

Pressemitteilung

Sperrfrist, 21. Februar 2014, 12.00 Uhr

Hergiswil, 21. Februar 2014

Thomas Hochreutener
Consumer Choices
thomas.hochreutener@gfk.com

Auslandeinkäufe nehmen weiter zu

Hergiswil, 21. Februar 2014: Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten kaufen gezielter und in grösseren Mengen im Ausland ein und nehmen dafür deutlich weitere Wege in Kauf. Dies zeigt die GfK-Studie „Auslandeinkäufe“, welche zum zweiten Mal in Folge durchgeführt worden ist.

GfK hat im Auftrag der Interessengemeinschaft Detailhandel Schweiz (IG DHS) mit ihren Mitgliedern Migros, Coop, Manor, Denner, Valora und Charles Vögele zum zweiten Mal in Folge die Studie „Auslandeinkäufe“ durchgeführt. Die Studie 2012 hat erstmals klare Begrifflichkeiten definiert und gezeigt, welche und wie viele Güter Konsumentinnen und Konsumenten tatsächlich im Ausland erwerben. Nun liegen mit der zweiten Auflage der Studie Vergleichswerte für das Jahr 2013 vor, welche die Entwicklung des Phänomens der Auslandeinkäufe beleuchten.

Die Ergebnisse im Detail lassen aufhorchen:

- Trotz sinkender Preisdifferenz haben die **Auslandeinkäufe im Jahr 2013 um 7 Prozent zugenommen** und ein Rekordniveau erreicht. Zusätzlich haben Konsumentinnen in Online-Shops Waren im Gegenwert von rund 1.2 Mrd. Franken eingekauft, die in Fremdwährung (z.B. Euro, Dollar, etc.) bezahlt wurden. Darin inbegriffen sind Waren im Wert von fast 200 Mio. Franken, die an Abholstationen im benachbarten Ausland abgeholt wurden. Zusammen ergibt sich ein Gesamtvolumen von rund 10 Mrd. Franken. Das sind rund 10 Prozent des gesamten Detailhandelsumsatzes in der Schweiz.
- **Den Löwenanteil der Auslandeinkäufe**, rund 3,4 Mrd. Franken, machen 2013 Nahrungsmittel sowie Near-Food-Produkte wie etwa Haushalts- und Hygieneartikel aus, gefolgt von Schuhen und Bekleidung (2,5 Mrd. Franken).
- Die Zunahme ist vor allem auf den **gezielten Einkauf** im benachbarten Ausland zurückzuführen. Im Jahr 2013 stiegen diese gezielten Einkäufe um 10 Prozent auf 5 Mrd. Franken an.

GfK Switzerland
Obermattweg 9
6052 Hergiswil
Switzerland

Tel. +41 41 632 9111
Fax +41 41 632 9123

- Eine **markante Zunahme** der Auslandeinkäufe wurde insbesondere in der **Romandie** verzeichnet. Von den insgesamt 2,1 Mrd. Franken, welche Westschweizer Konsumenten 2013 im stationären Handel ennet der Grenze ausgegeben haben, ist mit einer Zunahme von 26 Prozent gegenüber dem Vorjahr insbesondere der Anteil der gezielten Auslandeinkäufe angestiegen.
- Die **ökologischen Auswirkungen der Auslandeinkäufe** sind beträchtlich. 2013 wird eine **deutliche Zunahme der gefahrenen Kilometer** registriert (plus 300 Mio. Kilometer im Vergleich zum Vorjahr). Überraschend ist, dass insbesondere Einzelfahrten mit einem Weg von mehr als 100 Kilometer stark zugenommen haben. Die Konsumentinnen und Konsumenten legen also weitere Wege zurück, um öfters im Ausland einzukaufen. Total werden 1,16 Mrd. Kilometer für Auslandeinkäufe gefahren. Dies entspricht einem Ausstoss von 214'600 Tonnen CO₂ – vergleichbar mit demjenigen einer Stadt von 35'000 Einwohnern – und belastet somit unsere Umwelt und die Infrastruktur.
- **Tiefere Preise sind nach wie vor der Hauptgrund** für den Auslandeinkauf, jedoch nimmt die Bedeutung der Preisdifferenzen als einzige Ursache ab.

Gleich lange Spiesse


Der Schweizer Detailhandel ist gefordert, die Qualität seiner Produkte und Dienstleistungen weiter zu verstärken und eine attraktive Preispolitik zu verfolgen. Gleichzeitig ist aber auch die Politik gefordert, attraktive Rahmenbedingungen zu schaffen, damit für den Detailhandel in der Schweiz gleich lange Spiesse gegenüber dem Ausland gelten.

Die Präsentation mit detaillierten Zahlen ist abrufbar unter

www.gfk.ch

www.igdhs.ch

Freundliche Grüsse

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'T. Hochreutener', with a small arrow pointing to the right at the end of the signature.

GfK Switzerland AG
Thomas Hochreutener

GfK Switzerland AG (Hergiswil/NW) ist laut Branchenstatistik des vsms das grösste Marktforschungsinstitut der Schweiz und bietet Marktforschungsdienstleistungen in allen Bereichen. GfK Switzerland gehört seit 1999 zur international tätigen GfK-Gruppe mit Hauptsitz in Nürnberg. Mit Unternehmen in über 100 Ländern gehört die GfK zu den grössten Marktforschungsinstituten der Welt.

Folgende Begriffsdefinitionen wurden für die Studie festgelegt:

Auslandeinkäufe

- Waren wie Lebensmittel, Bekleidung, Schuhe, Sportartikel, Körperpflege/ Hygieneprodukte, Elektronik, Bücher, Medikamente, Haushalt, Heim- und Gartenprodukte, Wohnungseinrichtungen etc.

Nicht integriert sind:

- Dienstleistungen aller Art, der Kauf eines Automobils, Einkäufe von Gastro- oder Gewerbebetrieben
- Ausgaben für Restaurantbesuche

Unterschiede von Auslandeinkäufen:

■ **Gezielter Einkauf im grenznahen Ausland**

Gezielt zum Einkaufen ins Ausland gefahren (Einkaufen stand im Vordergrund)

■ **Ferien / auf Besuch / geschäftlich im Ausland / Ausflug**

Ferien/ auf Besuch/ geschäftlich im Ausland oder einen Ausflug ins Ausland unternommen und Aufenthalt mit Einkäufen verbunden

■ **Ausländischer Online-Shop**

Die Produkte werden online bestellt und die Ware wird aus dem Ausland in die Schweiz geliefert. Wenn die Ware aus dem Inland an Sie versandt wurde, dann handelt es sich nicht um einen ausländischen Online Shop.