

Mit Parallelimporten günstiger einkaufen

Der starke Franken setzt dem Detailhandel und der Gastrobranche stark zu. Umso mehr steigt die Bedeutung von günstigen Parallelimporten. Die Firmen nutzen zunehmend alternative Bezugsquellen, und sei es nur als Drohung gegen die Konsumgüterhersteller. Die mussten teilweise hohe Preiszugeständnisse machen.

Der graue Markt als Drohkulisse

Schweizer Detailhändler benutzen Parallelimporte als Mittel zur Senkung von Preisen, gehen dabei aber auch Risiken ein

Am grauen Markt sind Markenartikel meist billiger zu haben als beim offiziellen Generalimporteur. Dennoch halten sich die Schweizer Detaillisten mit Parallelimporten zurück. Die Risiken sind oft grösser als die Vorteile.

SERGIO AIOLFI

Parallelimporte sind ein probates Mittel zur Durchsetzung von Preissenkungen. Wie in der Presse unlängst zu lesen war, haben der Discounter Denner und die Fenaco-Tochter Landi das Kampfinstrument in diesem Jahr eingesetzt, um bei Coca-Cola günstigere Konditionen zu erwirken. Statt über den «offiziellen» Kanal, den Schweizer Abfüller, beschafften die Retailer ihre Ware billiger über Lieferanten in Polen und Tschechien. Ein solches Ausnützen nationaler Preisunterschiede belebt den Wettbewerb, ist legitim und auch völlig legal – solange nicht patentgeschützte Produkte involviert sind. Dennoch kann sich das Ausweichen auf den sogenannten grauen Markt als ein hürdenreiches Unterfangen erweisen.

Ultima Ratio

Für einen Detailhändler bildet die Versorgungssicherheit, die fortwährende Verfügbarkeit eines Guts im Ladenregal, das A und O seines Geschäfts. Wechselt er von einem General- zu einem Parallelimporteur, riskiert er einen Verlust an Sicherheit. Aus diesem Grund unternimmt ein Händler einen solchen Schritt nicht leichtfertig, sondern nur, wenn ein verlässlicher Alternativkanal zur Verfügung steht. Wie der Denner-Konzern auf Anfrage betont, muss ein Lieferant, der Parallelimporte anbietet, instand sein, Ware über längere Zeit und in ausreichendem Volumen anzubieten, so dass die insgesamt 800 Filialen in der Schweiz versorgt wer-



Coca-Cola ist ein standardisiertes Gut und eignet sich daher besonders für Parallelimporte.

CHRIS RATCLIFFE / BLOOMBERG

den können. Damit sich das aufwendige Ausweichmanöver lohnt, muss überdies ein namhaftes Gefälle zwischen in- und ausländischem Preis bestehen. Im Kalkül zu berücksichtigen ist schliesslich auch, dass der heimische Lieferant Vorteile bietet – Rückvergütungen, Werbebeiträge, Umsatzboni –, die beim Parallelimport wegfallen. Ein Detaillist wird sich einen Verzicht auf diese Vorzüge gut überlegen müssen.

Trotz den Risiken, die mit dem Parallelimport verbunden sind, scheinen Einzelhändler die Kampfzweifel zuweilen aus-

taktischen Gründen einzusetzen, um zu zeigen, dass die Drohung mit dem Graumarkt keine leere Geste ist. Nach der Beschreibung des Beschaffungschefs eines mittelgrossen Detailhändlers zeigt ein solches Säbelrasseln bei den Kontrahenten in der Regel nachhaltig Wirkung. Auf welchem Weg ein Detaillist zu Händlern gelangt, die ihm Parallelimporte zu günstigen Konditionen bieten können, scheint ein gut gehütetes Geschäftsgeheimnis zu sein. Die darauf angesprochenen Firmen zeigten jedenfalls wenig Neigung, über ihre Netzwerke Auskunft zu geben.

Das Geschäft ist dynamisch und kurzlebig; oft haben Parallelimporte den Charakter von Aktionen und erstrecken sich nur über wenige Monate. Im erwähnten Denner-Coca-Cola-Fall war die Massnahme allerdings von etwas längerer Dauer; der Discounter bezog zwischen Januar 2014 und Juli 2015 einen Teil des Sortiments, die 2-l-Flaschen, aus Tschechien. Er bürdete sich damit wohl einen erheblichen Logistikaufwand auf, erwirkte aber immerhin eine Preissenkung um 20%. Parallelimporte können indes auch zum permanenten Zustand werden; der

Vertreter einer mittelgrossen Firma berichtet, er beziehe ein internationales Produkt seit zwei Jahren via Graumarkt, ohne dass der Hersteller interveniert hat. Im Unterschied zu den Grossen haben die Mittelgrossen den Vorteil, dass sie sich unter dem Radar bewegen.

Im Dickicht der Regulierungen

Die Suche nach verlässlichen Parallelimporteurern wird durch den Umstand zusätzlich erschwert, dass diese mit ihrem Service Risiken eingehen. Die Hersteller wehren sich aus verständlichen Gründen gegen die Umgehung des offiziellen Kanals; sie versuchen, den Graumarkt zu unterbinden, und es kommt vor, dass sie inoffizielle Händler nicht mehr beliefern. Wie Kaspar Engeli, Direktor des Verbands Handel Schweiz, betont, hat eine von einem Boykott betroffene Firma die Möglichkeit, sich mit ihrem Problem an die Wettbewerbskommission zu wenden.

Eine weitere Hürde, die es bei Parallelimporten zu überwinden gilt, ist jene der Etikettierung. Die eingeführten Produkte sind mit Deklarationen zu versehen, die dem Schweizer Lebensmittelgesetz entsprechen. Die Beschriftung muss in einer Landessprache abgefasst sein und angeben, woher genau die Ware stammt; der Hinweis «hergestellt in der EU» reicht allein noch nicht.

Wie von Denner zu erfahren ist, musste im Fall der parallel importierten Coca-Cola (eines standardisierten Guts par excellence) die Deklaration an die hiesigen Vorschriften angepasst werden. Das bedeutete, dass man die Sechserpackungen, in denen das Getränk geliefert wurde, aufschneiden musste, um jeder Flasche separat einen Schweiz-spezifischen Kleber anzuhäften. Danach wurden die Einzelartikel wieder verpackt und transportfähig gemacht. – Hohe Schweizer Preise, so zeigt sich, gehen nicht nur auf das Konto der Markenhersteller, sie sind auch Folge unsinniger Regulierung.

«Reflexe», Seite 36

Beizer und Getränkehersteller im Preiskampf

Um von Parallelimporten zu profitieren, müssen Gastbetriebe viele Hindernisse überwinden

DANIEL IMWINKELRIED

Was Restaurants dank Parallelimporten in Einzelfällen herausholen können, zeigt eindrücklich das Beispiel des Energydrinks Red Bull. Dessen Preis ist jüngst um rund 40% gefallen. In den vergangenen Jahren hatten Händler das Getränk in zunehmendem Mass aus dem Ausland parallel eingeführt. Importeure schätzen, dass 25% bis 30% des hiesigen Marktvolumens auf diese Weise abgedeckt wurden. Red Bull Schweiz musste reagieren, zumal der Anreiz, das Getränk im Ausland zu besorgen, mit der Aufgabe der Euro-Kursuntergrenze durch die Schweizerische Nationalbank (SNB) am 15. Januar nochmals zugenommen hatte. Der Schweizer Preis wurde gesenkt, angeblich mit der Folge, dass die Parallelimporte von Red Bull stark geschrumpft sind.

Nur punktuelle Linderung

Die Gastronomie ist dringend auf bessere Einkaufskonditionen angewiesen. Kaum eine andere Branche ist durch den starken Frankenkurs so sehr unter Druck geraten wie die Restaurants. In den Alpen verbringen viel weniger Touristen aus europäischen Ländern ihre Ferien als vor der Finanzkrise von 2008, und die Gaststätten in den Grenzregio-

nen werden von den günstigeren Konkurrenten in den Nachbarländern hart bedrängt. Als die SNB am 15. Januar die Verteidigung der Euro-Untergrenze aufgab, hat sich die Situation nochmals verschärft. Parallelimporte sind kein Allheilmittel, sie verschaffen einer gebeutelten Branche aber wenigstens punktuell eine gewisse Linderung.

Vorreiter in Sachen Parallelimporte war der Wirtverband Basel-Stadt. Seit einiger Zeit lässt er Coca-Cola in Mehrwegflaschen aus Baden-Württemberg einführen. Pro Jahr überqueren dazu 25 Lastzüge die Grenze; rund 200 Beizer der Region profitieren davon. Bis es so weit war, mussten die Promotoren der Aktion um Maurus Ebneter, dem Vorstandsdelegierten des Wirtverbandes Basel-Stadt, allerdings viele Hürden überwinden. Weil auf der Etikette der Getränke mindestens eine Landessprache aufgeführt sein muss, richtete der Verband Anfragen an Produzenten in den Nachbarländern und in Belgien. Teilweise bekam er darauf nie eine Antwort, teilweise sagten die ausländischen Vertragspartner von Coca-Cola, sie hätten selbst zu wenig vom Softdrink. Leichter erhältlich ist er in Osteuropa.

Parallelimporte stellen für einen Sektor, der wie die Gastronomie aus vielen kleinen Anbietern besteht, eine komplexe Angelegenheit dar, zumal die Risi-

ken nicht unerheblich sind. Immerhin gilt es, eine inländische Logistikkette samt Lagerkapazitäten aufzuziehen, und man muss einen Importeur ausfindig machen. Auch deren Geschäft ist anspruchsvoll. Für Lieferungen aus dem Ausland haben sie in der Regel eine Vorauszahlung zu leisten, weshalb sie den internationalen Partnern blind vertrauen müssen. Wenn mit der Ware etwas nicht stimmt, entstünden Probleme, sagt Olivier Chollet von Best Swiss Import in Zürich. Immerhin hat eine Lastwagenladung Getränke einen Wert von mehreren zehntausend Franken.

Chollets Distributionsfirma führt 300 Produkte im Sortiment, darunter nicht nur Getränke, sondern auch Non-Food-Artikel wie Kaffeebecher, Aluminiumfolien oder Büromaterial. Anspruchsvoll ist es dabei auch, einen konstanten Warenfluss sicherzustellen. Chollet stützt sich auf Partner hauptsächlich aus Ländern der Euro-Zone, welche die Geschäfte erst ermöglichen.

Gleichzeitig müssen gerade Gastbetriebe in den Randregionen genau abwägen, wie weit sie mit Parallelimporten gehen wollen. Die Umgehung lokaler Hersteller oder Händler schürt im Dorf möglicherweise Konflikte. Ein Bergrestaurant beispielsweise kann es sich fast nicht leisten, lokalen Geschäftspartnern das Wasser abzugraben.

Von einer finanziellen Entlastung profitieren Bergrestaurants aber bereits, wenn sie die Güter gemeinsam beziehen und so eine gewisse Einkaufsmacht zum Tragen bringen. Und allein die latente Gefahr, dass dabei Parallelimporte zum Zuge kommen könnten, scheint wie im Detailhandel bis zu einem gewissen Grad zu wirken. Viele Lebensmittelhersteller hätten jüngst auf den höheren Frankenkurs reagiert und ihre Preise gesenkt, sagt Joe Hug, Gründer und Chef der Einkaufsorganisation Gastro-Alpin.

ZAHLE ZUM THEMA

55%

Gemäss den Zahlen des Statistikamtes der EU (Eurostat) ist das Preisniveau der Schweiz im Vergleich mit den Ländern der EU (EU-15) rund 55% höher. Dabei handelt es sich allerdings um eine grobe Schätzung. Am höchsten ist die Differenz beim Fleisch; eher günstiger als in den Staaten der EU ist als einzige Warengruppe «Einrichtungsgegenstände, Teppiche und andere Bodenbeläge».

160 Hotels, Bergbahnen und Restaurants bezahlen der Organisation einen Mitgliederbeitrag und kommen in den Genuss von Mengenrabatten, die Hug bei Produzenten ausgehandelt hat. In den Wochen nach dem SNB-Entscheid von Mitte Januar zögerten die Hersteller und Händler Preissenkungen noch hinaus, weil sie zu einem höheren Wechselkurs eingekauft hatten. Inzwischen seien die Preise aber ins Rutschen gekommen und diesen Winter würden sie teilweise stark unter dem Niveau des Vorjahres liegen, sagt Hug. Firmen, die bei den Konditionen immer noch keine Zugeständnisse machten, würden Umsätze verlieren.

Grenzen bei Nahrungsmitteln

Hug tätigt keine Parallelimporte, und so gehört nur ein ausländischer Produzent, nämlich ein Hersteller von Backwaren, zu den Lieferanten. Eine Firma in Vorarlberg fertigt zudem aus Schweizer Kartoffeln Pommes-frites-Stäbchen, die Hugs Kunden als günstigere Alternative zu heimischen Angeboten beziehen können. Gerade bei Nahrungsmitteln sind die Hürden für Parallelimporte aber ohnehin meist unüberwindbar. Die Bauern haben im Parlament eine Lobby, die alle Register zieht, um sie vor den Unwägbarkeiten des Marktes zu schützen.