

Der Schweizer Detailhandel profitiert 2009 trotz Wirtschaftskrise noch von einem erstaunlich robusten privaten Konsum. Die Liberalisierung der Schweizer Gesetzgebung bringt Erleichterungen für die Beschaffung. Die Einkaufstourismusstudie zeigt sinkende Einkäufe der Schweizer im angrenzenden Ausland.

MARKT UND PREIS

Weltwirtschaftskrise hinterlässt ihre Spuren

Das Jahr 2009 war geprägt vom stärksten weltwirtschaftlichen Einbruch seit den 1930er Jahren. Die Schweiz war davon zwar weit weniger stark betroffen als andere Länder, entziehen konnte sie sich dieser Entwicklung dennoch nicht. Der Schweizer Detailhandel profitierte im Jahr 2009 von einem erstaunlich robusten privaten Konsum, der im Gegensatz zur Exportindustrie die Schweizer Wirtschaft zu stützen vermochte. Die guten Lohnabschlüsse und die rückläufige Teuerung markierten einen Kaufkraftgewinn, der die Konsumfreude bis weit über die Jahresmitte hinaus aufrechterhalten konnte. Auch wenn sich die Schweizer Wirtschaft am Beginn einer Aufschwungphase befindet, hinterlassen die Strukturbereinigung und die damit ansteigende Arbeitslosigkeit im Detailhandelsgeschäft ihre Spuren. Die momentan zentrale Frage lautet, wie stark und wie lange die zunehmende Arbeitslosigkeit den privaten Konsum beeinflussen wird. Im Non-Food-Bereich wurden erwartungsgemäss diverse Rückgänge verzeichnet. 2010 muss generell mit stagnierenden Konsumausgaben gerechnet werden.

BESCHAFFUNG UND WIRTSCHAFTSPOLITIK

Entspannung auf den Rohstoffmärkten

Im Unterschied zum Vorjahr waren 2009 verschiedene Rohwaren- und Produktmärkte vom Preiserfall geprägt. So haben sich der Milchpreis, der Preis für Schlachtschweine, aber auch der Getreidepreis und die meisten Preise beim Gemüse rückläufig entwickelt, was zu entsprechenden Anpassungen in den Verkaufspreisen geführt hat. Coop hat sich im Milchmarkt schon vor einigen Jahren für eine Branchenorganisation Milch stark gemacht, in der neben den Produzenten auch die Verwerter und der Detailhandel Einsitz nehmen und damit Verantwortung übernehmen sollten. Diese wurde nun im Sommer 2009 aktiv. Auch der Non-Food-Bereich blieb von teilweise drastischen Preiseinbrüchen nicht verschont – sehr zum Wohl der Kundinnen und Kunden, die während des ganzen Jahres von tieferen Preisen vor allem in der Unterhaltungselektronik bei Computern und TV-Geräten profitieren konnten. Die generelle Entspannung auf den Rohstoffmärkten zeigte sich nicht nur bei den Einstandspreisen, sondern auch bei den Kosten für Treibstoff sowie ganz am Schluss der Kette bei den tieferen Erlösen für Abfall- beziehungsweise Wertstoffe im Recycling.

Gesetzgebung geprägt von Liberalisierung

Coop hat sich auch im Berichtsjahr für tiefere Preise und Kostensenkung eingesetzt. Mit der Zulassung des Imports von parallelgeschützten Gütern mit Ausnahme der Medikamente ist ein lang erkämpfter Durchbruch erzielt worden. Fast noch wichtiger als die Wirkung auf die Produktpreise ist das politische Signal, dass sich alle Sektoren dem internationalen Markt stellen sollen und dass nur diese Öffnung langfristig die Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz sichern kann. Mit der Annahme des Cassis-de-Dijon-Prinzips wird neu die Einfuhr von Produkten aus der EU, welche dort rechtmässig in Verkehr gebracht worden sind, ohne weitere Prüfung möglich. Ausnahmen aus Gründen des Umwelt- und Tierschutzes können von der Schweiz autonom festgelegt werden. Für die Lebensmittel wurde die Deklaration der Herkunftsbezeichnung verschärft und eine Bewilligungspflicht eingeführt. Neu wurde analog der EU ein Produktsicherheitsgesetz eingeführt, das für alle Non-Food-Produkte gilt. Der Hersteller oder Importeur ist nun verpflichtet, die Sicherheit des Produkts während der gesamten Gebrauchsphase zu beobachten und notfalls ein Produkt zurückzurufen. Coop ihrerseits hat nicht zuletzt mit Hinblick auf diese Gesetzesänderung ihre Qualitätssicherheit im Bereich Non-Food deutlich ausgebaut. Eine grosse Gefahr für die erreichten Preissenkungen stellt die wieder heftiger geführte Diskussion um einen Einheitssatz bei der Mehrwertsteuer dar. Coop engagiert sich auch aus sozialen Überlegungen im Rahmen der IG DHS (Interessengemeinschaft Detailhandel Schweiz) für die Beibehaltung des reduzierten Satzes auf Nahrungsmitteln.

Deutlicher Rückgang der Grenzeinkäufe

Die jüngste Ausgabe der Coop Studie zum Einkaufstourismus zeigt, dass sich die Anstrengungen von Coop und anderen Detailhändlern bezüglich Produktivitätssteigerung und Kostensenkung, aber auch bezüglich Qualität und Sortimentsvielfalt gelohnt haben. Die Anzahl der regelmässigen Grenzeinkäuferinnen und Grenzeinkäufer ist gegenüber 2005 deutlich zurückgegangen. Der Wert der im Ausland gekauften Lebensmittel und Güter des täglichen Bedarfs sank von 2,1 Milliarden Franken im Jahr 2005 auf 1,8 Milliarden 2009. Die Gründe hierfür sind der Rückgang der subjektiv wahrgenommenen und der objektiv feststellbaren Preisdifferenzen zum Ausland, die in der Schweiz höhere Qualität und das attraktivere Sortiment sowie der Eintritt von ausländischen Discountern in die Schweiz. Die insgesamt achte Coop Studie zum Einkaufstourismus wurde in Zusammenarbeit mit unabhängigen Marktforschungsinstituten durchgeführt.

NACHHALTIGKEIT

Bessere Rahmenbedingungen für die Nachhaltigkeit

Coop setzte sich 2009 auf politischer Ebene auch für gute Rahmenbedingungen im Sinne ihrer Nachhaltigkeitsanstrengungen ein. Im Zentrum stand dabei das Engagement für eine verantwortungsvolle und zukunftsorientierte Klimapolitik. Angesichts eigener Berechnungen im Rahmen der Coop Vision «CO₂-Neutralität bis 2023» ist Coop der Ansicht, dass die vom Bundesrat vorgeschlagene Einsparung von 20 % CO₂ bis 2020 die technischen und ökonomisch tragbaren Möglichkeiten bei weitem nicht ausschöpft. In diesem Sinne hat sich Coop im Hinblick auf die UNO-Klimakonferenz in Kopenhagen öffentlich für ehrgeizigere Klimaziele eingesetzt. Von grösster Bedeutung ist die Forderung nach Wirkungseffizienz, wie sie im Sommer 2009 vom Parlament gutgeheissen wurde. Der Grundsatz der Wirkungseffizienz bedeutet, dass zunächst eine Einigung über die grossen Problemfelder erfolgt und anschliessend der Lösungsansatz gewählt wird, der am meisten Nutzen und die geringsten Kosten mit sich bringt. Eine solche Diskussion erwartet Coop auch vom Roundtable Nachhaltiger Konsum, zu dem das Bundsamt für Umwelt einladen wird.

Stellungnahme zum neuen Raumplanungsgesetz

Im Rahmen von espace.mobilité, einer Interessengemeinschaft führender Schweizer Unternehmen des Verkaufs und der Immobilienwirtschaft, nahm Coop Stellung zur Revision des Raumplanungsgesetzes. Coop ist von der Raumplanung auf der einen Seite bei der Suche und Umsetzung von neuen Standorten betroffen. Je besser die Raumplanung in einem Kanton funktioniert, desto frühzeitiger können Siedlungsentwicklung, Verkehrsentwicklung und die Versorgung über den Detailhandel miteinander abgestimmt werden. Auf der anderen Seite ist Coop an einer produktiven Landwirtschaft interessiert und versteht somit die Sorgen über die Zersiedelung des Landes und den Verlust an zusammenhängendem fruchtbarem Ackerland. Sie unterstützt daher die Landwirtschaft in ihrer Forderung nach einem besseren Schutz des Kulturlandes.