

05.04.2013 – 11:00 Uhr

Auslandseinkäufe erreichen ein Volumen von fast 9 Milliarden Franken

Zürich (ots) -

Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten gaben im Jahr 2012 8,9 Milliarden Franken für Auslandseinkäufe aus - am liebsten für Kleider/Schuhe, Lebensmittel, Körperpflege- und Hygieneprodukte.

Die Einkäufe der Schweizerinnen und Schweizer im Ausland wurden in jünger Zeit heftig diskutiert. Beflügelt vom erstarkten Franken und der Debatte um die Hochpreisinsel Schweiz, zog es immer mehr Schweizer Konsumenten zum Shoppen in die Nachbarländer. Bisher fehlten aber verlässliche Angaben, wie viel sie dort tatsächlich ausgeben. Immer neue Schätzungen machten die Runde.

Die Interessengemeinschaft Detailhandel Schweiz (IGDHS) mit ihren Mitgliedern Migros, Coop, Manor, Denner, Valora und Charles Vögele wollte Fakten schaffen in dieser Frage und beauftragte deshalb das Marktforschungsinstitut GfK mit einer repräsentativen Online-Umfrage.

Für die Studie wurde unterschieden zwischen den gezielten Einkäufen im Ausland und den spontanen Ausgaben während Ferien, Businessstrips etc.

Die Ergebnisse im Detail lassen aufhorchen:

. Ganze 4,5 Milliarden Franken wurden 2012 gezielt für Food und Non Food-Artikel* ausserhalb der Schweiz ausgegeben. Zählt man die 600 Millionen Franken dazu, die in ausländische Online-Shops flossen, ergibt das eine Gesamtsumme von 5,1 Milliarden Franken für das bewusste Shoppingerlebnis im grenznahen Ausland. Das sind rund 5 Prozent des gesamten Detailhandelsumsatzes Schweiz.

. 8,9 Milliarden Franken Auslandseinkäufe ergeben sich, wenn man zusätzlich die spontanen Ausgaben während Ferien- und Geschäftsreisen in der Höhe von 3,8 Milliarden Franken dazurechnet.

. Den Löwenanteil ihres Shoppingbudgets, nämlich 2,6 Milliarden Franken oder 31 Prozent, gaben die Schweizer für Bekleidung und Schuhe aus, gefolgt von Lebensmitteln (1,95 Milliarden) und Near Food-Artikeln wie Körperpflege- und Hygieneprodukte sowie Tiernahrung (1,05 Milliarden) und Wohnungseinrichtungsartikeln (660 Millionen).

. Am häufigsten entließen die Tessinerinnen und Tessiner der Hochpreisinsel Schweiz - 41 Prozent von ihnen kaufen während eines Monats in Italien oder anderen Ländern ein - 31 Prozent in den übrigen Grenzregionen. Und dies nicht nur wegen der tieferen Preise, sondern auch wegen der attraktiveren Ladenöffnungszeiten und der grösseren Produktauswahl im Ausland.

Folgende Begriffsdefinitionen wurden für die Studie festgelegt:

Auslandseinkäufe

. 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 Auslandseinkäufen:

. 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.

Diese erste umfassende Studie über den Einkaufstourismus zeigt, dass das Phänomen volkswirtschaftlich bedeutende Züge angenommen hat. 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.

Die Präsentation mit detaillierten Zahlen ist abrufbar unter

www.gfk.ch

www.detailhandel-schweiz.ch

www.igdhs.ch

Hergiswil, 5. April 2013

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.

Kontakt:

Thomas Hochreutener
Direktor Handel
Consumer Choices
GfK Switzerland
Obermattweg 6
CH-6052 Hergiswil
Switzerland

T +41 41 632 9364
thomas.hochreutener@gfk.com
www.detailhandel-schweiz.ch
www.gfk.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000968/100735751> abgerufen werden.