



GRENZÜBERSCHREITENDE PREISVERGLEICHSTUDIE IN DER REGION ELSASS UND BADEN-WÜRTTEMBERG

durchgeführt von Euro-Info-Verbraucher e.V.
in der Zeit vom 03. bis 25. Juli 2008

Auf Veranlassung der Verbraucherministerien Baden-Württembergs und Frankreichs (Ministerium für Ernährung und Ländlichen Raum Baden-Württemberg und das Secrétariat d'Etat à l'Industrie et à la Consommation) hat Euro-Info-Verbraucher e.V. im Juli 2008 **606 Produkte in der Grenzregion verglichen, von denen 381 in die Preisvergleichsstudie eingegangen sind.** Insgesamt wurden **2928 Preise** von Markenprodukten in über **100 Geschäften in 19 Städten der elsässisch-badischen Grenzregion** erhoben: Freiburg, Karlsruhe, Kehl und Offenburg auf deutscher Seite und Colmar, Dorlisheim, Erstein, Geispolsheim, Houssen, Illkirch, Illzach, Kingersheim, Lampertheim, Morschwiller, Mundolsheim, Mulhouse, Schiltigheim, Strasbourg und Vendenheim auf französischer.

GÜNSTIGER IN FRANKREICH:

➤ *Lebensmittel (ohne Discounter)*

Gegenüber der Preisvergleichsstudie aus dem Vorjahr hat sich der Trend im Lebensmittelbereich gewendet. Sowohl in Frankreich als auch in Deutschland haben sich die Preise in den letzten Monaten vor der Erhebung spürbar erhöht, in Deutschland am deutlichsten. Während einige Grundnahrungsmittel wie Milch, Nudeln, Reis und Toastbrot zum Zeitpunkt der Studie in Deutschland teurer sind, bleiben Kakaoprodukte, Schokolade und Gebäck dort günstiger.

Beim Vergleich sämtlicher Durchschnittspreise im Lebensmittelsektor ist der Einkauf im Elsass um 7,33 € günstiger als auf der badischen Seite. Somit ist Frankreich in diesem Bereich günstiger.

➤ *Kraftstoffe*

Zwischen dem 14. und dem 16. August 2008 wurden in beiden Ländern die Benzinpreise an Markentankstellen verglichen. Die in Frankreich weit verbreiteten Supermarkttankstellen blieben dabei unberücksichtigt, da es in Deutschland kein vergleichbares Vertriebssystem gibt. Die Kraftstoffe Super und Diesel sind der Studie zufolge in Frankreich durchweg günstiger. Hier lohnt es sich allerdings täglich zu vergleichen.

➤ *Garten- und Heimwerkerbedarf*

In die Preisvergleichsstudie fanden hauptsächlich kleinere Artikel aus dem Garten- und Heimwerkerbedarf Eingang, darunter Glühbirnen, Grillkohle, Klebstoff und Batterien. Uneinheitliche Referenzen erschweren den länderübergreifenden Vergleich von Elektrowerkzeugen, die aus diesem Grund kaum berücksichtigt werden konnten. Im Gegensatz zum Vorjahr sind die Preise in Frankreich im Jahr 2008 durchschnittlich günstiger.

ES
SE
HT
LN
YS
S
YNT
HES
E

Euro-Info-Verbraucher e.V.

Rehufusplatz 11, 77694 Kehl - Tel : 07851/991 48 0 - Fax : 07851/991 48 11

email : info@euroinfo-kehl.eu

www.euroinfo-kehl.eu



SCHNÄPPCHEN IN DEUTSCHLAND:

➤ *Hygieneartikel, Reinigungs- und Haushaltsprodukte*

Auch im Jahr 2008 sind **Hygieneartikel** wie Shampoo, Duschgel, Deodorants oder Zahnpasta weiterhin konkurrenzlos günstig in Deutschland. Bis zu 75 % kann der Käufer bei einzelnen Artikeln in deutschen Drogeriemärkten sparen. Damit hat sich die im letzten Jahr beobachtete Tendenz bestätigt. Sogar verstärkt hat sich der Trend im Bereich der **Reinigungs- und Haushaltsprodukte**: Waren im Jahr 2007 die Preise noch in 57 % der Fälle in Deutschland niedriger, sind sie es nunmehr in **über 85 %** der Fälle.

➤ *Drogerieartikel*

Im Durchschnitt sind die Preise für Haarfärbemittel und Nagellack, Gesichts- und Körperpflegeprodukte, Make-up und Cremes auf deutschem Gebiet niedriger. Auch hier bestätigt sich der Trend aus dem Jahr 2007.

GERINGE PREISUNTERSCHIEDE:

➤ *Haushaltsgeräte, Elektronikgeräte und Unterhaltungselektronik*

Im Bereich der Haushaltsgeräte ist es schwierig, einen Preisvergleich durchzuführen. Die Referenznummern der Geräte unterscheiden sich je nach Land, in welchem das Gerät verkauft wird. Da es kaum möglich ist, identische und somit auch vergleichbare Produkte aufzuspüren, wurden die Preise für Waschmaschinen, Trockner und Kühlschränke nicht erhoben.

Ähnliches gilt für die Preise im Bereich der Unterhaltungselektronik, auch hier führte die Erhebung zu keinen aussagekräftigen Ergebnissen. Im Gegensatz zu den Ergebnissen aus dem Jahr 2007 weisen die Preise der Elektronikprodukte keinen signifikanten Unterschied auf. Ausgenommen bleiben davon Speicherkarten und Fotopapier, für die eine Preisdifferenz von 2% bis 10 % zwischen den Ländern festgestellt werden konnte.

DVD- und CD-Rohlinge, die im Vorjahr in Deutschland nur die Hälfte bzw. ein Drittel des französischen Preises kosteten, bleiben hier auch weiterhin günstiger. Im Bereich der kostengünstigsten Artikel schwimmt die Diskrepanz jedoch zusehends.

➤ *Parfüm*

Von den insgesamt sieben verglichenen Artikeln sind drei in Deutschland und vier in Frankreich günstiger. Ähnliche Parfümpreise in beiden Ländern hatte bereits die Preisvergleichsstudie aus dem Jahr 2007 ergeben. Sollte der Verbraucher allerdings ein bestimmtes Produkt ins Auge gefasst haben, könnte sich ein Blick über die Grenze durchaus lohnen. So kostet das Parfüm *Lancôme Trésor, Eau de Parfum* im 50ml-Flacon auf französischer Seite im günstigsten Fall 69,60 € gegenüber 57,95 € in Deutschland, was eine deutliche Differenz von 11,65 € ausmacht.

➤ *Spielwaren*

In elf Geschäften und auf sieben spezialisierten Webseiten, die für den Vergleich von zehn Artikeln herangezogen wurden, ist das Spielzeug in Deutschland durchschnittlich günstiger. Teilweise treten erhebliche Preisunterschiede zwischen den Anbietern innerhalb eines Landes auf. Daher lohnt es sich im einzelnen Fall, die aktuellen Kataloge deutscher und französischer Geschäfte zu vergleichen.

ES
SE
HT
LN
YS
S



SONDERFALL DISCOUNTER

In Deutschland sind Discounter mit mehr als 40 % Marktanteil stark vertreten. Auch in Frankreich wächst die Bedeutung der Billigketten stetig, wozu auch das Gesetz *Loi de Modernisation de l'Economie* beitrug. Sein Inkrafttreten entflammte erneut eine Diskussion um die Discounter.

Der Preisvergleich der Lidl-Filialen beider Länder zeigt, dass der Verbraucher in Deutschland durchschnittlich weniger ausgibt als in Frankreich: 91,52 € auf deutscher Seite stehen gegenüber 96,01 € auf der französischen, ein Unterschied von 4,49 €. **Erstaunlicherweise sind die Preise der Hygieneartikel bei Lidl-Frankreich günstiger. Das steht im Widerspruch zum allgemeinen Trend**, wonach Artikel dieser Kategorie im Allgemeinen in Deutschland günstiger sind.

Auch beim deutschen Aldi ist der Warenkorb durchschnittlich günstiger als bei seinem Pendant in Frankreich: Zwischen 81,20 € in Baden und 88,03 € im Elsass ergibt sich eine Differenz von 6,83 €.

WIE ERKLÄREN SICH DIE PREISUNTERSCHIEDE?

➤ *Unterschiedliche Mehrwertsteuersätze*

Sowohl in Deutschland als auch in Frankreich gibt es einen verminderten Mehrwertsteuersatz für die meisten Artikel des täglichen Bedarfs und für eine begrenzte Anzahl weiterer Produkte. Dieser ermäßigte Steuersatz liegt in Frankreich derzeit bei 5,5 %, in Deutschland bei 7 %. Ermäßigter Mehrwertsteuersatz (5,5% und 7%) bzw. Regelsteuersatz (19,6% und 19%) werden aber nicht immer auf dasselbe Produkt angewandt. Schokolade zum Beispiel unterliegt in Deutschland dem verminderten Steuersatz von 7%, wohingegen in Frankreich der Regelsteuersatz von 19,6% veranschlagt wird. Weitere Steuern können je nach Produktart noch hinzukommen, etwa die Kaffeesteuer oder die Branntweinsteuer.

➤ *Landesspezifische Situation bei wirtschaftlicher Entwicklung und Wettbewerb*

Neben der Mehrwertsteuer sind noch weitere Faktoren zu berücksichtigen, um die Preisunterschiede zwischen den Ländern zu erklären. In diesem Zusammenhang sind die deutschen Preissteigerungen in den Monaten vor der Studie zu erwähnen. Obwohl die Preise beiderseits des Rheins ansteigen, war die Inflation in Deutschland stärker ausgeprägt. So haben die deutschen Preise einiger Produkte, vor allem Lebensmittelbereich, die französischen Preise eingeholt, wenn nicht sogar überschritten.

Im Vorjahr ließen sich die Preisunterschiede zu einem gewissen Teil auf die unterschiedlichen Vertriebsstrukturen in Deutschland und Frankreich zurückführen. Während in Frankreich große Einkaufszentren, die sogenannten Hypermarchés, den Vertrieb prägen, gibt es in Deutschland einen zusätzlich von Discountern angeheizten Wettbewerb. Da sich auch in Frankreich die Discounter verbreiten, verliert dieser Unterschied jedoch an Relevanz.

Zu beachten ist auch, dass der Wettbewerb in jedem Land anderen Traditionen und Gesetzen folgt, was zu einer unterschiedlichen Preisgestaltung führen kann. So treten in Frankreich bei demselben Produkt größere Preisunterschiede von einem Geschäft zum anderen auf. In Deutschland hingegen scheinen die Preise angeglicher zu sein. Für den Verbraucher lohnt es sich daher immer, sowohl im eigenen Land als auch im Nachbarland die Preise einzelner Geschäfte zu vergleichen.

Darüber hinaus gibt es eine Menge weiterer Faktoren, die die Preisunterschiede zwischen den Ländern erklären können: Auch landesspezifische Unternehmenssteuersätze, Lohnnebenkosten sowie gesetzliche Vorschriften bezüglich der Handelsmargen nehmen Einfluss auf den Preis. Nicht zuletzt wirkt sich das Verbraucherverhalten auf Marketing und Produktpreise im eigenen Land aus.

ES
SEH
T
M
Y
S
S
Y
N
T
H
E
S
E



DER „WARENKORB“ DES GRENZÜBERSCHREITENDEN VERBRAUCHERS 2008:

Um die möglichen Ersparnisse beim Einkauf diesseits und jenseits des Rheins zu veranschaulichen, haben wir 40 Markenprodukte ausgewählt und die durchschnittlichen Einzelpreise zu einer Gesamtsumme addiert.

Um die Preise je nach Produktgruppe besser vergleichen zu können, wurden auf dieser Grundlage drei repräsentative Warenkörbe zusammengestellt: der Warenkorb „Lebensmittel“, der Warenkorb „Hygieneartikel, Reinigungs- und Haushaltsprodukte“ und der Warenkorb „Gesamt“.

Folgende Ergebnisse können festgehalten werden:

▪ Warenkorb „Lebensmittel“: Preisverschiebungen zu Gunsten Frankreichs

Im Lebensmittelbereich unterscheiden sich die Preise der Warenkörbe beider Länder im Jahr 2007 äußerst geringfügig: 48,50 € in Frankreich standen gegenüber 48,38 € in Deutschland.

Ein Jahr später hat sich der Trend umgekehrt. Der Musterverbraucher kann nun mehr als drei Euro sparen, wenn er in Frankreich einkauft: Dort gibt er 49,13 € aus, im Gegensatz zu 52,39 € in Deutschland.

Dieser Preisunterschied lässt sich zum Teil mit der Inflation erklären, die sich in Deutschland stärker als in Frankreich bemerkbar macht. Gerade bei den Grundnahrungsmitteln haben sich die Preise diesseits des Rheins stark erhöht. So hat sich der Preis der *Barilla Spaghettoni Nr.7 (500g)* um 54 % erhöht, von 0,97 € im Jahr 2007 auf 1,49 € im Sommer 2008. Das Milchdessert von *Danone Gervais (6x50g)* ist mittlerweile in Frankreich billiger, wo es 1,33 € kostet. Auf deutscher Seite bezahlt der Käufer im Jahr 2008 1,51 €, während er ein Jahr zuvor nur 1,16 € für das Produkt ausgeben musste.

Der Vergleich der Studien von 2007 und 2008 hat ergeben, dass sich die Preise im Nahrungsmittelbereich in dieser Zeitspanne in Frankreich um nur 1 %, in Deutschland jedoch um ganze 8 % erhöht haben.

▪ Warenkorb „Hygieneartikel, Reinigungs- und Haushaltsprodukte“: Deutschland im Bereich Hygiene nach wie vor günstiger

Im Bereich der Hygieneartikel, Reinigungs- und Haushaltsprodukte ist der Unterschied zwischen den Ländern deutlich: Die durchschnittlichen Preise sind in Deutschland beinahe immer günstiger als in Frankreich. Unser Musterverbraucher kann mehr als zehn Euro sparen, wenn er diese Artikel in Deutschland kauft.

Von elf Produkten sind neun in Deutschland billiger, ein Artikel mehr als im identischen Warenkorb des letzten Jahres.

▪ Warenkorb „Gesamt“: Insgesamt ist der Einkauf in Deutschland weiterhin günstiger, aber der Preisabstand zwischen den Ländern verringert sich.

Produkte, die im Jahr 2007 in einem Land durchschnittlich günstiger waren, bleiben es in fast allen Fällen auch im Jahr 2008.

Der Preisunterschied zwischen den beiden Ländern verringert sich jedoch zusehends. Während sich im Jahr 2007 noch eine Differenz in Höhe von 9,77 € zugunsten des deutschen Warenkorbs feststellen ließ, kostet der französische Warenkorb ein Jahr später nur noch 7,05 € mehr als in Deutschland.

ES
SE
HT
LN
YS
S

Euro-Info-Verbraucher e.V.

Rehufusplatz 11, 77694 Kehl - Tel : 07851/991 48 0 - Fax : 07851/991 48 11

email : info@euroinfo-kehl.eu

www.euroinfo-kehl.eu



In beiden Ländern ist zum Zeitpunkt der Erhebung eine Preissteigerung zu verzeichnen. Insgesamt macht sich die Inflation in Deutschland jedoch deutlicher bemerkbar. So erhöhte sich der Gesamtpreis des Warenkorb in Deutschland um 7 %, in Frankreich jedoch nur um 3 %. Für den Warenkorb, der im Vorjahr in Deutschland 76,00 € kostete, müssen nun 81,15 € ausgegeben werden. Der französische Warenkorb hat im Jahr 2008 einen Wert von 88,20 €, wohingegen er im letzten Jahr 85,77 € kostete.

Obwohl Deutschland als Einkaufsland für die Verbraucher gerade im Bereich Hygiene und Reinigungsprodukte weiterhin sehr interessant ist, empfiehlt es sich wachsam zu bleiben und die Preisentwicklung im Jahr 2009 zu beobachten. Es ist schwer vorherzusagen, ob sich der Preisabstand zwischen Deutschland und Frankreich wieder erhöhen oder weiter verringern wird.

FAZIT

Ein Preisvergleich auch jenseits der Grenze lohnt immer

Die vorliegende Studie zeigt erneut, dass Europa Verbrauchern spürbare Vorteile im täglichen Leben bringen kann, wenn sie Preise und Qualität von Land zu Land vergleichen und den Binnenmarkt entsprechend nutzen.

Durch die Abschaffung der Zölle und die Einführung einer einheitlichen Währung sind in Europa die Möglichkeiten geschaffen worden, einen grenzüberschreitenden Markt für Waren und Dienstleistungen zu öffnen. Wichtig ist nun, das Vertrauen des Verbrauchers in das Funktionieren des europäischen Binnenmarktes zu stärken. Je glaubwürdiger sich der grenzüberschreitende Einkauf als Alternative zu den nationalen Märkten präsentiert, desto mehr Wahlmöglichkeiten haben die Verbraucher und die nationalen Märkte belebende Konkurrenz.

Insbesondere der Verbraucher in einer Grenzregion kann direkt von den günstigeren Preisen des Nachbarlandes profitieren und die Kaufkraft so faktisch steigern. Anhand unseres exemplarischen Warenkorbes könnte ein gut informierter Verbraucher 8 % der Ausgaben sparen, wenn er auf beiden Seiten des Rheins und nicht nur in seinem Heimatland einkauft.

Die Studie soll die Verbraucher dazu bewegen, sich vor jedem Einkauf umfassend zu informieren. Sie sollen aktive Nutzer des grenzüberschreitenden Marktes sein, nebenbei können sie das Nachbarland besser kennen lernen und eine andere Einkaufskultur erleben. Als lebensnotwendiger Teil der Wirtschaft stärken die Verbraucher auf diesem Weg den Binnenmarkt und kurbeln einen europaweiten Wettbewerb an.

Nach Produktgruppen geordnete Listen und Grafiken zur Preisvergleichsstudie finden Sie auf:

www.euroinfo-kehl.eu/de/veranstaltungen-und-veroeffentlichungen

Euro-Info-Verbraucher e.V.

Rehlfusplatz 11, 77694 Kehl - Tel : 07851/991 48 0 - Fax : 07851/991 48 11

email : info@euroinfo-kehl.eu

www.euroinfo-kehl.eu



HINWEIS ZUR AKTUALISIERUNG (November 2008)

Die Veröffentlichung unserer Preisvergleichsstudie, die Ende September fertig gestellt wurde, haben wir auf Anfang Dezember verschoben, um den medial angekündigten Preissenkungen im Lebensmittelbereich Rechnung zu tragen. Wir wollten diese Informationen auf Ihren Wahrheitsgehalt hin überprüfen, weshalb wir vom 14. bis 17. November 2008 erneut die Preise einer repräsentativen Produktauswahl der Studie erhoben haben (s. vollständige Preisliste der Discounter und Warenkorb).

Letztendlich haben wir trotz Preissenkungen bei einigen Lebensmitteln wie Milch- oder Getreideprodukte nicht feststellen können, dass die angekündigten Preissenkungen vollständig beim Verbraucher angekommen sind. Für unseren Warenkorb zeigte sich vielmehr, dass die Preise nur geringfügig gesenkt wurden. Den Erwartungen der Verbraucher, die durch die ausführliche Berichterstattung geschürt wurden, konnten die Lebensmittelmärkte damit bislang nicht gerecht werden.

SYNTHESE

Euro-Info-Verbraucher e.V.

Rehfusplatz 11, 77694 Kehl - Tel : 07851/991 48 0 - Fax : 07851/991 48 11

email : info@euroinfo-kehl.eu

www.euroinfo-kehl.eu

