

«Wir spüren den Einkaufstourismus»

Jährlich fliessen Milliarden von Franken in ausländische Ladenkassen. Darunter leiden Schweizer Detailhändler wie Drogistinnen und Drogisten. Vor allem betroffen sind Geschäfte in Grenznähe. Ein Besuch in der Stadt Basel.

Text Bettina Epper Fotos Susanne Keller

Julia Kneier-Hildebrand



Die 32-jährige Julia Kneier-Hildebrand ist Inhaberin der Drogerie Hildebrand in Basel. Ihre Spezialgebiete sind: Spagyrik, Schüssler-Salze, Homöopathie, Vitalstofftherapie (orthomolekulare Medizin), Analysen (Haar-Mineral-Analyse, Speicheltest, gesund abnehmen nach den Genen). www.drogerie-hildebrand.ch

Das Achter-Tram fährt seit drei Jahren in nur 24 Minuten direkt vom Basler Bahnhof ins deutsche Shoppingparadies Weil am Rhein. Das dortige Rheincenter wirbt zudem mit tausend kostenlosen Parkplätzen. Einkaufen im Ausland liegt immer noch im Trend, wie aktuelle Zahlen beweisen: Rund 10,7 Milliarden Franken haben gemäss der Studie «Retail Outlook» der Bank Credit Suisse alle Schweizer Haushalte im letzten Jahr im Ausland ausgegeben. Das ist praktisch gleich viel wie 2015 (-6,2 Prozent). 57 Prozent aller Schweizer Haushalte kaufen mindestens einmal pro Monat im Ausland ein (siehe Kasten auf Seite 25).

Kleine Preise...

Diesen Einkaufstourismus spürt die Basler Wirtschaft. Der Verein Regio Basiliensis, die Aussenstelle der Kantone Basel-Stadt und Basel-Landschaft, Aargau, Solothurn und Jura für die grenzüberschreitende Zusammenarbeit, warnte letzten Sommer: «Der Einkaufstourismus in der Region Basel hat ein ungesundes Ausmass für die Wirtschaft und den Detailhandel (...) angenommen.» Das Resultat ist überall sichtbar: Immer wieder müssen Geschäft-

te in der Innenstadt schliessen, ja sogar das Motto der letztjährigen Basler Fasnacht lautete: «Mer mache dicht!» Der Grund ist, wie so oft, das Geld. Die meist niedrigeren Preise im Ausland sind laut einer Studie des deutschen Marktforschungsinstituts GfK (2016) das wichtigste Argument für die Menschen in der Schweiz, um im Ausland einzukaufen.

...grosse Konkurrenz

Das Einer-Tram fährt in nur 8 Minuten direkt vom Basler Bahnhof an den Burgfelderplatz und damit vor die Tür der Drogerie Hildebrand. Parkplätze (blaue Zone) gibt es im Quartier rund um die Drogerie einige, doch es ist nicht immer einfach, einen freien zu finden.

Seit dem 1. Januar 2015 ist Julia Kneier-Hildebrand Inhaberin des Geschäfts. Sie hat das Familienunternehmen in einer schwierigen Zeit übernommen. «Wir spüren den Einkaufstourismus stark. Ich kann es zwar nicht in Zahlen ausdrücken, aber der Umsatz und die Frequenz sind sehr drastisch zurückgegangen in den letzten Jahren.»

Die Zahlen liefert die Studie «Einkaufstourismus Schweiz 2015» des Forschungszentrums für Handelsmanagement der Uni St.Gallen: «Von allen Warengruppen werden Drogerieartikel von den meisten Schweizer Konsumenten zumindest ab und zu im grenznahen Ausland eingekauft.» Die Studie schätzt den Verlust für den Schweizer Detailhandel bezüglich Drogerieprodukte auf 0,97 Milliarden Franken jährlich.

Drogerieprodukte wie Kosmetika sind in Deutschland oftmals billiger als in der Schweiz. Zum Teil massiv. «Ich bekomme immer wieder Werbung deutscher Drogeriemärkte mit Lock- und Sonder-

angeboten», erzählt Kneier. Kein Wunder, seien die Regale der Geschäfte ennet der Grenze nicht selten leer geräumt. «Und die Parkplätze sind mehr als voll mit Autos aus der ganzen Schweiz.»

Verständnis für das Einkaufen im grenznahen Ausland hat Kneier keines. «Leider sehen die Menschen nur den Preis.» Die wenigsten würden jedoch die effektiven Kosten für den Einkauf im Ausland ausrechnen. «Würden sie den Autokilometer mit mindestens 60 Rappen plus ihren Zeitaufwand einbeziehen, dann rentiert es sich für viele wahrscheinlich nicht.» Ausserdem müsse man weiterdenken, sagt die Drogistin. «In der Schweiz verdientes Geld muss unbedingt in der Schweiz bleiben. Ansonsten gehen den folgenden Generationen unzählige Ausbildungs- und Arbeitsplätze verloren.»

Keine riesigen Margen

Verändert habe sich aber nicht nur das Einkaufsverhalten, sondern auch die Erwartungshaltung der Menschen. «Wir wurden manchmal direkt angefeindet. Sobald wir etwas nicht vorrätig hatten, hiess es sofort, man besorge es sich halt in Deutschland, da gebe es alles und erst noch günstiger.» Oft liessen sich Kunden auch umfassend beraten, brächten das gefadte Produkt dann aber wenig später mit fadenscheinigen Begründungen zurück – «dabei haben viele wahrscheinlich das selbe günstiger im Ausland eingekauft.»

Die Waren in einer Schweizer Drogerie zu deutschen Ladenpreisen verkaufen, «das geht aus diversen Gründen nicht», sagt Julia Kneier. «Die Lohn-, Miet- und Lebensunterhaltskosten in Deutschland sind deutlich tiefer als in der Schweiz. Deshalb ist das Preisniveau hier schon grundsätzlich höher.» Wie bei Büchern



Einkaufen ennet der Grenze ist beliebt, über die Hälfte der Schweizer Haushalte tut es einmal im Monat.

oder Kleidern gilt das auch für Medikamente. «Teilweise kaufen wir diese teurer ein als sie in deutschen Drogeriemärkten oder Apotheken verkauft werden.» Die Preiskalkulation ist für die Drogistin eine grosse Herausforderung. «Wir überdenken unsere Preise regelmässig, sodass sie immer marktüblich und konkurrenzfähig sind. Rabatte geben wir der Kundschaft weiter, und mit punktuellen Angeboten bieten wir immer wieder die Möglichkeit, diverse Artikel zu einem sehr guten Preis einzukaufen.» Zum Einkaufspreis kann Kneier die Produkte nicht verkaufen, denn Drogerien leben vom Verkauf. «Ausbildung und Weiterbildung, damit wir das Fachwissen für eine gute Beratung haben, werden allein über den Verkauf von Produkten finanziert. Beratungsgebühren verlangen wir keine.»

Beratung ist das A und O

Die Drogerie Hildebrand punktet mit Kundennähe, Vertrauen und Qualität.

«Es ist mir besonders wichtig, für die Menschen im Quartier eine persönliche Anlaufstelle zu sein. Und das schätzen sie auch. Eine professionelle Beratung hat wieder mehr Stellenwert als auch schon. Und genau hier haben wir Drogerien unsere Stärke», sagt Kneier. Die Kundschaft soll sich wohlfühlen, «wir kennen die Menschen im Quartier, und die Menschen kennen uns.»

Ausserdem setzt Kneier auf ein breites, qualitativ hochwertiges und abwechslungsreiches Sortiment und baut die Sparte Hausspezialitäten, also Arzneimittel, die sie selber herstellt oder von Firmen in ihrem Auftrag hergestellt werden, stetig aus. «Als unabhängige Unternehmerin kann ich auf Neuheiten und Trends schnell reagieren. So sind wir immer topaktuell.»

Gar keine Option ist für sie, beim Personal zu sparen. «Wir haben uns mit unseren Beratungen und unserem besten ausgebildeten Personal einen Namen

gemacht. Bei der Ausbildung und somit der Beratungsqualität zu sparen, wäre absolut der falsche Weg und entspricht nicht meiner Philosophie.» →

Auslandeinkäufe

57 Prozent der Schweizer Haushalte kaufen mindestens einmal im Monat im Ausland ein.

Pro Auslandeinkauf wird im Schnitt eine Strecke von 76 Kilometer zurückgelegt.

Den grössten Anteil an den Auslandeinkäufen machen Nahrungsmittel sowie Produkte wie Körperpflege-, Hygiene- oder Haushaltsartikel aus.

Die am stärksten vom Einkaufstourismus betroffenen Kantone in der Deutschschweiz sind Basel-Stadt, Schaffhausen und Thurgau.

Quellen: GfK, Studie «Auslandeinkäufe»/ Forschungszentrum für Handelsmanagement der Universität St. Gallen, Studie «Einkaufstourismus Schweiz 2015»

«Wir fühlen den Einkaufstourismus»

«Wir wollen nicht billig, billiger, am billigsten»

Martin Bangerter, Zentralpräsident des Schweizerischen Drogistenverbands (SDV) erklärt, warum er Mitglied im Komitee der Fair-Preis-Initiative ist.

Interview Bettina Epper Foto Flavia Trachsel

Warum unterstützt der Drogistenverband die Fair-Preis-Initiative?

Zuerst möchte ich definieren, was ein fairer Preis eigentlich ist. Ein fairer Preis ist ein Preis, der die Sozialleistungen und Standortkosten deckt, der dem Unternehmer, zum Beispiel einem Drogisten, eine faire Chance gibt, sein Geschäft zu erhalten, nachhaltig weiterzuentwickeln und seinen Mitarbeitenden, und auch sich selbst, einen sicheren Arbeitsplatz mit einem fairen Lohn zu ermöglichen. Dafür setzen wir uns ein.

Das ist heute nicht der Fall?

Es gibt Fälle, in denen müssen Drogisten Ware zu einem Preis einkaufen, der praktisch dem Ladenpreis in Deutschland entspricht. Das hat mir Fairness nichts mehr zu tun.

Nicht nur der Drogist, auch der Kunde muss auch haushalten mit seinem Geld.

Warum soll er in der teuren Schweiz einkaufen?

Kauft jemand in Deutschland ein, weil er dort in den Ferien ist, ist das absolut okay, das tue ich auch. Das Problem ist, wenn jemand systematisch nur noch im Ausland einkauft, er aber in der Schweiz seinen Lebensunterhalt verdient, seine Kinder in die Lehre schickt, hier die guten Schulen fordert und seine Altersvorsorge bezieht. Wer sich konsequent so verhält, schadet der Schweizer Wirtschaft – also uns allen – enorm. Leute, die Preise wie in Deutschland fordern, müssten konsequenterweise zum Beispiel auch deutsche Löhne fordern und akzeptieren. Aber genau das ist nicht das Ziel der Initiative.

Mit der Fair-Preis-Initiative werden also die Preise nicht massiv sinken?

Es geht nicht darum, einfach Preise herunterzureissen. Aus unseren Rahmenbedingungen resultiert tendenziell ein etwas höheres Preisniveau. Die Initiative will aber Missstände ausräumen, die nicht akzeptabel sind, einzig der «Kaufkraftabschöpfung» dienen und die Schweizer Konsumenten, Unternehmen und Institutionen ohne zusätzlichen Mehrwert viel zu viel Geld kosten.

Dann will Initiative den Auslandeinkauf verbieten?

Nein, natürlich nicht. Mit oder ohne Initiative sollen alle dort einkaufen, wo sie das für richtig halten. Die Initiative will aber, dass beispielsweise überhöhte Importpreise nicht mehr möglich sind



Die «Fair-Preis-Initiative»

Eine breite Allianz aus KMU- und Arbeitgeberverbänden, Konsumentenschutzorganisationen sowie Politikerinnen und Politikern von SVP, FDP, CVP, GLP, BDP, SP und Grünen hat im September 2016 die «Fair-Preis-Initiative» lanciert. Im Initiativkomitee sitzt auch Martin Bangerter, Präsident des Schweizerischen Drogistenverbands (SDV). Das Ziel der Initiative: Schweizer Unternehmen sollen Produkte bei ausländischen Herstellern und Importeuren zu gleichen Preisen wie Abnehmer im Ausland beziehen dürfen. Die Unterschriftensammlung läuft bis am 20. März 2018. Weitere Informationen, die Initiative im Wortlaut und Unterschriftenbögen: www.fair-preis-initiative.ch

und Wettbewerbsbeschränkungen wirksam bekämpft werden. Wir wollen nicht «billig, billiger, am billigsten» oder «Geiz ist geil». Wir wollen faire Preise, von denen die Konsumenten und Unternehmen sagen können, dass sie betriebswirtschaftlich gerechtfertigt sind. Gerade auch für KMU sind faire Bezugspreise von Waren aus dem Ausland überlebensnotwendig und senken den enormen Druck auf die Lohn- und Sozialleistungen.

Impressum 37. Jahrgang

Auflage 184173 Exemplare (WEMF-Beglaubigung 9/2016), 967 000 Leser (897 000 deutschsprachige gemäss Mach Basic 2017-1 und rund 70 000 französischsprachige)

Herausgeber Schweizerischer Drogistenverband, Nidaugasse 15, 2502 Biel, Telefon 032 328 50 30, Fax 032 328 50 41, info@drogistenverband.ch, www.drogistenverband.swiss

Geschäftsführung Martin Bangerter

Redaktion Heinrich Gasser, Chefredaktion und Leiter Medien und Kommunikation, h.gasser@drogistenverband.ch; Bettina Epper, Chefredaktorin Stv., b.epper@drogistenverband.ch; Denise Muchenberger, d.muchenberger@drogistenverband.ch

Fachliche Beratung Dr. phil. nat. Anita Finger Weber (Wissenschaftliche Fachstelle SDV); Isabella Mosca (Drogistin HF); Anton Löffel (Drogist HF); Adrian Würzler (Drogist HF); Hanspeter Michel (Drogist HF); Daniel Jutzi (Drogist HF)

Fotografin Susanne Keller

Verkauf und Sponsoring Monika Marti, Leiterin Verkauf, Vertrieb und Sponsoring, m.marti@drogistenverband.ch; Tamara Freiburghaus, t.freiburghaus@drogistenverband.ch; Andrea Andreani, Anzeigenadministration, Telefon 032 328 50 51, inserate@drogistenverband.ch

Layout Hiroe Mori

Abonnemente Jahresabonnement Fr. 26.– (6 Ausgaben, inkl. MWSt); Telefon 071 274 36 13, Fax 071 274 36 19, abo@drogistenstern.ch

Druck Stämpfli AG, 3001 Bern

Titelbild Susanne Keller

Bestellen Sie jetzt kostenlos eine Ausgabe des Drogistensterns via E-Mail an info@drogistenverband.ch oder unter Telefon 032 328 50 30.

printed in
switzerland

Melisana AG
Dolocyl

Streuli Pharma AG
Streuli Pharma