. Die Kosten für diese Dienstleistungen wirken sich auf das Schweizer Preisniveau aus. Da die Post in zahlreichen Bereichen über eine äusserst starke Marktstellung, teilweise sogar über eine Monopolstellung verfügt, werden Postpreise überwacht und teilweise administriert. Im Postgesetz (PG, SR 783.0) wird zwischen den sog. "reservierten" Diensten, den "nicht reservierten Diensten" und den "Wettbewerbsdiensten" unterschieden (Art. 3, 4 und 9 PG). Bei den reservierten Diensten verfügt die Post über ein gesetzliches Monopol; die nicht reservierten Dienste muss die Post in Konkurrenz mit Privaten erbringen; die Wettbewerbsdienste kann, muss sie aber nicht erbringen.

Tätigkeit der Preisüberwachung

Die Preise der reservierten Dienste werden vom Eidgenössischen Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation UVEK genehmigt; gegenüber dieser Behörde verfügt der Preisüberwacher über ein Empfehlungsrecht. Die reservierten Dienste umfassen heute vor allem die adressierten Inlandbriefe sowie adressierten Briefe aus dem Ausland - beide bis 50g.

Die Preise für die Leistungen ausserhalb der reservierten Dienste unterstehen voll der Preisüberwachung, soweit die Post auf diesen Märkten über eine marktbeherrschende Position verfügt. Stellt der Preisüberwacher hier einen Preismissbrauch fest, so hat er zunächst eine einvernehmliche Regelung anzustreben; scheitert diese, kann der Preisüberwacher verfügen.

Schwerpunkte 2012

Die Schweizerische Post plante auf Anfang April 2012 zahlreiche Tarifierhöhungen. Im Bereich der reservierten Dienste äusserte sich die Preisüberwachung zur geplanten Erhöhung der Preise für eingeschriebene Briefe von Privatkundinnen und Privatkunden. Eine Preiserhöhung für eingeschriebene Briefe von Privatkundinnen und Privatkunden wäre aus Sicht der Preisüberwachung nur vertretbar gewesen, wenn die Preise der eingeschriebenen Briefe im rentablen Geschäftskundenbereich gesenkt worden wären. Das UVEK ist der Empfehlung der Preisüberwachung nicht gefolgt und hat die beantragte Preiserhöhung der Post für eingeschriebene Briefe gegenüber Privatkundinnen und Privatkunden um 1 Franken schliesslich genehmigt, ohne im Gegenzug die Preise gegenüber Geschäftskunden zu senken.

Ausserhalb der reservierten Dienste wurde die von der Post beantragte Preiserhöhung für Paketsendungen von Privatkundinnen und Privatkunden ins Ausland geprüft. Der Preisüberwacher verständigte sich mit der Post auf den Verzicht der geplanten Tarifmassnahme. Geprüft, aber nicht beanstandet wurde die Einführung einer Gebühr für die Erstellung und Führung von Vollmachten, die bei zahlreichen Konsumentinnen und Konsumenten auf wenig Verständnis gestossen ist. Die neu eingeführte Gebühr beträgt 36 Franken für den Bezug der Vollmacht am Schalter bzw. 24 Franken für den Bezug im Internet. Für diese gewichtigen Preise konnten auch erhebliche administrative und logistische Aufwände geltend gemacht werden. Die neu eingeführte Gebühr ist daher nach Art. 13 des PÜG nicht



missbräuchlich. In rund einem Jahr liegen dazu erste Rechnungszahlen vor, welche die Preisüberwachung erneut prüfen wird.

Daneben läuft aufgrund der anhaltend hohen Gewinne der Post eine generelle Überprüfung deren Preise.

Sonderproblematik Zollvorlagegebühren

Briefe und Pakete aus dem Ausland müssen beim Zoll angemeldet werden. Dies erledigen die Post und andere Spediteure für die Empfängerinnen und Empfänger. Die dabei anfallenden Kosten für die Zollanmeldung sind häufig hoch und wirken sich als Handelshemmnisse aus. Die Preisüberwachung beschäftigt die Verzollungskosten stark. Trotz mehrerer einvernehmlicher Regelungen stellen Verzollungskosten noch beträchtliche Handelsschranken dar. Im D.3 dieses Berichts wird das Problem eingehend beschreiben.

C.3.3 Flugverkehr

Tätigkeit der Preisüberwachung

Auf Grund von spezialgesetzlichen Regelungen wird die Überwachung der Preise im Fall der Flughafengebühren und der Tätigkeit der Skyguide durch das Bundesamt für Zivilluftfahrt (BAZL) wahrgenommen. Die Preisüberwachung verfügt in dem Fall über ein Empfehlungsrecht gegenüber dem BAZL.

Im eigentlichen Flugverkehr herrscht auf den meisten Flugstrecken Wettbewerb, weshalb bei Flugverkehrspreisen das PÜG in der Regel nicht zur Anwendung kommt. Immerhin kann der Wettbewerb auf einzelnen Flugstrecken aufgrund spezifischer Verhältnisse eingeschränkt sein. Hier kommt das PÜG im Prinzip zur Anwendung.

Schwerpunkte 2012

Auch die zunehmende Konzentration in Allianzen kann dazu führen, dass auf einzelnen Strecken temporär faktische Monopole entstehen. Dies ist zur Zeit unter anderem auf der Strecke Zürich-Brüssel der Fall. Hierzu hat der Preisüberwacher dieses Jahr eine Marktbeobachtung veröffentlicht. Sollte sich der Verdacht auf einen Preissmissbrauch erhärten, kann der Preisüberwacher seine Feststellung der EU-Kommission unterbreiten. Diese hat aufgrund des Luftfahrtabkommens mit der EU im Luftverkehr aus der und in die EU die Kompetenz Missbräuche zu ahnden.

In Bezug auf die Regulierung der Preise der Flughäfen hat der Bundesrat im April dieses Jahres leider eine Verordnung verabschiedet, die den Betreibern der Flughäfen erlaubt, an der privilegierten Lage mit Läden und Parkhäusern überhöhte Gewinne abzuschöpfen, anstatt dafür zu sorgen, dass diese zweckgebunden für die Finanzierung der Infrastruktur verwendet werden. Der Preisüberwacher wird sich dafür einsetzen, dass diese Verordnung so rasch wie möglich korrigiert wird. Er setzt sich aber auch dafür ein, dass künftige Gebühren an Flughäfen den Wettbewerb zwischen den Fluggesellschaften begünstigen.

C.4 Kommunikation

C.4.1 Telekommunikation

Eine qualitativ hochstehende landesweite Versorgung mit innovativen und preiswerten Telekommunikationsdiensten ist insbesondere für den Dienstleistungssektor und den Tourismus von grosser Bedeutung. Aber auch Logistik, Spedition und Bau nutzen die Möglichkeiten der Mobilkommunikation, um kurzfristig, flexibel und dezentral zu agieren. Fest-, Mobilfunk- und Kabelfernsehnetze sind für das Funktionieren einer modernen Dienstleistungsgesellschaft unabdingbar.

Tätigkeit der Preisüberwachung

Die Preisüberwachung nimmt eine wichtige Schnittstellenfunktion zwischen Bevölkerung, Behörden, Telekommunikationsunternehmen und Konsumentenorganisationen wahr. Im Kontakt mit den Anbietern und anderen Behörden setzt sie sich für die Anliegen der Konsumentinnen und Konsumenten ein.



Die Preisüberwachung übte ihr Empfehlungsrecht gegenüber dem Bundesrat und der Eidg. Kommunikationskommission (COMCOM) in den vergangenen Jahren insbesondere bei der Festlegung der Zugangspreise zum Swisscom-Netz sowie der Preisobergrenzen für Grundversorgungsdienste aus und half eine Preiserhöhung des Festnetzanschlusses der Swisscom zu verhindern. In Ihrer Studie vom Oktober 2011 kommt die Preisüberwachung zum Schluss, dass die Angebote für den privaten Internetzugang in der Schweiz teuer sind. In der Standardkategorie (Downloadgeschwindigkeit 5 bis 8 MBit/s) kostete das günstigste Schweizer Angebot 83 Prozent mehr als der Durchschnitt der günstigsten Angebote in den Nachbarländern. Neben der Transparenz, die die Studie durch den systematischen Vergleich der Preise und Angebote in verschiedenen Kategorien schafft, wird auch der gesetzgeberische Handlungsbedarf aufgezeigt. So ist das schweizerische Fernmeldegesetz im Bereich des regulierten Netzzugangs vergleichsweise wenig restriktiv, was die Entstehung von wirksamem Wettbewerb behindert.

Schwerpunkte 2012

Im Ergänzungsbericht „Evaluation zum Fernmeldemarkt“ vom März 2012 kommt der Bundesrat zum Schluss, dass das Fernmeldegesetz revidiert werden muss. Angestrebt wird ein technologieneutrales Gesetz, das einen verlässlichen Rechtsrahmen für die Zukunft schafft. Weiter beabsichtigt der Bundesrat, verschiedene Mängel in der Netzzugangsregulierung zu korrigieren. Die Preisüberwachung unterstützt dieses Revisionsprojekt und wird sich aktiv für effektivere Wettbewerbsregeln einsetzen. Angesichts der hohen Preise der Mobilkommunikation in der Schweiz hat die Preisüberwachung vorgeschlagen, zusätzliche Instrumente zu schaffen, die den Preiswettbewerb im Mobilfunkmarkt stimulieren.

Im Rahmen der Expertenbefragung vom März 2012 und einer öffentlichen Anhörung vom Juni 2012 hat die Preisüberwachung Vorschläge unterbreitet, wie die Kalkulation der Zugangspreise zum Netz der Swisscom verbessert werden könnte. Sie kritisiert, dass der Kalkulation der Zugangspreise heutige Bau- und Materialkosten zu Grunde gelegt werden, obschon wichtige Teile des regulierten Swisscom-Netzes vor Jahrzehnten erstellt und weitgehend abgeschrieben sind. Im Ergebnis zeigt sich, dass die vom Bundesrat in Aussicht gestellte Revision der Verordnung über Fernmeldedienste dringlich an die Hand genommen werden muss, um weitere Aufwertungen und Übergewinne zu verhindern, die Swisscom dank ihrer amortisierten und zu grossen Teilen in Monopolzeiten erstellten Anschlussnetzinfrastruktur jährlich realisieren kann.

C.4.2 Kabelfernsehen

Tätigkeit der Preisüberwachung

Die monatlichen Abonnementspreise von Kabelnetzbetreibern waren in der Vergangenheit regelmässig Gegenstand von preisüberwachungsrechtlichen Interventionen. Im Jahr 2001 hat die Preisüberwachung erstmals gegen einen regionalen Kabelnetzbetreiber eine Preisherabsetzungsverfügung erlassen. Dieser Entscheid wurde vom Bundesgericht vollumfänglich bestätigt. In den letzten Jahren erzielte der Preisüberwacher Vereinbarungen über die Preise für den Kabelfernsehanschluss und das analoge Radio- und Fernsehgrundangebot mit Télégénève und Cablecom.

Schwerpunkte 2012

Gestützt auf einen Preis- und Angebotsvergleich von 62 Schweizer Kabelnetzbetreibern mit mehr als 5'000 Abonnenten hat die Preisüberwachung die sechs teuersten Anbieter identifiziert und näher untersucht. In drei der sechs Fälle konnte auch nach einer Analyse der Kosten ein Preismissbrauch im Sinne des PüG nicht ausgeschlossen werden. Vertiefte rechtliche und ökonomische Abklärungen sind zur Zeit noch hängig.



C.5 Gesundheitskosten

Gesundheitskosten und Gesundheitstarife sind ein politischer Dauerbrenner. Die Preisüberwachung befasst sich von Amtes wegen mit der Prüfung von wichtigen Tarifen im Dienste der Prämienzahlenden (z.B. Spital-, Arzt-, und Heimtarife sowie Medikamentenpreise).

Die Gesundheitskosten belaufen sich mittlerweile (2010) auf insgesamt 62.5 Milliarden Franken, was 11.4 Prozent des Bruttoinlandprodukts (BIP) von 550 Milliarden Franken (2010) entspricht. Der Hauptfokus der Prüftätigkeit liegt aufgrund der rechtlichen Zuständigkeit sowie der volkswirtschaftlichen Relevanz bei den Tarifen zulasten der *obligatorischen Krankenpflegeversicherung* (Grundversicherung)³⁵. Über die Grundversicherung werden Gesundheitskosten von 25.2 Milliarden Franken finanziert (vgl. Abbildung 4). Diese sind direkt für die Höhe der Krankenkassenprämien verantwortlich.

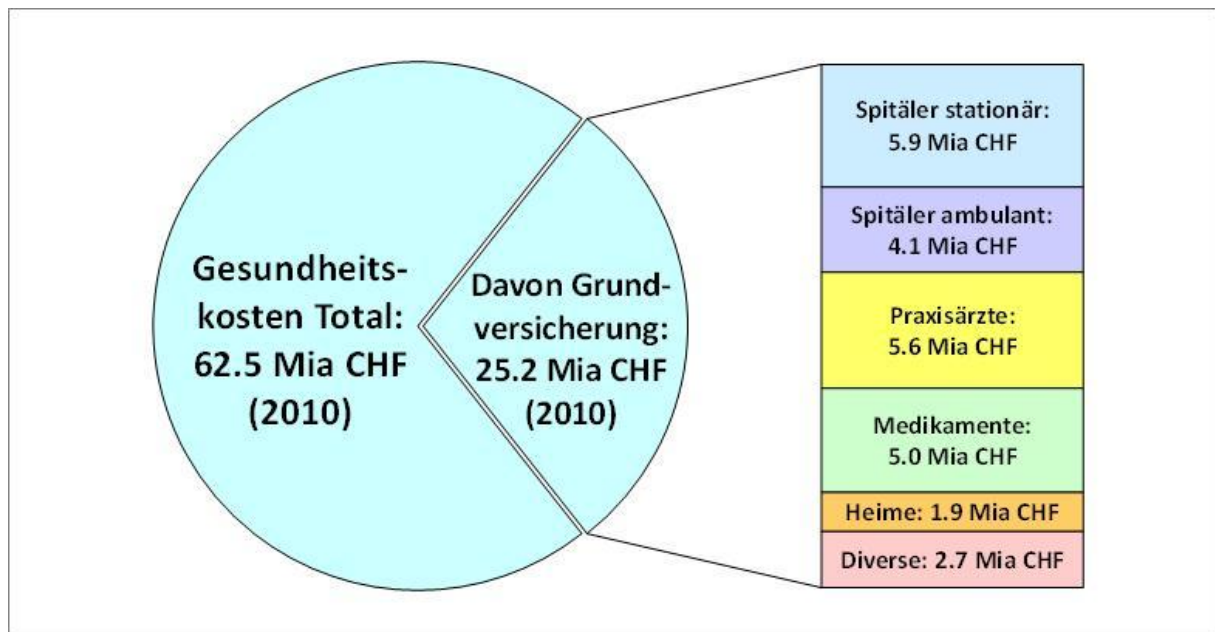


Abbildung 4: Gesamte Gesundheitskosten, Anteil zulasten der Grundversicherung und bedeutendste Leistungserbringer (Datenquellen: BFS und Santésuisse)

Die Leistungen zulasten der Grundversicherung im Wert von 25.2 Milliarden Franken werden aufgrund von staatlich administrierten Tarifen entschädigt. Diese werden auf kantonaler oder gesamtschweizerischer Ebene zwischen Leistungserbringern und Krankenversicherern ausgehandelt. Darauf folgt das gemäss Bundesgesetz über die Krankenversicherung (Krankenversicherungsgesetz, SR 832.10) vorgeschriebene Tarif-Genehmigungsverfahren auf Bundes- oder Kantonsebene. Können sich die Verhandlungspartner über einen Tarif nicht einigen, wird dieser staatlich festgesetzt. Die kostenmässig bedeutsamsten Leistungserbringer sind die Spitäler, die Praxisärztinnen und -ärzte, die Pharmaindustrie und die Pflegeheime. Die Spitäler allein verursachen z.B. Kosten zulasten der Grundversicherung von insgesamt 10 Milliarden Franken (wovon 5.9 Milliarden Franken für stationäre und 4.1 Milliarden Franken für ambulante Leistungen).

Die von der obligatorischen Grundversicherung finanzierten Gesundheitskosten unterliegen im Vergleich zum Bruttoinlandprodukt einem überproportional starken Wachstum, wie nachfolgende Abbildung 5 zeigt:

³⁵ Zuweilen äussert sich die Preisüberwachung auch zu Tarifen zulasten der Eidgenössischen Sozialversicherer (UV/IV/MV), welche nationale Gültigkeit haben. Es handelt sich dabei insbesondere um Stellungnahmen zu neuen Tarifmodellen, welche häufig auch im KVG-Bereich übernommen werden (Bsp.: Nationaler Ärztetarif Tarmed, Phyiotherapietarif, Zahnarztтарif zulasten UV/IV/MV).

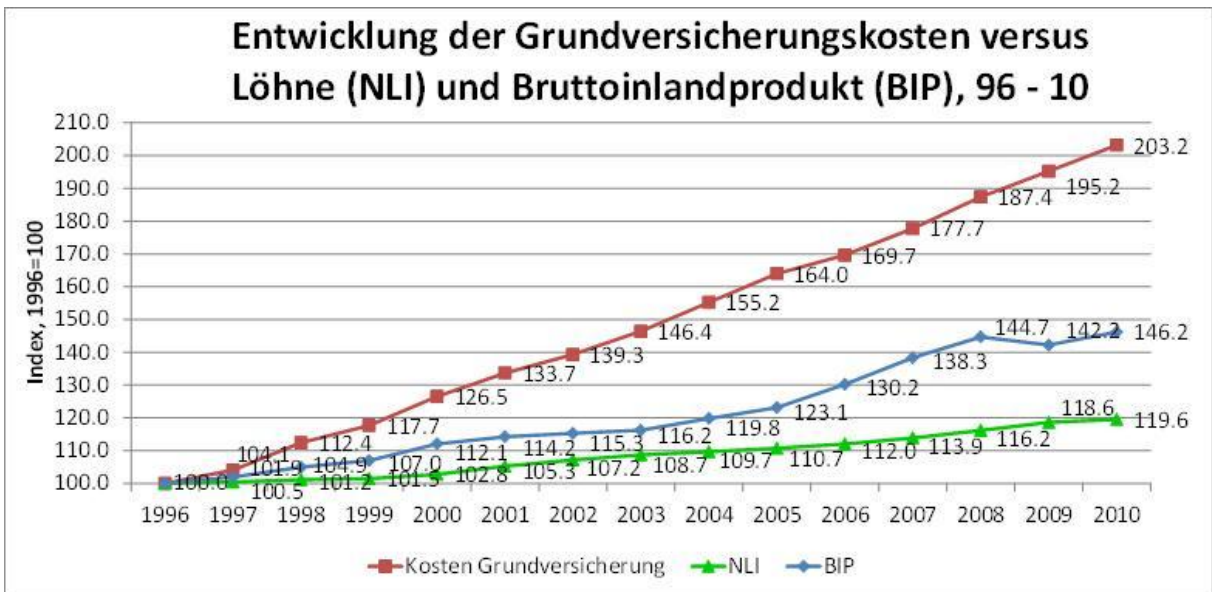


Abbildung 5: Entwicklung der Grundversicherungskosten, der Löhne (NLI) und des Bruttoinlandprodukts (BIP) seit 1996 (= 100) (Datenquellen: BFS und Santésuisse)

Während sich die Kosten zulasten der Grundversicherung seit 1996 verdoppelt haben (Anstieg von 100 auf 203.2 Punkte, was einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 5.6 Prozent entspricht), wuchs das BIP, d.h. der Wert aller im Inland produzierten Güter und Dienstleistungen als Mass für die wirtschaftliche Gesamtleistung der Volkswirtschaft um nur 46 Prozent (durchschnittliche Wachstumsrate von 3.0 Prozent pro Jahr). Selbst während des Wirtschaftseinbruchs in den Jahren 2008 und 2009 stiegen die Grundversicherungskosten im üblichen Rahmen weiter an, während das BIP zwischen 2008 und 2009 eine Reduktion von 144.7 auf 142.2 Indexpunkte erfuhr (entsprechend einer Reduktion von 545.03 auf 535.65 Milliarden Franken). Dies kann einerseits als Beleg dafür gewertet werden, dass es sich bei Gesundheitsmärkten um unvollkommene Märkte handelt, bei denen zuweilen Marktversagen auftritt (insbesondere aufgrund von Informationsdefiziten der Nachfragerinnen und Nachfrager). Andererseits belegt es die Notwendigkeit einer konsequenten staatlichen Regulierung. Das hohe Wachstum der über die Grundversicherung finanzierten Gesundheitskosten führt in Form stark steigender Grundversicherungs-Prämien zu einer proportional steigenden Belastung der Mittelschichten, deren Löhne zwischen 1996 und 2010 nur um moderate 19.6 Prozent angestiegen sind. Die durchschnittliche Erwachsenenprämie belief sich im Jahr 2010 auf 4212 Franken pro Jahr.

Rolle der Preisüberwachung als quasi Preisregulator bei Grundversicherungstarifen

Die Preisüberwachung besitzt bei staatlich administrierten Preisen im Allgemeinen und bei Gesundheitstarifen zulasten der Grundversicherung im Speziellen ein gesetzliches Empfehlungsrecht gegenüber Behörden, welche derartige Tarife genehmigen oder festsetzen. Dabei muss die entscheidende Behörde begründen, wenn sie einer Empfehlung des Preisüberwachers nicht folgt.

Seit der Einführung des neuen Krankenversicherungsgesetzes im Jahr 1996 gibt die Preisüberwachung regelmässig Tarifempfehlungen zu KVG-Tarifen z.H. von Kantonsregierungen und Bundesrat ab. Diese sind aufgrund von Art. 14 PÜG verpflichtet, die Tarife vor Genehmigung oder Festsetzung dem Preisüberwacher vorzulegen, damit dieser sein gesetzliches Empfehlungsrecht wahrnehmen kann. Gegen Tarifentscheide der Kantonsregierungen können Krankenversicherer und Leistungserbringer (Spitäler, Ärztinnen und Ärzte etc.) Rekurs beim Bundesverwaltungsgericht (bis Ende 2006 war der Gesamtbundesrat Rekursbehörde) einlegen, welches bei KVG-Tarifen letztinstanzlich entscheidet. Im Rahmen derartiger Rekursverfahren wird der Preisüberwacher immer angehört, sofern er zuvor eine Tarifempfehlung an eine vom Rekurs betroffene Kantonsregierung abgegeben hatte. Die aktuellste Entscheidpraxis des Bundesverwaltungsgerichts fliesst jeweils umgehend in die Empfehlungstätigkeit des Preisüberwachers ein, sodass dieser bei KVG-Tarifen generell als Transmissions-



riemen der aktuellsten Rechtspraxis und natürlich auch der neusten Gesetzes- und Verordnungsbestimmungen im KVG-Bereich fungiert.

In den vergangenen 15 Jahren haben Bundesrat und Bundesverwaltungsgericht (ab 2007) die Tarifempfehlungen des Preisüberwachers in der Regel gestützt, was einen *dämpfenden Einfluss* auf die Gesundheitskosten zulasten der sozialen Krankenversicherung ausübte. Angesichts der nach wie vor stark ansteigenden Gesundheitskosten (die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate betrug zwischen 1996 und 2010 wie bereits erwähnt 5.6 Prozent) wirkt sich die Empfehlungstätigkeit der Preisüberwachung somit *systemstabilisierend* aus.

Preise für Laboranalysen und medizinische Hilfsmittel werden vom zuständigen Departement (EDI), Medikamentenpreise vom zuständigen Bundesamt (BAG) festgesetzt. Der gesamtbundesrätlichen Genehmigungspflicht unterliegen zudem die national gültigen Tarifstrukturen zur Abrechnung ambulanter Leistungen (wie z.B. Arzt- und Physiotherapieleistungen) sowie von stationären Spitalleistungen (z.B. SwissDRG). Der Preisüberwacher verfügt auch bei diesen Preisen und Tarifen über ein gesetzliches Empfehlungsrecht, welches er regelmässig nutzt.

Tätigkeitsschwerpunkte

Die Preisüberwachung ist gegenwärtig stark mit der Prüfung von Spital-, Arzt- und Heimtarifen sowie Medikamentenpreisen beschäftigt, den kostenmässig bedeutsamsten Tarifen. Bei den *Spitaltarifen* gilt es zu verhindern, dass die Anfang 2012 in Kraft getretene nationale Tarifstruktur zur Abrechnung akutstationärer Leistungen namens SwissDRG zu Mehrkosten zulasten der obligatorischen Krankenpflegeversicherung führt. Bei den *Arzttarifen* besteht der Untersuchungsgegenstand in den kantonalen Taxpunktwerten für ambulante ärztliche Leistungen in Praxen und Spitälern. Gleichzeitig setzt sich die Preisüberwachung dafür ein, dass die *Heimtarife* die Heimbewohnerinnen und -bewohner nicht mehr als mit der gesetzlich erlaubten Eigenbeteiligung an den Pflegekosten belasten. Ebenfalls in Prüfung sind aktuell der Chiropraktoren- und Zahnarzttarif. Bei den *Medikamentenpreisen* ist die Pharmaindustrie aktuell bestrebt, den gesetzlich verankerten Auslandpreisvergleich zu verwässern, um damit höhere Preise zu erzielen als im europäischen Ausland. Dagegen wehrt sich die Preisüberwachung mit allen ihr zur Verfügung stehenden Mittel. Im Teil D.5 wird darauf näher eingegangen.

Im vergangenen Jahr publizierte die Preisüberwachung zudem einen Auslandpreisvergleich zu den durch die Invalidenversicherung (IV) und die Alters- und Hinterlassenenversicherung (AHV) finanzierten Hörgeräten, welcher deutliche Hinweise auf ein überhöhtes Preisniveau lieferte. Fast gleichzeitig mit der Veröffentlichung der Studie trat ein Systemwechsel bei der Finanzierung der Geräte in Kraft, welcher den Wettbewerb stärken und dadurch die Preise senken soll. Das Bundesamt für Sozialversicherung analysiert zurzeit die Auswirkungen des neuen Finanzierungssystems.

C.6 Fazit

Thematik	Massnahme/Forderung
Strom	Begleitung der Umsetzung des StromVG durch formelle Empfehlungen an die EICom. Mitarbeit bei der Weiterentwicklung der Strommarktregulierung. Die Massnahmen zur Umsetzung der Energiestrategie (Ausstieg aus Kernenergie) müssen effektiv und effizient sein. Überhöhte Subventionen und ineffektive Instrumente sind zu vermeiden. Als wirksam werden staatsquotenneutrale Lenkungsabgaben erachtet.
Gas	Die Gaspreisvergleichswebsite schafft Transparenz. Die teuersten Gasversorger werden näher untersucht. Die Branchenvereinbarung zwischen Gasversorgern und Industrie darf zu keiner Diskriminierung der gefangenen Endkunden führen.
Wasser, Abwasser, Abfall	Versorgungssicherheit und ein ökologisches Entsorgungssystem gehören zu einem leitungsstarken Standort und zu einer Luxus



	<p>Tourismusdestination.</p> <p>Die zumeist von der öffentlichen Hand erbrachten Leistungen sollen ebenso effizient und kostengünstig erbracht werden, wie wenn diese im Wettbewerbsumfeld erbracht werden müssten.</p> <p>Auf das Horten von Reserven und die Abschöpfung von Monopolrenten ist zu verzichten.</p>
Öffentlicher Verkehr	<p>Die Versorgung mit öffentlichem Verkehr ist in der Schweiz hervorragend. Hoch sind aber auch die Preise.</p> <p>Der Preisüberwacher achtet darauf, dass Preise und Gewinne im Fernverkehr nicht überborden.</p> <p>Attraktive Angebote ausserhalb der Hauptverkehrszeiten sollen Ausflüge zu günstigen Preisen ermöglichen.</p>
Post	<p>Die Schweizerische Post verfügt bei der Zustellung von Briefen und Paketen auf verschiedenen Märkten über eine marktmächtige Stellung, die es ihr erlaubt, die Preise in einem gewissen Umfang losgelöst von der Konkurrenz festzusetzen. Die Preisüberwachung ist im Begriff nach seiner Intervention von 2009 die Preise auf diesen Märkten erneut einer Missbrauchsprüfung zu unterziehen.</p>
Flugverkehr	<p>Ein gutes Angebot an Flugverbindungen ist für eine exportorientierte Wirtschaft und die Tourismusdestination Schweiz von grosser Bedeutung.</p> <p>Der beste Garant für ein gutes günstiges Angebot ist der Wettbewerb. In erster Linie geht es darum, Rahmenbedingung zu schaffen, die einen solchen Wettbewerb ermöglichen. Bei den monopolistischen Infrastrukturanbietern hingegen ist darauf zu achten, dass diese nicht durch zu grosszügige Regulierungen auf Kosten der Kunden Monopolrenten abschöpfen.</p>
Telekommunikation / Fernmeldegesetz	<p>Die Rahmenbedingungen für wirksamen Preiswettbewerb sind insbesondere im Bereich des Internetzugangs und des Mobilfunks zu verbessern. Die Mitbenutzung der Netzinfrastruktur der Swisscom ist nichtdiskriminierend zu regeln, um Wettbewerb mit gleichlangen Spiessen zwischen der ehemaligen Monopolistin und den alternativen Anbieterinnen zu ermöglichen.</p>
Kabelfernsehen	<p>Gestützt auf einen Preis- und Angebotsvergleich der Anbieter mit mehr als 5000 Abonnenten wurden die teuersten Kabelfernsehbetreiber der Schweiz eruiert und näher untersucht. Sollten sich die Hinweise für einen Missbrauch im Sinne des PüG verdichten, wird die Preisüberwachung mit den Betroffenen Preissenkungen vereinbaren (einvernehmliche Regelung gemäss Art. 9 PüG) oder verfügen (Entscheid gemäss Art. 10 PüG).</p>
Gesundheitskosten	<p>Die Preisüberwachung setzt sich für günstige Preise aller Gesundheitsleistungen ein, die von staatlichen Sozialversicherungen (Kranken-, Unfall-, Invaliden-, und Militärversicherung) bezahlt werden. Ein besonderes Augenmerk gilt dabei den Tarifen und Preisen der kostenträchtigsten Leistungserbringer. Dazu gehören insbesondere Spitäler und Pflegeheime, die Praxisärzte sowie die Pharmaindustrie.</p>

Tabelle 7: Übersicht der Massnahmen zur Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit



D. Beispiele aus der Praxis / Anhang

D.1 Fisherman's Friend – konsequent angewandte Handelshemmnisse

Die Migrolino AG hat im Frühling 2012 direkt aus Deutschland importierte Fisherman's Friend Pastillen verkauft. Fisherman's Friend Pastillen sind in der Schweiz jedoch durch das schweizerische Heilmittelinstitut Swissmedic als Arzneimittel registriert und dadurch als Hustenpastillen von dem Cassis-de-Dijon-Prinzip ausgenommen. Die Registrierung bei Swissmedic ist nötig, damit die Pastillen mit dem Hinweis „bei Husten und Heiserkeit“ angepriesen werden können. Die Anpreisung als Heilmittel verunmöglicht dem Detailhandel darum, die Pastillen nach dem Cassis-de-Dijon-Prinzip direkt zu importieren.

Obwohl Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten, die Pastillen als Lebensmittel betrachten, als welche diese aufgrund ihrer Zusammensetzung und ohne die Heilmittel-Anpreisung vermutlich auch in Verkehr gebracht werden könnten, und obwohl Fisherman's Friend Pastillen im Ausland als Lebensmittel verkauft werden, dürfen diese nicht parallel importiert werden, bzw. nur dann, wenn sie aufgrund von Deklarationsanforderungen speziell verpackt würden und nur nach spezieller Bewilligung. Dies ist aus Sicht der Preisüberwachung unbefriedigend.

Nach dem Bundesgesetz vom 9. Oktober 1992 über Lebensmittel und Gebrauchsgegenstände (Lebensmittelgesetz, LMG, SR 817.0) dürfen Erzeugnisse, die von der Heilmittelgesetzgebung erfasst werden, nicht nach dem Lebensmittelgesetz in Verkehr gebracht werden (Art. 2 Abs. 4 LMG), auch nicht unter Berufung auf das Cassis-de-Dijon-Prinzip.³⁶ Denn gemäss THG gilt dieses Prinzip nicht für zulassungspflichtige Produkte, die unter das Bundesgesetz über Arzneimittel und Medizinprodukte (Heilmittelgesetz, SR 812.21) fallen.

Der Hinweis „bei Husten und Heiserkeit“ gibt der Zulassungsinhaberin die Möglichkeit, den Wettbewerb zu reduzieren und Massnahmen des Detailhandels gegen die Verteuerung von Produkten in der Schweiz zu verhindern. Weil eine medizinische Zweckbestimmung geschaffen bzw. angepriesen wurde, bedürfen Fisherman's Friend Pastillen gemäss dem Heilmittelgesetz einer Zulassung des schweizerischen Heilmittelinstituts (Art. 9 Abs. 1 HMG) und dürfen in der Folge nicht mehr als Lebensmittel verkauft werden. Es dürfen nur Pastillen verkauft werden, welche mit der registrierten Zulassungsnummer und der Vignette der Abgabekategorie E deklariert sind.

Medikamente, welche in der Schweiz offiziell zugelassen sind, können durch ein vereinfachtes Zulassungsverfahren direkt importiert werden, wenn diese aus einem Land mit einem gleichwertigen Zulassungssystem stammen und das Heilmittel somit den gleichen Anforderungen an die Kennzeichnung und Arzneimittelinformation genügt wie das in der Schweiz bereits zugelassene Heilmittel. Da aber die durch Migrolino importierten Fisherman's Friend Pastillen im Exportland als Lebensmittel angepriesen werden, ist ein vereinfachtes Zulassungsverfahren nach Art. 14 des HMG als Arzneimittel nicht möglich. Hingegen besteht für Husten- und Halsbonbons sowie Pastillen der Heilmittel-Abgabekategorie E, welche die Voraussetzungen für ein vereinfachtes Verfahren nach Art. 14 Abs. 1 des HMG erfüllen, ein noch vereinfachteres Zulassungsverfahren, das sogenannte Meldeverfahren.³⁷ Fisherman's Friend Pastillen könnten demnach auf blosser Meldung hin direkt importiert werden. Doch auch die Anforderungen dieses Meldeverfahrens scheinen für einen Parallelimport von Fisherman's Friend Pastillen zu hoch, weil die Pastillen speziell verpackt werden müssten. Eine spezielle Verpackung oder Etikette ist nötig, weil die Abgabekategorie und Zulassungsnummer auf der Verpackung angebracht sein muss. Zudem hätte die Etikette alle erforderlichen Angaben in mindestens zwei Amtssprachen zu enthalten. Die Verpackungen der durch Migrolino AG parallelimportierten Pastillen haben nicht nur diese Voraussetzungen nicht erfüllt. Zusätzlich wurden diese durch eine nicht zulässige Formulierung des Ver-

³⁶ Für Lebensmittel gilt eine Sonderregelung zur Anwendung des Cassis-de-Dijon-Prinzip. Demnach können Lebensmittel parallel importiert werden, sofern sie auch die schweizerischen technischen Vorschriften erfüllen. Entsprechen Lebensmittel nicht schweizerischen technischen Vorschriften, aber solche der EU oder eines EG/EWR-Mitgliedstaates und sind dort auch rechtmässig in Verkehr, bedürfen sie vor dem erstmaligen Inverkehrbringen gemäss Art. 16 c-d des THG einer Bewilligung des BAG.

³⁷ Vgl. Anleitung vom 1. Juni 2007 des Schweizerischen Heilmittelinstituts für Husten- und Halsbonbons sowie Pastillen der Abgabekategorie E im Meldeverfahren.



falldatums („mindestens haltbar bis“) deklariert. Zur Abgrenzung von Lebensmitteln müsste auf der Verpackung nach den Vorschriften des Meldeverfahrens schliesslich noch ein Hinweis auf „Hustenpastillen“ zu finden sein; Migrolino verkaufte Pastillen, die lediglich als „Eukalyptus Menthol Pastillen“ bezeichnet waren.

Zusammenfassend können Fisherman's Friend Pastillen nach einem vereinfachten Meldeverfahren als Heilmittel direkt importiert werden. Diese Möglichkeit setzt neben einem vereinfachten Zulassungsverfahren beim Schweizerischen Heilmittelinstitut Swissmedic eine neue Verpackung oder Etikettierung voraus, was die Kosten erhöht und den Parallelimport in der Praxis uninteressant macht.

Selbst nach der Einführung des vereinfachten Zulassungsverfahrens werden in der Praxis gemäss Informationen von Swissmedic nur gerade neun Produkte direkt importiert.

Je nach Anpreisung fallen auch Kräutertees und andere Bonbons, zum Beispiel Ricola, unter die Vorschriften des Heilmittelgesetzes. Heikel ist die Situation auch bei Gebrauchsgütern wie Zahnpasten, die im Ausland bezüglich ihrer Wirkung anders angepriesen werden dürfen.³⁸

Die Preisüberwachung regt an, dass Lebensmittel, die im Ausland als Lebensmittel rechtmässig in Verkehr gebracht werden, in der Schweiz selbst dann als Lebensmittel verkauft werden können, wenn diese im Inland als Heilmittel der Kategorie E registriert sind.

D.2 Autodirektimport – Neu errichtete Handelshemmnisse

Seit dem 1. Juli 2012 werden für Neuwagen, welche die gesetzliche Zielvorgabe gemäss Bundesgesetz über die Reduktion der CO₂-Emissionen (CO₂-Gesetz, SR 641.71) nicht erfüllen, Sanktionen fällig (Beginn des Referenzjahres). Dadurch entstehenden zusätzliche administrative Hürden.

Die CO₂-Emissionen von Personenwagen, die erstmals in Verkehr gesetzt werden (neue Personenwagen), sind bis Ende 2015 grundsätzlich auf durchschnittlich 130 g CO₂/km zu vermindern. Dies verlangt Art. 11d des CO₂-Gesetzes. Seit dem 1. Mai 2012 ist dazu die Verordnung über die Verminderung der CO₂-Emissionen von Personenwagen in Kraft (SR 641.714). Durch diese haben sich die Zulassungsvorschriften für neue Personenwagen verschärft.

Für jeden Importeur von neuen Personenwagen wird zur Erreichung des Gesamtziels eine individuelle Zielvorgabe festgelegt (Art. 11e Abs. 1 CO₂-Gesetz). Bei der Berechnung der Zielvorgabe wird das Fahrzeuggewicht berücksichtigt, darum variiert die Grenze, ab der Emissionen sanktioniert werden, je nach Fahrzeug. Neben der Berücksichtigung des Fahrzeuggewichts können Importeure, die mehr als 50 Fahrzeuge pro Jahr importieren (Grossimporteure) Emissionen ihrer ineffizienten Fahrzeuge mit effizienten Fahrzeugen kompensieren; es wird der Emissionsdurchschnitt sanktioniert. Darüber hinaus können sich alle Importeure – auch Kleinimporteure – zu Emissionsgemeinschaften zusammenschliessen. „In diesem Fall wird die individuelle Zielvorgabe für die Personenwagenflotte der einzelnen Emissionsgemeinschaft berechnet.“³⁹ Grundsätzlich muss daher nicht jeder einzelne neue Personenwagen hinsichtlich der Sanktionsgrenze das gleiche Emissionsziel erfüllen, vielmehr ist die durchschnittliche Freisetzung von CO₂ der Flotte eines Importeurs oder Herstellers relevant für die Berechnung der Sanktionen.

Führen Importeure aber weniger als 50 Personenwagen ein (Kleinimporteure) und schliessen sich keiner Emissionsgemeinschaft an, dann wird die Zielvorgabe für jeden einzelnen neuen Personenwagen berechnet. Das Bundesamt für Strassen (ASTRA) berechnet diese Zielvorgabe und verhängt eine

³⁸ In seiner handelshemmenden Wirkung erinnert der Fall „Fisherman's Friend“ auch an den älteren Fall einer vermeintlichen Heilanpreisung für die Zahnpaste Colgate Dentagard mit Naturkräutern (nachfolgend Dentagard), zu dem ein Urteil des Bundesgerichts vom 19. Oktober 2006 vorliegt (Akten-Nr. 2A.213/2006/fco). Im Fall Dentagard schienen sich Heilmittel- und Lebensmittelgesetzgebung nur in umgekehrten Rollen als (vermeintliches) Handelshemmnis auszuwirken. Dentagard wird in Deutschland als „zahnmedizinisch vorbeugend“ angepriesen, was in der Schweiz erstinstanzlich als nicht mit der Lebensmittel- und Gegenstandsverordnung (LGV, SR 817.02) vereinbar beurteilt wurde. Parallelimportierte Fisherman's Friend Pastillen können hingegen aufgrund der fehlenden Anpreisung als Hustenmittel nicht nach der Heilmittelgesetzgebung zugelassen werden. Im Fall Dentagard hat das Bundesgerichtsurteil das Handelshemmnis schliesslich beseitigt und festgestellt, dass die Beschriftung der Zahnpaste auch Schweizerischen Vorschriften entspricht, weil keine therapeutische Wirkung angepriesen wird.

³⁹ Art. 11e Abs. 3, CO₂-Gesetz vom 8. Oktober 1999 (Stand am 1. Mai 2012), SR 641.71



allfällige Sanktion, welche vor der Fahrzeugzulassung bezahlt werden muss. Für mehrere so eingeführte Personenwagen kann nicht von einem durchschnittlichen CO₂-Zielwert profitiert werden. Wenn ein Personenwagen die aufgrund seines Gewichts berechnete Zielvorgabe nicht erreicht, sieht das Gesetz wegen der Unterscheidung zwischen Gross- und Kleinimporteuren folglich ungleiche Sanktionierungen vor.

Durch die CO₂-Gesetzgebung dürfte sich das Preisgefüge zwischen emissionsarmen und emissionsintensiven Personenwagen zwar trotz des relevanten Emissionsdurchschnitts bei Grossimporteuren und Emissionsgemeinschaften so verändern, dass der Absatz der emissionsarmen Fahrzeuge gefördert wird; weil die administrativen Hürden für Privat- und Kleinimporteure ungleich grösser werden, könnte die CO₂-Gesetzgebung unabhängig davon das Wettbewerbsumfeld verändern. Der Preisüberwacher befürchtet eine Abnahme der Wettbewerbsintensität, weil grosse Händler mehr Gestaltungsraum zur Verminderung von Sanktionen erhalten als kleine.

Sorgen über eine abnehmende Wettbewerbsintensität beruhen auf drei Vorbehalten gegenüber der CO₂-Gesetzgebung. Erstens befürchteten kleinere Direktimporteure und der Verband Freier Autohandel Schweiz VFAS, dass das administrative Verfahren zur Fahrzeugzulassung nach der CO₂-Gesetzgebung kompliziert und mit einem Zeitverlust verbunden sein werde. Zweitens können grosse Importeure stärker von der Möglichkeit profitieren, CO₂-Sanktionen für einen Emissionsdurchschnitt berechnen zu lassen, was eine Konzentration der Anbieter im Markt fördern könnte. Drittens wird für Grossimporteure eine allfällige Sanktion erst am Ende einer Rechnungsperiode fällig. Grossimporteure erhalten daher im Unterschied zu Kleinimporteuren einen kostenlosen Kredit in Form der später anfallenden CO₂-Sanktionen.

Typengenehmigte Fahrzeuge können durch die kantonalen Strassenverkehrsämter ohne Abklärungen der Bundesämter zugelassen werden. Von vorgängigen Prüfungsverfahren durch die Bundesämter sind folglich nur Klein- und Privatimporteure betroffen, welche keine Typengenehmigung beantragen können, sowie grössere Direktimporteure, die keine Typengenehmigung beantragen wollen, zum Beispiel weil sie nur wenige Fahrzeuge des gleichen Typs verkaufen. Dieser Nachteil entsteht Klein- und Privatimporteuren zusätzlich zum wesentlichen Wettbewerbsnachteil, dass eine allfällige CO₂-Sanktion nicht nachträglich vermieden werden kann, indem Emissionen durch einen Emissionsschnitt auf sparsamere Modelle verteilt werden. Dennoch bestehen auch für Klein- und Privatimporteure Möglichkeiten, Emissionen ihrer Fahrzeuge durch sparsamere Modelle zu kompensieren und dadurch die CO₂-Sanktion zu reduzieren. Eine Emissionsgemeinschaft mit anderen Händlern ist die erste Möglichkeit, welche Kleinhändler gemäss Aussagen der Direktimporteure in der Praxis vernünftigerweise jedoch nicht eingehen werden, weil Mitglieder von Emissionsgemeinschaften für die gemeinsamen CO₂-Sanktionen solidarisch haften. Die zweite Möglichkeit bietet der Handel mit Emissionszertifikaten an CO₂-Börsen. Importeure können sich an CO₂-Börsen zu einem Marktpreis an einem Emissionsschnitt beteiligen und so CO₂-Sanktionen vermeiden. Da sie dies tun müssen, bevor beim ASTRA eine Bescheinigung für den eingeführten Personenwagen beantragt wird, bildet die CO₂-Sanktion vor allem für Private, die ein Auto direkt im Ausland kaufen möchten, trotz CO₂-Börse eine Handelschranke.

Eine Entwicklung aufgrund der CO₂-Gesetzgebung stellt das BFE bereits fest. Es werden mehr Typengenehmigungen gelöst. Grössere Importeure, welche ihre Fahrzeuge bisher ohne Typengenehmigung mit Einzelgesuchen beim ASTRA für ihre Kunden einführten, haben nun einen Anreiz Typengenehmigungen zu beantragen. Mit einer Typengenehmigung können sie Fahrzeuge zulassen, ohne zuvor eine allfällige CO₂-Sanktionierung nachzuweisen. Dies bekräftigt die Befürchtung, dass zusätzliche Handelshemmnisse vor allem Private, die ihr Auto direkt im Ausland kaufen, betreffen. Für sie war der organisatorische Aufwand bereits vor der CO₂-Gesetzgebung beträchtlich, sodass sie diesen häufig von ausländischen Fahrzeughändlern erledigen liessen. Ob und inwiefern Fahrzeughändler im Ausland nun als direkte Autoverkäufer an Kunden aus der Schweiz benachteiligt werden, muss sich noch zeigen. Auch sie haben den Wettbewerb während der Erstarkung des Frankens belebt. Grundsätzlich können aber auch ausländische Exporteure Typengenehmigungen in der Schweiz beantragen.



Ebenfalls steht jetzt bereits fest, dass im Nischenmarkt der Luxus- und Geländefahrzeuge mit sehr hohen CO₂-Emissionen der Wettbewerb als direkte Folge der CO₂-Gesetzgebung verzerrt wird. Nischenhersteller (zum Beispiel Jaguar, Land Rover), die in der EU zwischen 10'000 – 300'000 Personenwagen pro Jahr neu zulassen, und Kleinhersteller (zum Beispiel Ferrari, Aston Martin), die weniger als 10'000 Personenwagen pro Jahr neu zulassen, können in der EU ein Spezialziel beantragen. Diese Spezialziele können auch in der Schweiz geltend gemacht werden.. Keine Spezialziele können Importeure beantragen, die sich auf Konkurrenzmodelle spezialisiert haben, welche einem Grosskonzern angehören (zum Beispiel Ford Mustang, Porsche). Diese haben gegenüber Nischenfahrzeugen mit Spezialzielen einen wesentlichen Wettbewerbsnachteil, da Nischenfahrzeuge ohne Spezialziele deutlich höher sanktioniert werden.

Wie stark die CO₂-Gesetzgebung den Wettbewerb im Automarkt, welcher sich als Folge der Frankenstärke nur allmählich intensiviert hat, wieder hemmt, hängt auch von der Entwicklung und der Funktionsweise der noch neuen und teilweise erst entstehenden CO₂-Börsen ab. Momentan ist der Zugang zu bestehenden CO₂-Börsen noch an weitere Importdienstleistungen von Direktimporteuren geknüpft, da bestehende CO₂-Börsen von grossen Direktimporteuren betrieben werden. CO₂-Börsen lassen aber insbesondere hoffen, dass Personenwagen mit verhältnismässig geringen CO₂-Emissionen auch in Anbetracht der Emissionsgemeinschaften möglichst günstig werden, weil Käuferinnen und Käufer die bessere Energieeffizienz ihrer Fahrzeuge zur Kompensation verkaufen können.

Der Preisüberwacher verfolgt mit grosser Aufmerksamkeit, wie sich der Markt für Personenwagen entwickelt. Ein besonderes Augenmerk richtet er dabei auf die Entstehung eines CO₂-Emissionsmarkts. Der Handel mit Emissionszertifikaten muss insbesondere auch den Klein- und Privatimporteuren uneingeschränkt offenstehen.

D.3 Zollvorlagekosten

Bei nicht ausreichend wirksamem Binnen-Wettbewerb ist es für Konsumentinnen und Konsumenten besonders interessant, den offiziellen Schweizer Vertriebskanal zu umgehen und direkt im Ausland zu bestellen. Im Internet sind Preisunterschiede zum Ausland leicht sichtbar, dies fördert den Wettbewerb. Die Bestellung im Internet ist einfach und schnell. Allerdings muss bei der Einfuhr über den Speditionsweg die im Ausland bestellte Ware bei der Zollbehörde deklariert werden. In den meisten Fällen übernimmt dies das Logistikunternehmen, welches die dabei entstehenden Kosten der Kundin oder dem Kunden in Rechnung stellt.

Diese sogenannten Zollvorlagekosten fallen teilweise unabhängig vom Warenbestellwert an und werden pauschal als Bearbeitungsgebühren erhoben. Je kleiner der Warenwert, desto mehr fallen die Zollvorlagekosten im Verhältnis zum Warenwert ins Gewicht. Sie machen nicht nur einen Teil des erhofften Sparpotenzials zunichte, sondern können auch den Warenwert übersteigen. Sie stellen ein administratives Handelshemmnis für den Direktimport von preisgünstigen Waren dar. Insofern sind auch Zollvorlagekosten mitverantwortlich, dass die Schweiz eine Hochpreisinsel ist. Je nach Spediteur kann es vorkommen, dass beispielsweise für ein Produkt mit einem Versandwert von 50 Franken knapp 60 Franken Verzollungsgebühren anfallen. Verzollungsgebühren wie diejenigen eines weiteren konkreten Beispiels von insgesamt 43 Franken für einen Elektronikartikel von 15 Euro verhindern Direkt- und Parallelimporte. Dementsprechend erhält der Preisüberwacher zu diesem Thema seit Jahren zahlreiche Beschwerden. Allein im August 2011 hat der Preisüberwacher 45 Meldungen über hohe Zollabfertigungsgebühren erhalten. Zum Zeitpunkt, als sich der Franken nahe zur Euro-Parität bewegt hatte, wollten Konsumentinnen und Konsumenten vom günstigen Kurs profitieren und bestellten im Internet oft im Ausland. Sie wurden so auf hohe Zollvorlagekosten aufmerksam und haben sich entsprechend häufig bei der Preisüberwachung beklagt. Insofern, als die zunehmenden Meldungen über hohe Zollvorlagekosten mehr Bestellungen im Ausland anzeigen, deuten sie auch darauf hin, dass Wechselkursgewinne in der Schweiz anfänglich zu wenig oder zu langsam in Form von günstigen Endverkaufspreisen weitergegeben wurden.

Der Preisüberwacher setzt sich für einen möglichst umfassenden Abbau von Handelsschranken ein und hatte im Rahmen seiner Untersuchung Kontakte mit der Eidgenössischen Zollverwaltung, der



Post, privaten Transportunternehmen und dem Eidgenössischen Finanzdepartement. Erste verbindliche Lösungen zur Entlastung der Schweizer Verbraucherinnen und Verbraucher wurden inzwischen erreicht.

2011 vereinbarte die Preisüberwachung einvernehmliche Regelungen mit zwei bedeutenden Logistikunternehmen, DHL Express und der Schweizerischen Post. Diese führen zu einer spürbaren Entlastung beim Direktimport speziell von Gütern mit geringem Versandwert aus den Nachbarländern. Die Regelung mit DHL Express sieht insbesondere eine signifikante Senkung der Zollvorlagekosten für kleine Sendungen vor. DHL Express hat sich bereit erklärt, ihre Preise für die Zollvorlage deutlich (je nach Produkt zwischen 17 – 66 Prozent) zu senken. Insbesondere verzichtet DHL Express ganz auf Zollvorlagegebühren bei Sendungen, deren Wert unter der MWST-Abgabefreigrenze liegt⁴⁰. Seit dem 1. Mai 2011 profitieren Kunden von dieser Regelung.

Ebenfalls nach einer Einvernehmlichen Regelung hat die Schweizerische Post den Preis für die Verzollungsdienstleistungen von Paketen, welche unter die Abgabefreigrenze fallen und durch Swiss Post GLS verarbeitet werden, per 1. Oktober 2011 von ursprünglich 43 Franken pro Sendung abgeschafft. Seit dem 1. März 2012 gilt zudem für Verzollungsdienstleistungen aller Kanäle der Schweizerischen Post ein einheitliches Warenwertmodell. Verzollungsdienstleistungen für Pakete und Briefe der Post und Swiss Post EMS sind ebenfalls kostenlos, sofern deren Inhalt unter die Abgabefreigrenze fällt. Verzollungsdienstleistungen für Pakete und Briefe der Post, Swiss Post EMS und Swiss Post GLS mit einem Warenwert über der Abgabefreigrenze berechnen sich neu aus einer Grundgebühr, einem variablen Beitrag in Abhängigkeit vom Warenwert und einem maximalen Preis. Im Verhältnis zu den zuvor angewandten Tarifen ist der neue Tarif für die meisten Kundinnen und Kunden, deren Pakete durch die Post verarbeitet werden, deutlich vorteilhafter. Für Sendungen mit Swiss Post GLS aus der Zone 1 (Deutschland, Frankreich, Italien, Österreich) ist der neue Tarif bis zu einem Versandwert von 1350 Franken günstiger, aus der Zone 2 bis zu einem Versandwert von 1200 Franken. Die meisten Postsendungen weisen aber einen Versandwert von unter 200 Franken auf und stammen aus der Zone 1. Für diese Sendungen sind die neuen Tarife deutlich günstiger. Auch für Empfängerinnen und Empfänger von Sendungen der Swiss Post EMS überwiegen die Vorteile insgesamt deutlich. Sie bezahlen zwar etwas mehr für die Zollvorlage von Kleinsendungen aus der Zone 2, jedoch weniger für Kleinsendungen aus der Zone 1. Dadurch, dass der neue Tarif auf einem Prozentsatz des Versandwerts basiert, steigen die Zollvorlagegebühren mit zunehmendem Versandwert, während der Preis vor der einvernehmlichen Regelung bei einem Versandwert von 500 Franken deutlich von 18 auf 35 Franken sprang. Mit der getroffenen Vereinbarung wendet die Post zudem ein einheitliches Preismodell an, von dem die meisten Kundinnen und Kunden profitieren. Diese Regelungen gelten der Preisüberwachung fortan als Referenzwert für die Beurteilung der Preise der Zollvorlagekosten anderer Spediteure.

Am 27. Juni 2012 hat der Bundesrat eine Teilrevision der Zollverordnung verabschiedet. Diese ermöglicht es der Preisüberwachung, bei unverhältnismässig hohen Zollvorlagekosten das günstigere vereinfachte Verfahren für die Zollanmeldung zu erzwingen. Die vereinfachte Zollanmeldung ist neu möglich für Sendungen von Waren mit einem Mehrwertsteuerwert von bis zu 1000 Franken. Davor betrug der Grenzwert für die Anwendbarkeit des vereinfachten Verfahrens 500 Franken. Die vereinfachte Zollanmeldung bleibt zwar freiwillig und unangemessene Gebühren für die Verzollung sind immer noch möglich. Nimmt der Preisüberwacher jedoch Kenntnis von unverhältnismässig hohen Gebühren aufgrund einer regulären Verzollung, kann er aber die Zollverwaltung beauftragen, den zugelassenen Empfänger (Spediteur) zur Anwendung der vereinfachten Zollanmeldung zu verpflichten.

Der Preisüberwacher fordert auch eine Erhöhung der Abgabefreigrenze von 5 auf 10 Franken. Damit würden Waren bis zu einem Wert von 125 Franken von der Mehrwertsteuer, und, dies wäre zu hoffen, i. d. R. auch von Zollabfertigungsgebühren befreit. Eine entsprechende Forderung in der Motion von Nationalrätin Leutenegger Oberholzer vom 10. Dezember 2009 (Motion 09.4209) scheiterte an der Zustimmung des Ständerates. Dieser fürchtete eine Benachteiligung der Unternehmen mit Sitz in der Schweiz und somit den Wettbewerb. Weil Bundesrat und Nationalrat das Anliegen unterstützt hätten, erachtete die Preisüberwachung die Erhöhung der Abgabefreigrenze auf 8 Franken als möglichen

⁴⁰ Falls kein Zoll erhoben und keine nichtzollrechtliche Formalität beachtet werden muss.



Kompromiss und gelangte mit einer entsprechenden Forderung an das Eidgenössische Finanzdepartement (EFD). Dieses lehnte die Forderung vorderhand bedauerlicherweise ab. Der Preisüberwacher hält an seiner Forderung jedoch fest.

Gemäss der Zollgesetzgebung sind im Warenwert, welcher der Mehrwertsteuer unterliegt, auch die Transportkosten, die Importsteuern und die Zollabfertigungsgebühren eingeschlossen. Aus Sicht der Preisüberwachung ist in diesem Zusammenhang besonders störend, dass in der Praxis die Mehrwertsteuer und damit die Zollabfertigungsgebühren häufig auch dann in Rechnung gestellt werden, wenn eine Kleinsendung nur deswegen über der Abgabefreigrenze liegt, weil die Zollabfertigungsgebühren bei der Mehrwertbesteuerung berücksichtigt wurden. Für die Preisüberwachung werden dadurch hypothetische Zollabfertigungsgebühren mehrwertbesteuert. Die Mehrwertsteuer für Kleinsendungen müsste zunächst auf dem Warenwert inklusive Transportkosten und Importsteuern berechnet werden. Erst wenn dieser Warenwert über der Abgabefreigrenze liegt, fallen Zollvorlagekosten an. Diese können dann ebenfalls mehrwertbesteuert werden.

Insgesamt hat sich in diesem und im letzten Jahr Beträchtliches zu Gunsten von tieferen Zollvorlagekosten verändert. Der Preisüberwacher kann die Anwendung des vereinfachten Zollverfahrens seit kurzem erzwingen. Mit zwei bedeutenden Logistikunternehmen konnte er tiefere Preise für die Zollvorlage einvernehmlich regeln. Wünschenswert bleiben aus Sicht der Preisüberwachung eine Erhöhung der Mehrwertsteuer-Abgabefreigrenze sowie einvernehmliche Regelungen mit weiteren Logistikunternehmen.

D.4 Wasserversorgung Lausanne - Einvernehmliche Regelung

Die Wasserpreise können für Grossverbraucher ins Geld gehen. Für die bereits unter der Frankenstärke leidende Wirtschaft ist es besonders wichtig, dass Wasserpreise zwar die Kosten der Anbieter in diesem Monopolmarkt decken, trotzdem aber so tief wie möglich bleiben. Dafür zu sorgen, ist eine Kernaufgabe der Preisüberwachung. Im März 2012 hat der Preisüberwacher mit der Stadt eine einvernehmliche Regelung über die Preise von Eauservice⁴¹ unterzeichnet. Diese bringt den Grossverbrauchern eine deutliche Entlastung.

Der Wasserpreis pro Kubikmeter (exkl. MWST) wurde für den Gemüseanbau per 1. Mai 2012 von 1.50 auf 1.35 Fr. gesenkt. Ab dem 1. Oktober 2012 bezahlen Unternehmen mit einem Jahresverbrauch von 60'000 m³ oder mehr statt 1.95 nur noch 1.75 Fr. pro Kubikmeter (exkl. MWST) und der Wasserpreis für die Spitäler von 1.75 Franken pro Kubikmeter (exkl. MWST) wird neu auch für Pflegeheime und Kliniken gelten.

Für private Haushalte wurde der Wasserpreis pro Kubikmeter (exkl. MWST) per 1. Mai 2012 von 1.95 auf 1.92 Fr. gesenkt. Des Weiteren hat sich Eauservice dazu verpflichtet, alle überdimensionierten Wasserzähler auf eigene Kosten bis zum 31. Dezember 2017 zu ersetzen, was für die betroffenen Haushalte zu jährlichen Einsparungen zwischen 75 und 169.50 Fr. bei der Grundgebühr und der Zählermiete führt. Verbraucherinnen und Verbraucher haben auch die Möglichkeit, eine sofortige Erneuerung der Wasserzähler zu verlangen; diese wird innerhalb 90 Tagen nach Eingang der Anfrage ausgeführt.

Zudem wird die Stadt Lausanne zur Besprechung von Gebührenfragen im Zusammenhang mit Investitionen ein jährliches Treffen mit Gemeindevertretenden organisieren, die von Eauservice beliefert werden oder deren Wasserversorgung von Eauservice gewährleistet wird. Die von Eauservice erzielten Gewinne fliessen neu in einen Fonds zur Finanzierung von Investitionen und nicht mehr automatisch in die Kasse der Stadt Lausanne.

Die Preisüberwachung legt bei der Beurteilung der Gebühren auch in Zukunft ein spezielles Augenmerk auf die Belastung von Industrie und Gewerbe.

⁴¹ Die unterzeichnete einvernehmliche Regelung ist (auf Französisch) auf unserer Website www.preisueberwacher.admin.ch zu finden.



D.5 Medikamentenpreise

Für Medikamente ergeben sich durch die grosse Regelungsdichte generell grosse Markteintrittsbarrieren. Jahrzehntelanger Patentschutz und aufwendige Zulassungsverfahren verhindern oftmals preisenkenden Wettbewerb. Anders als Produzenten in hart umkämpften Absatzmärkten sind Pharmaunternehmen oft keine Preisnehmer, sondern Quasi-Monopolisten, die massgeschneiderte Preise zur entsprechenden Nachfrage verlangen können. Für zahlungskräftige Schweizer Patientinnen und Patienten ist dies besonders problematisch, da aufgrund der Bestimmungen zum Patentschutz aber auch aufgrund der starken Regulierung für zulassungspflichtige Medikamente Parallelimporte im Heilmittelbereich praktisch nicht vorkommen. Nur gerade acht der rund achtausend in der Schweiz zugelassenen Präparate wurden zum Parallelimport durch einen hiesigen Vertreter genehmigt. Die so entstehende geographische Marktabschottung wird von der Pharmaindustrie geradezu als Einladung zur preislichen Diskriminierung Schweizer Patientinnen und Patienten und somit zur Abschöpfung der hiesigen Kaufkraft aufgefasst.

Im Bereich der kassenpflichtigen Medikamente ist die Gefahr von überhöhten Preisen besonders hoch. Die Übernahme von Therapiekosten durch die Krankenkassen entspricht natürlich dem Gemeinschaftsprinzip, kann aber auch zu auch überhöhtem Konsum von zu teuren Gesundheitsleistungen führen. Die Anreize für die einzelne Patientin und den einzelnen Patienten, die kosteneffizienteste Therapie zu wählen, sind durch die Rückerstattung der Krankenkassen reduziert. Mit jährlich 5 Milliarden Franken stellen Medikamente den drittgrössten Kostenblock der Grundversicherung dar. Fehlanreize in diesem Bereich können schnell sehr teuer für die Versichertengemeinschaft werden, deshalb werden die Preise kassenpflichtiger Medikamente staatlich administriert. Wie generell für Leistungen der Grundversicherung gilt als Maxime für administrierte Medikamentenpreise das im Krankenversicherungsgesetz verankerte Gebot der Wirksamkeit, der Zweckmässigkeit und der Wirtschaftlichkeit. Bezüglich der Wirtschaftlichkeit gibt sich das vollziehende Bundesamt, das BAG, in der Praxis jedoch meist bereits zufrieden, wenn die Medikamentenpreise nicht bedeutend höher als in wirtschaftlich vergleichbaren Ländern ausfallen. Die Preisüberwachung hat in der Vergangenheit insbesondere die gegenüber dem Ausland überhöhten Preise kritisiert und über die Jahre massgebend dazu beigetragen, diese Preisdiskriminierung zulasten der Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten zu korrigieren. Dies geschah durch die Einführung bzw. Verstärkung von Auslandpreisvergleichen zur Simulation eines internationalen Wettbewerbs unter kassenpflichtigen Medikamenten. Gleichzeitig mit dem 1996 eingeführten Krankenversicherungsgesetz wurde der Auslandpreisvergleich auf Initiative der Preisüberwachung obligatorisch und im Jahr 2009 erfolgte eine Erweiterung des für den Auslandpreisvergleich gebildeten Länderkorbs um Frankreich und Österreich, die Verkürzung des Preisüberprüfungsrhythmus von 15 auf drei Jahre sowie die Einführung eines Prüfautomatismus bei Indikationserweiterung. Auch die im Jahr 2009 getroffenen Massnahmen entsprechen langjährigen Forderungen der Preisüberwachung. Dank dieser Auslandpreisvergleiche werden heute Medikamentenpreise an das Niveau der mittel- bis hochpreisigen europäischen Länder angepasst.

Alle drei Jahre wird dafür jedes Medikament einem Auslandpreisvergleich unterzogen. Ist der hiesige Preis eines Präparats höher als der durchschnittliche Preis des Länderkorbs, bestehend aus Deutschland, Frankreich, den Niederlanden, Grossbritannien, Dänemark und Österreich, so wird er auf das Preisniveau dieses Länderkorbs gesenkt. Der anhaltend starke Franken hat daher grundsätzlich einen grossen Einfluss auf die kassenpflichtigen Medikamentenpreise. Die Entwertung des Euros führt zu tieferen Referenzpreisen im Auslandpreisvergleich und somit schlussendlich zur erwünschten Senkung der Schweizer Preise. So sollen auf den Anpassungstermin vom 1. November 2012 die Preise des geprüften Drittels der kassenpflichtigen Medikamente gesenkt werden. Die Grundversicherung wird dadurch im Jahr 2013 über 240 Millionen Franken für Arzneimittelkosten einsparen. In den kommenden Jahren wird sich die jährliche Einsparnis bei gleichbleibenden Wechselkursverhältnissen auf über 720 Millionen Franken oder knapp drei Prämienprozente kumulieren.

Der obligatorische Auslandpreisvergleich ist das konkrete Resultat intensiver Bemühungen der Preisüberwachung; die seit 1997 durchgeführten Preiskorrekturen sind eine direkte Wirkung davon.

Leider versucht die Pharmabranche zurzeit vehement die bevorstehende Preissenkungsrunde zu torpedieren, obschon der Auslandpreisvergleich erst im Jahr 2009 mit Einverständnis der Pharmain-



dustrie präzisiert worden ist. Mit teilweise sachfremden Argumenten versucht sie, den Auslandpreisvergleich gleichsam zu verwässern, indem sie mit massivem Arbeitsplatzabbau oder gar mit einem Wegzug aus der Schweiz droht. So versucht die Pharmabranche das EDI dahin zu bewegen, nicht den nominalen Wechselkurs, sondern einen kaufkraftparitären, künstlich überhöhten Wechselkurs von CHF/EUR 1.40 für den Preisvergleich zu verwenden. Dies obwohl Bundesrat Berset der Pharmaindustrie bereits deutlich entgegengekommen ist und den Zulassungsinhabern eine Toleranzmarge von fünf Prozent gewährt. De facto wird die Schweizer Versicherungsgemeinschaft nämlich auch nach der geplanten Preiskorrektur weiterhin jährlich gut 150 Millionen Franken mehr bezahlen, als wenn der exakte Durchschnittspreis, der sich aufgrund des Auslandspreisvergleichs ergibt, verrechnet würde.

Dass die momentane Währungssituation die hiesige exportierende Pharmabranche vor Probleme stellt, wird von der Preisüberwachung nicht bestritten. Der Forschungs- und Produktionsstandort Schweiz hat sich relativ zu anderen Standorten verteuert. Die Grundversicherung kann aber aus verschiedenen Gründen kein geeignetes Mittel zur Stützung des Forschungs- und Produktionsstandorts Schweiz sein. Nur rund ein Drittel des Schweizer Medikamentenverbrauchs stammt aus der Produktion von Schweizer Firmen. Der grösste Teil einer solchen Subvention durch die Patientengemeinschaft ginge somit an ausländische Unternehmen, die bereits von den tieferen Produktionskosten im Ausland profitieren. Zudem ist die Schweizer Pharmaindustrie zu global aufgestellt, als dass sie merkbar durch die Grundversicherung gestützt werden könnte. Der Schweizer Absatzmarkt macht für die beiden Global Players Novartis und Roche nur gerade 1.5 Prozent des weltweiten Umsatzes aus. Zudem forschen und produzieren sie längst nicht mehr ausschliesslich in der Schweiz. Über 80 Prozent ihrer Kosten weisen die Pharmagiganten in ausländischer Währung aus. Wenn Standortförderung gewünscht wird, müsste diese also viel gezielter und effektiver ausfallen als über erhöhte Medikamentenpreise.

Aus diesen genannten Gründen geht die Preisüberwachung von einer zumindest teilweise erfolgreichen Weitergabe der Wechselkursvorteile im Bereich der Medikamente aus. Auch wenn dies nur verzögert und mit massivem Gegendruck passiert, sieht es zur Zeit doch danach aus, als ob die administrierten Medikamentenpreise zu einem guten Teil den aktuellen Wechselkursbegebenheiten angepasst würden.

Das derzeitige Preissetzungsregime sorgt zwar teilweise für die Weitergabe von Währungsgewinnen, verursacht aber auch eine Teuerung beim Umstieg von alten auf neue Medikamente (Umsteigeteuerung) und bietet den Herstellern die Möglichkeit, Profit aus Scheininnovationen zu schlagen. Um dem Preisdruck auf den sich bewährten Medikamenten auszuweichen, werden neue, teurere Ersatzmedikamente oftmals ohne therapeutischen Mehrnutzen lanciert. So hat sich der durchschnittliche Preis einer neu auf die Spezialitätenliste aufgenommenen Packung seit den achtziger Jahren mehr als verfünffacht. Obwohl nach wie vor durchschnittlich etwas weniger als 25 Packungen pro Person und Jahr verkauft werden, steigen die Kosten der Grundversicherung für Medikamente deshalb rasant an.

Der Preisüberwacher setzt sich für eine völlig neue Vergütungsform von kassenpflichtigen Medikamenten ab dem Jahr 2014 ein. Das Festbetragssystem, wie es in Deutschland bereits seit 1989 existiert, hilft, Umsteigeteuerung und Scheininnovationen vorzubeugen, und fördert den Preiswettbewerb unter den Herstellern. Auf Basis von chemischen, pharmakologischen und therapeutischen Eigenschaften werden hierbei Gruppen mit vergleichbaren Medikamenten definiert. Produzenten sind grundsätzlich frei in der Preisgestaltung ihrer Medikamente. Den Versicherten würde beim Bezug eines Medikaments aber nur immer ein für die jeweilige Gruppe bestimmter Festbetrag vergütet. Es würden somit gezielt Anreize zum Bezug kostengünstiger Medikamente geschaffen, die die Pharmaindustrie in einen Preiswettbewerb zwingen würde. Neue teurere Medikamente würden sich nur noch durchsetzen, wenn sie auch tatsächlich einen entsprechenden therapeutischen Mehrwert mit sich bringen würden.



D.6 Preise für importierte Zeitschriften – ein Negativbeispiel

Weitaus am meisten Beanstandungen betreffend die Nichtweitergabe von Wechselkursvorteilen gab es 2011 im Bereich der aus dem Ausland *importierten Zeitschriften* zu verzeichnen. Als sich der Frankenkurs im Sommer 2011 bedrohlich der Paritätsgrenze mit dem Euro näherte, wurde die Preisüberwachung mit Meldungen zu überhöhten Zeitschriftenpreisen richtiggehend überhäuft. Die Preisüberwachung ist allerdings auf diesem Gebiet bereits seit dem Sommer 2010 aktiv, als sich abzeichnete, dass die Frankenstärke kein bloss kurzfristiges Phänomen ist, die Preise für importierte Zeitschriften in der Schweiz aber nicht gesenkt wurden. Schon im Herbst 2010 ergab eine Auswertung der Preisüberwachung zu den Preisen der 50 umsatzstärksten deutschen, den 30 umsatzstärksten französischen und den 20 umsatzstärksten italienischen Zeitschriften eine durchschnittliche Preisdifferenz von 53 Prozent gegenüber Deutschland, 62 Prozent gegenüber Frankreich und von 110 Prozent gegenüber Italien.

Diese Preisunterschiede beurteilte der Preisüberwacher aus folgenden Gründen als klar überhöht:

- Insbesondere aufgrund der im Vergleich mit dem Ausland höheren Schweizer Vertriebs- und Transportkosten im Gross- und Detailhandel sowie fehlender Werbe- und Inserateinnahmen bei der Auslandsauflage kann eine gewisse Preisdifferenz tatsächlich gerechtfertigt werden. Allerdings nicht im aktuell feststellbaren Ausmass.
- Bei der letzten Erhebung der Preisüberwachung im Jahr 2002 hatten die Preisdifferenzen bei einem Eurokurs von 1.48 gegenüber Deutschland 37 Prozent, gegenüber Frankreich 43 Prozent und 102 Prozent gegenüber Italien betragen.
- Aufgrund der Besonderheiten des Zeitschriftenmarktes sind die Preise auch in der EU auf dem Heimmarkt regelmässig tiefer als in den Exportländern. Preisdifferenzen sind auch innerhalb der EU üblich und werden dort von den Wettbewerbsbehörden toleriert. Die Preisdifferenzen sind aber erheblich kleiner und liegen im Allgemeinen „lediglich“ bei rund 30 Prozent.

Der Preisüberwacher konfrontierte Valora Schweiz AG (im folgenden Valora) als Marktführerin im Schweizer Pressegrossvertrieb bereits Ende 2010 ein erstes Mal mit diesem Auslandpreisvergleich und bat das Unternehmen in der Folge, in Verhandlungen mit den ausländischen Verlagen zu treten mit dem Ziel, die Preise in der Schweiz markant zu senken. Wechselkursbedingt nahmen die Preisunterschiede gegenüber dem Ausland im Verlaufe des Jahres 2011 aber weiter zu. Es wurde immer offensichtlicher, dass die Preise für importierte Zeitschriften nicht oder nur vereinzelt den veränderten Wechselkursverhältnissen angepasst wurden. Zwar stellen bei den Zeitschriften rund 50 Prozent schweizerische, wechselkursunabhängige Vertriebskosten dar. Die andere Hälfte des Preises bilden aber Kosten in Euro im Exportland und diese Tatsache hätte aufgrund des gegenüber dem Schweizer Franken stark abgeschwächten Euro grundsätzlich zu deutlich tieferen Schweizer Endverkaufspreisen führen müssen. Im September 2011 richtete der Preisüberwacher die Forderung nach substantiellen Preissenkungen zusätzlich direkt an die vier wichtigsten deutschen Verlagshäuser Axel Springer, Burda, Gruner + Jahr und Spiegel Verlag.

Wer trägt die Hauptverantwortung für die Preisgestaltung bei importierten Zeitschriften und wer profitiert von den angefallenen Wechselkursgewinnen?

Die Abklärungen des Preisüberwachers bei der in der Deutschschweiz und im Tessin für den Pressegrossvertrieb zuständigen Valora und bei den vier wichtigsten deutschen Zeitschriftenverlegern zeigten, dass die Preise für importierte Zeitschriften und Zeitungen regelmässig von den ausländischen Verlegern und nicht von den Marktteilnehmern in der Schweiz festgelegt werden. Dies entspricht dem Wesen des international im Zeitschriftenvertrieb üblichen *Kommissionsmodells* bei dem der Verlag das Absatzrisiko trägt und dem Detailhandel den Endverkaufspreis verbindlich vorgibt. Die Zeitschriften bleiben bis zum Verkauf durch den Handel im Eigentum des Verlags, der die unverkauften Exemplare zurücknimmt (sog. *Remissionsrecht*). Der Handel verkauft die Zeitschriften in eigenem Namen aber auf Rechnung des Verlags und stellt diesem gegen Entgelt seine Vertriebsleistung zur Verfügung.



Da die Preisfestlegung bei importierten Zeitschriften durch den Verlag im Ausland stattfindet, muss sich der Preisüberwacher in erster Linie auch an den ausländischen Verleger halten, wenn er Zwangsmassnahmen gemäss Preisüberwachungsrecht ins Auge fasst. Die Valora Schweiz AG ist zwar die marktbeherrschende Unternehmung mit Alleinauslieferungsrecht für den Pressegrossvertrieb in der Deutschschweiz und im Tessin. Was die Festlegung der Endverkaufspreise für die Zeitschriften anbetrifft, ist sie aber *Preisnehmerin*, weshalb ihr diesbezüglich kein missbräuchliches Verhalten vorgeworfen werden kann. Valora profitiert aber insofern von der aktuellen Situation, als im Unterschied zu anderen Branchen ihre Handelsmargen aufgrund der Marktabschottung und der fixen Preise nicht unter Druck geraten und unangetastet bleiben. Der Wechselkursgewinn fällt aber nicht bei Valora an. Die Preise zwischen den Verlagen und Valora sind nämlich entweder in Schweizer Franken vereinbart oder Valora hat - wo dies nicht der Fall ist - sog. Wechselkurs-Ausgleichszahlungen zu leisten. Dies bedeutet, dass Wechselkursgewinne in aller Regel von den ausländischen Verlagen und nicht von den Schweizer Marktteilnehmern vereinnahmt werden.

Das *Territorialitätsprinzip* setzt dem Preisüberwacher für Untersuchungshandlungen gegenüber Unternehmen im Ausland Grenzen. Aufgrund fehlender Amts- und Rechtshilfeabkommen im Bereich des Wettbewerbsrechts kann er ausserhalb der Schweiz keine formellen Untersuchungshandlungen durchführen. Allfällige Zwangsmassnahmen liessen sich gegen Verfügungsadressaten im Ausland nicht durchsetzen. Der Preisüberwacher ist deshalb bei seinen Bemühungen um tiefere Zeitschriftenpreise wesentlich auf die Kooperationsbereitschaft und Einsicht der ausländischen Verlage angewiesen. Leider sind seine informellen Bemühungen bis anhin nur in sehr beschränktem Ausmass von Erfolg gekrönt, ist es doch bis heute nur sehr vereinzelt zu Preisanpassungen an die veränderten Wechselkursverhältnisse gekommen. Immerhin hat die Valora Schweiz AG im April 2012 ein gewisses – allerdings sehr bescheidenes - Zeichen gegen die im internationalen Vergleich überhöhten Zeitschriftenpreise gesetzt und eine zeitlich befristete Couponaktion, gültig seit dem 17. Mai 2012, bekannt gegeben. Beim Kauf der umsatzstärksten importierten deutschen Zeitschriften von über 7 Franken geben die Verkaufsstellen von Valora Gutscheine von 1 Franken ab, die allerdings ausgerechnet beim Kauf von Presseerzeugnissen nicht eingesetzt werden können⁴².

Thematisiert werden die Preise für importierte Zeitungen und Zeitschriften auch in der von Ständerat Didier Berberat am 14. März 2012 eingereichten Interpellation 12.3164 „Preise für ausländische Zeitungen und Zeitschriften in der Schweiz“⁴³. Ständerat Berberat und neun Mitunterzeichnende kritisieren darin die im internationalen Vergleich überhöhten Preise importierter Zeitungen und Zeitschriften und erkundigen sich nach den Möglichkeiten des Bundesrates, des Preisüberwachers und der Wettbewerbskommission, gegen diesen Missstand vorzugehen. In seiner Antwort vom 9. Mai 2012 verweist der Bundesrat darauf, dass er selber unmittelbar keine Möglichkeit hat, gegen diese Preisdifferenzen vorzugehen, dass er aber ausdrücklich die diesbezüglichen laufenden Anstrengungen des Preisüberwachers unterstützt. Er teilt auch die Meinung des Preisüberwachers, dass Preisdifferenzen im aktuell feststellbaren Ausmass kaum zu rechtfertigen sind. In ihrer Antwort weist die Landesregierung aber auf die beschränkten rechtlichen Möglichkeiten hin, die das nationale Wettbewerbsrecht und das Territorialitätsprinzip dem Preisüberwacher bieten. Der Bundesrat schliesst deshalb je nach weiterer Entwicklung auch den Erlass eines Spezialgesetzes zum Zeitschriftenvertrieb mit der Möglichkeit der Festlegung von maximalen Preisdifferenzen als *ultima ratio* explizit nicht aus.

Der Preisüberwacher setzt seine informellen Bemühungen - neuerdings mit der ausdrücklichen Unterstützung und der politischen Rückendeckung des Bundesrats - zur Reduktion der Preisdifferenzen bei importierten Zeitschriften fort. Ob diese erfolgreich sein werden, ist offen. Der Preisüberwacher wird die ausländischen Verlagshäuser nicht nur an ihre Verantwortung gegenüber den Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten erinnern, sondern die Verlage speziell auch auf die politischen Risiken ihres Verhaltens, wie sie in der bundesrätlichen Antwort auf die Interpellation Berberat skizziert worden sind, aufmerksam machen.

⁴² Vgl. elektronischer Newsletter Nr. 3/12 des Preisüberwachers vom 12. April 2012, S. 8 f. sowie Pressemitteilung Valora vom 12. April 2012.

⁴³ http://www.parlament.ch/d/suche/Seiten/resultate.aspx?collection=CV&gesch_nr=12.3164&sort=GN&way=desc