
Fair Preis Initiative

**Telefonische Omnibus-Befragung
November 2019**

gfs-zürich, Markt- & Sozialforschung

Projektleiterin: Karin Mändli Lerch

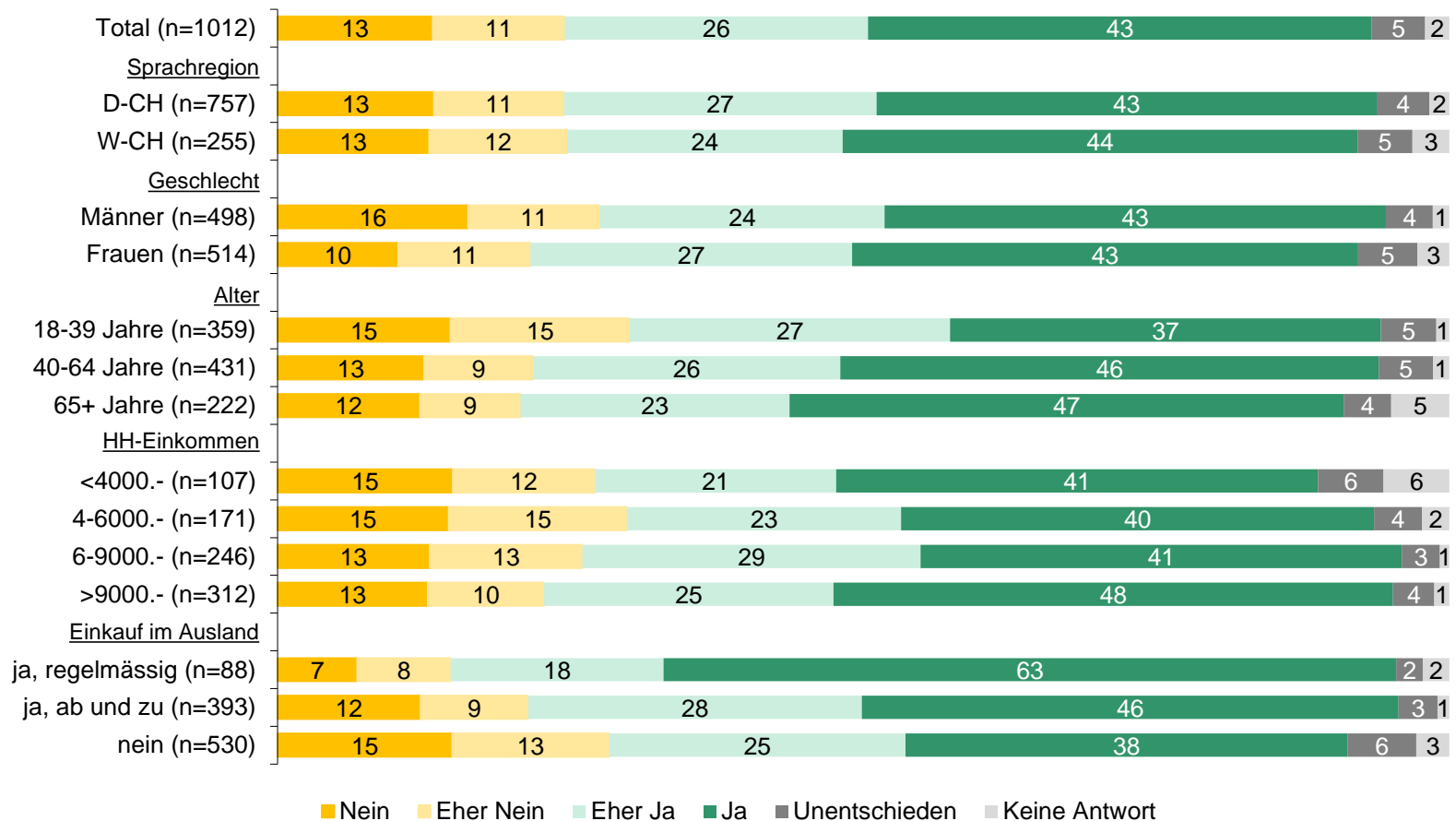
Studiendesign

Grundgesamtheit:	Erwachsene Bevölkerung in der Deutsch- und Westschweiz ab 18 Jahren
Methode:	Telefonische Omnibus-Befragung (CATI)
Stichprobenziehung:	Telefonnummern aus dem Telefonbuch (80%) plus zufällig generierte Mobiltelefonnummern (20%) (Random Digit Dialing)
Stichprobe:	1012 Interviews
Quoten:	<ul style="list-style-type: none"> - Geschlecht: Mann 49.2% (n=498), Frau 50.8% (n=514) - Alter: 18-39 J. 35.4% (n=359), 40-64 J. 42.6% (n=431), 65-99 J. 22.0% (n=224) - Sprachregion: D-CH 74.8% (n=757), W-CH 25.2% (n=255)
Repräsentativität:	Die Studie ist repräsentativ für die Schweizer Bevölkerung ab 18 Jahren
Ausschöpfung:	10.03%
Vertrauensintervall:	Bei N = 1012 und 50%; +/- 3.2%
Befragungszeitraum:	14. September bis 26. Oktober 2019

Preisunterschiede Schweiz und Ausland

Rund zwei Drittel der Studienteilnehmenden (69%) sind der Meinung, dass ausländische Produkte in der Schweiz (eher) zu teuer sind. Bei Personen, die regelmässig oder ab und zu im Ausland einkaufen, ist die Ausprägung höher als bei Personen, die nicht im Ausland einkaufen (81% / 74% vs. 63%).

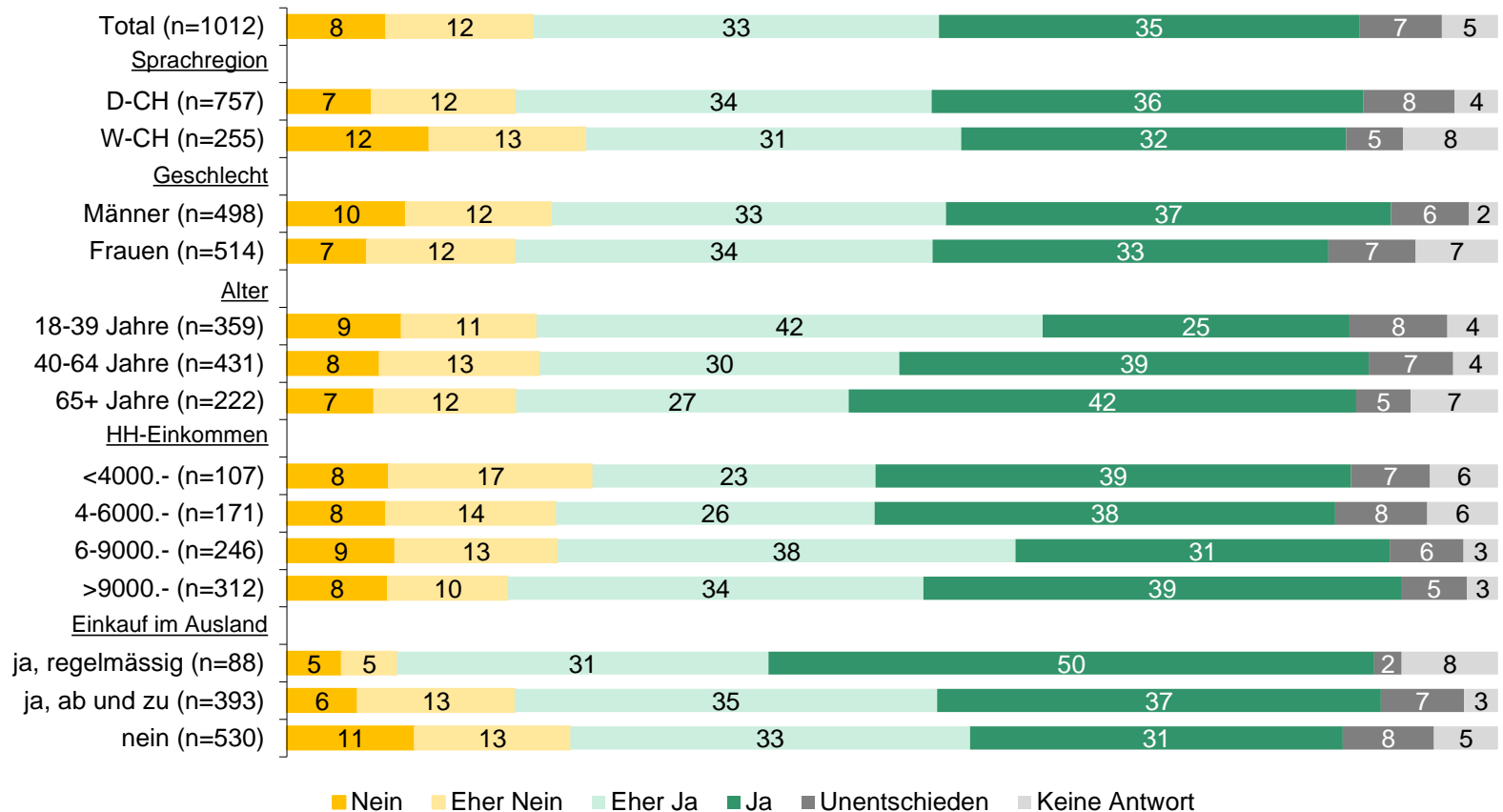
FPI1: Zwischen der Schweiz und dem Ausland gibt es Preisunterschiede. Sind Sie der Meinung, dass ausländische Produkte in der Schweiz zu teuer sind? *n* = 1012



Gleichstellung bei Beschaffung von ausländischen Produkten

68% der Studienteilnehmenden sind (eher) dafür, dass die Beschaffung von ausländischen Produkten mit Nachfragern im Ausland gleichgestellt wird. Bei Personen die regelmässig oder ab und zu im Ausland einkaufen, ist die Akzeptanz höher als bei Personen, die nicht im Ausland einkaufen (81% / 72% vs. 64%).

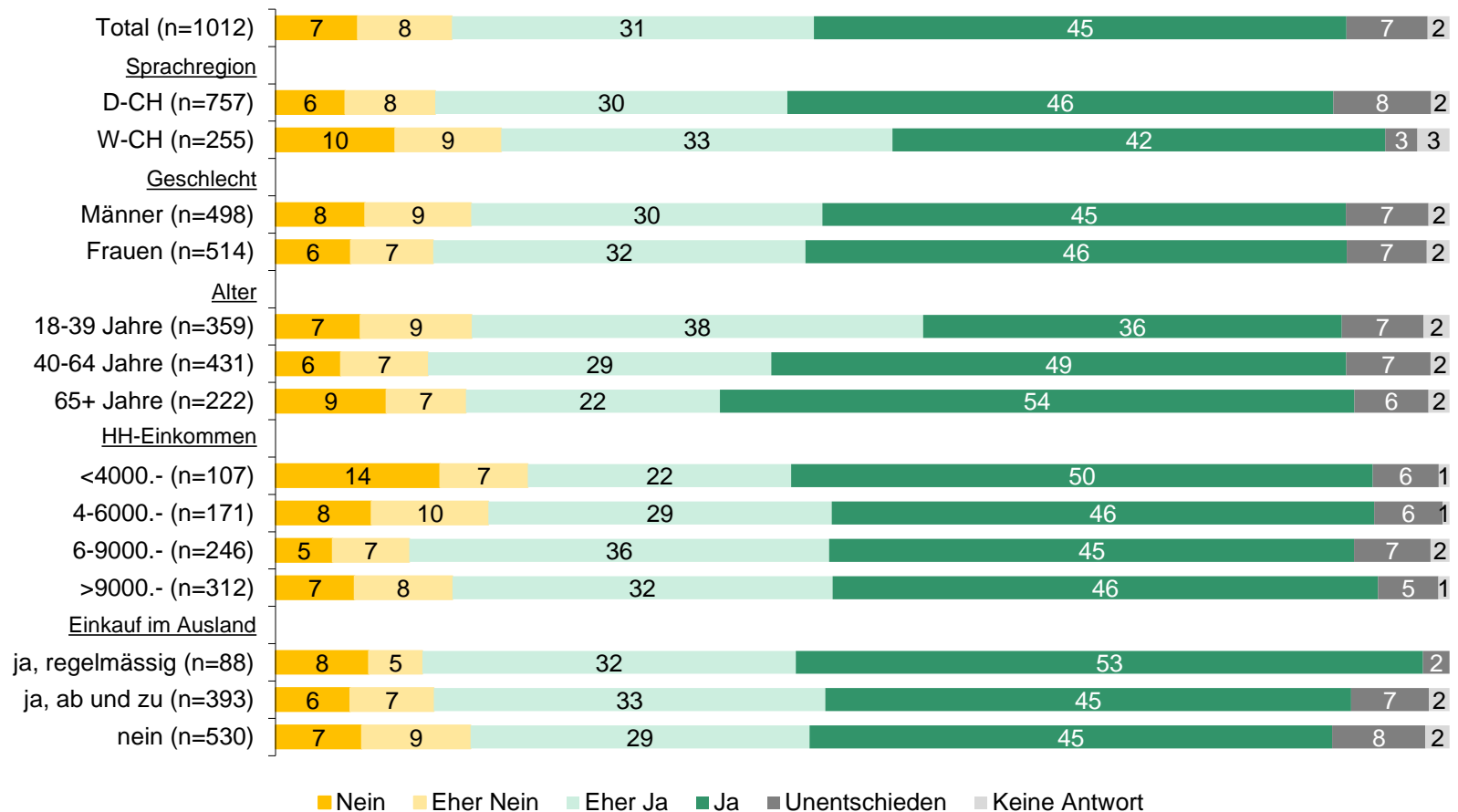
FPI2: Die Fair-Preis-Initiative will etwas gegen die «Hochpreisinsel Schweiz» tun. Sie stärkt das Wettbewerbsrecht, damit gegen ungerechtfertigte Preiszuschläge für Schweizer Kunden vorgegangen werden kann. Sollen Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten und das Gewerbe bei der Beschaffung von ausländischen Produkten mit Nachfragern im Ausland gleichgestellt werden? $n = 1012$



Neue Wettbewerbsregeln

Die meisten Studienteilnehmenden begrüßen (eher) neue Wettbewerbsregeln zur Verringerung der Preisunterschiede im Ausland (76%). Verglichen mit einer Gleichstellung mit ausländischen Nachfragern ist die Akzeptanz etwas höher (76% vs. 68%). Ob im Ausland eingekauft wird oder nicht, macht bezüglich der Akzeptanz neuer Wettbewerbsregeln keinen signifikanten Unterschied.

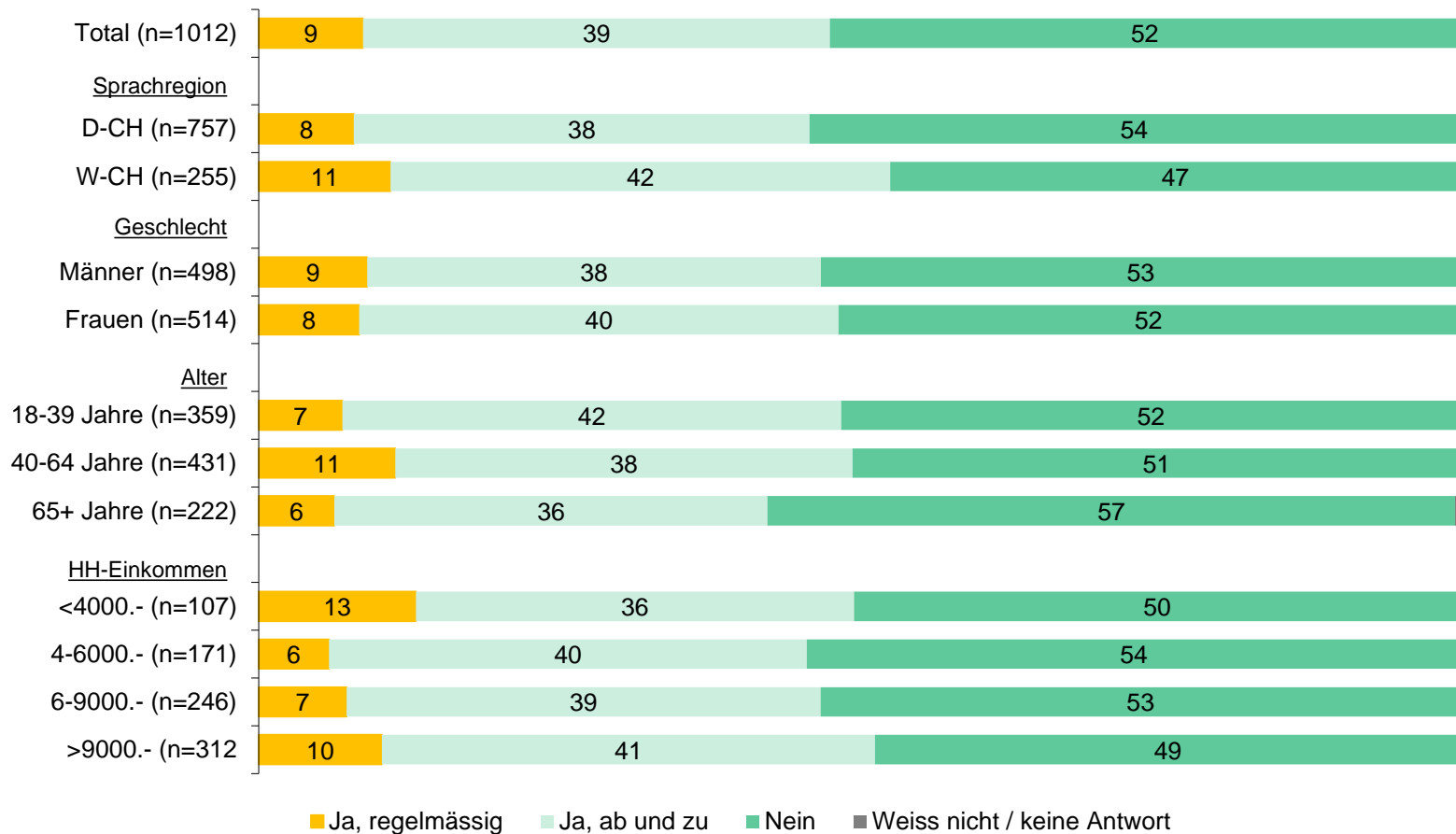
FPI3: Würden Sie neue Wettbewerbsregeln begrüßen, welche die Preisunterschiede zum Ausland verringern und somit den Einkaufstourismus eindämmen? *n* = 1012



Einkaufsfrequenz im Ausland

Eine grosse Mehrheit der Teilnehmenden kauft mindestens ab und zu im Ausland ein (91%). 52% sind regelmässige Einkäufer & Einkäuferinnen im Ausland. Nur 9% der Teilnehmenden kaufen nicht im Ausland ein. Demographische Variablen scheinen hier keinen signifikanten Einfluss zu haben.

FPI4: Kaufen Sie regelmässig oder ab und zu im Ausland ein? $n = 1012$



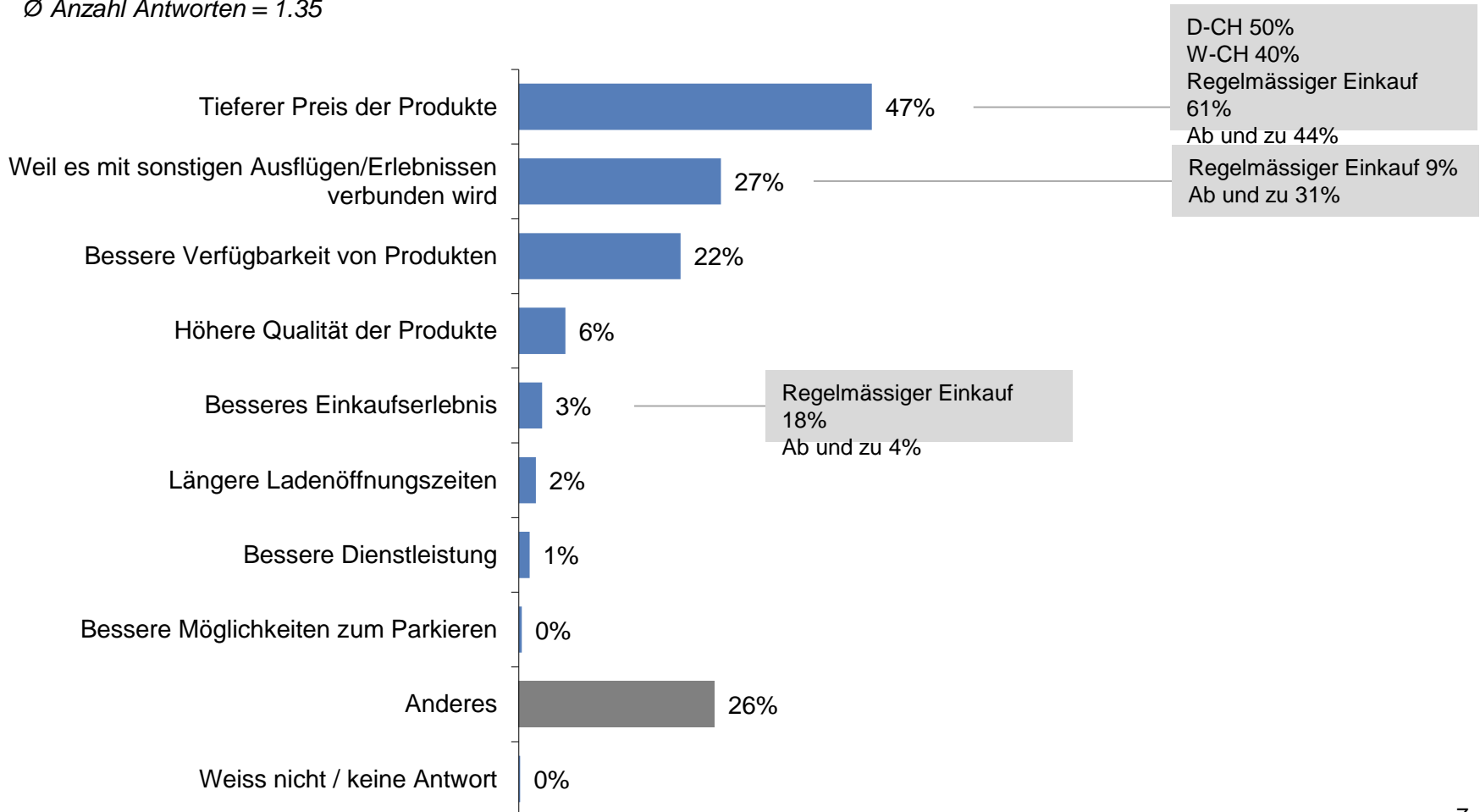
Gründe für Einkauf im Ausland

Tiefere Preise sind der häufigste Grund für einen Einkauf im Ausland (47%), gefolgt von Verbindungen mit Ausflügen (27%) und einer besseren Verfügbarkeit von Produkten (22%). Für Regelmässige Einkäufer scheint der tiefe Preis zentraler zu sein als für Personen, die nur ab und zu einkaufen (61% vs. 44%). Letztere verbinden Ihre Einkäufe hingegen häufiger mit Ausflügen und Erlebnissen (31% vs. 9%).

FPI5: Was sind für Sie die Gründe, weshalb Sie im Ausland einkaufen?

Filter: wenn im Ausland eingekauft wird; n = 482; offene Frage – vorcodiert; Mehrfachnennungen möglich

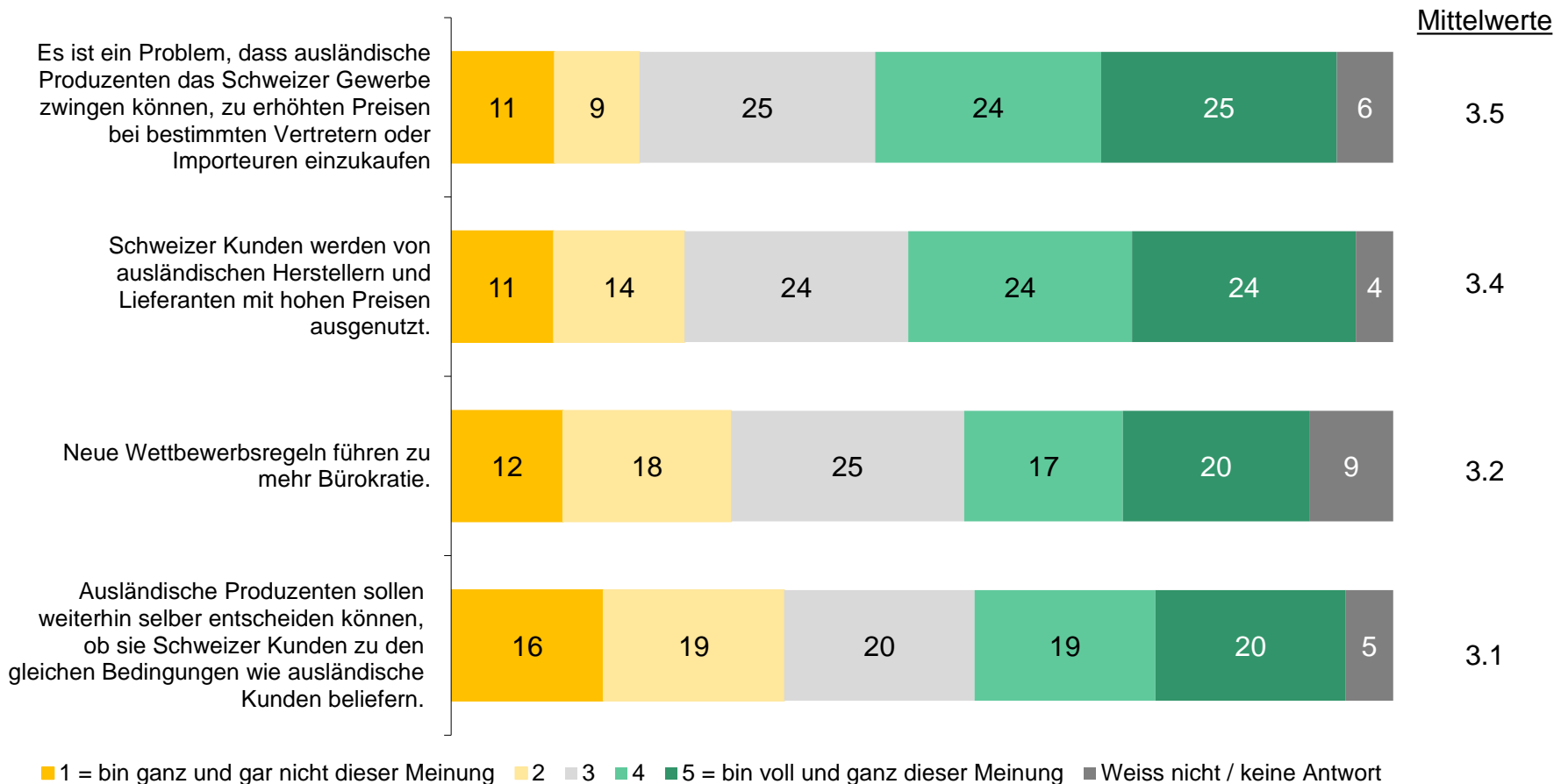
Ø Anzahl Antworten = 1.35



Meinungen bezüglich ausländischer Wirtschaftspolitik

Das Problem, dass Schweizer Gewerbe zu erhöhten Preisen gezwungen werden können, findet durchschnittlich die höchste Zustimmung ($\bar{x}=3.5$). Am tiefsten ist die Zustimmung zur Meinung, dass ausländische Produzenten weiterhin selbst bestimmen können, ob sie Schweizer Kunden zu den gleichen Bedingungen beliefern ($\bar{x}=3.1$).

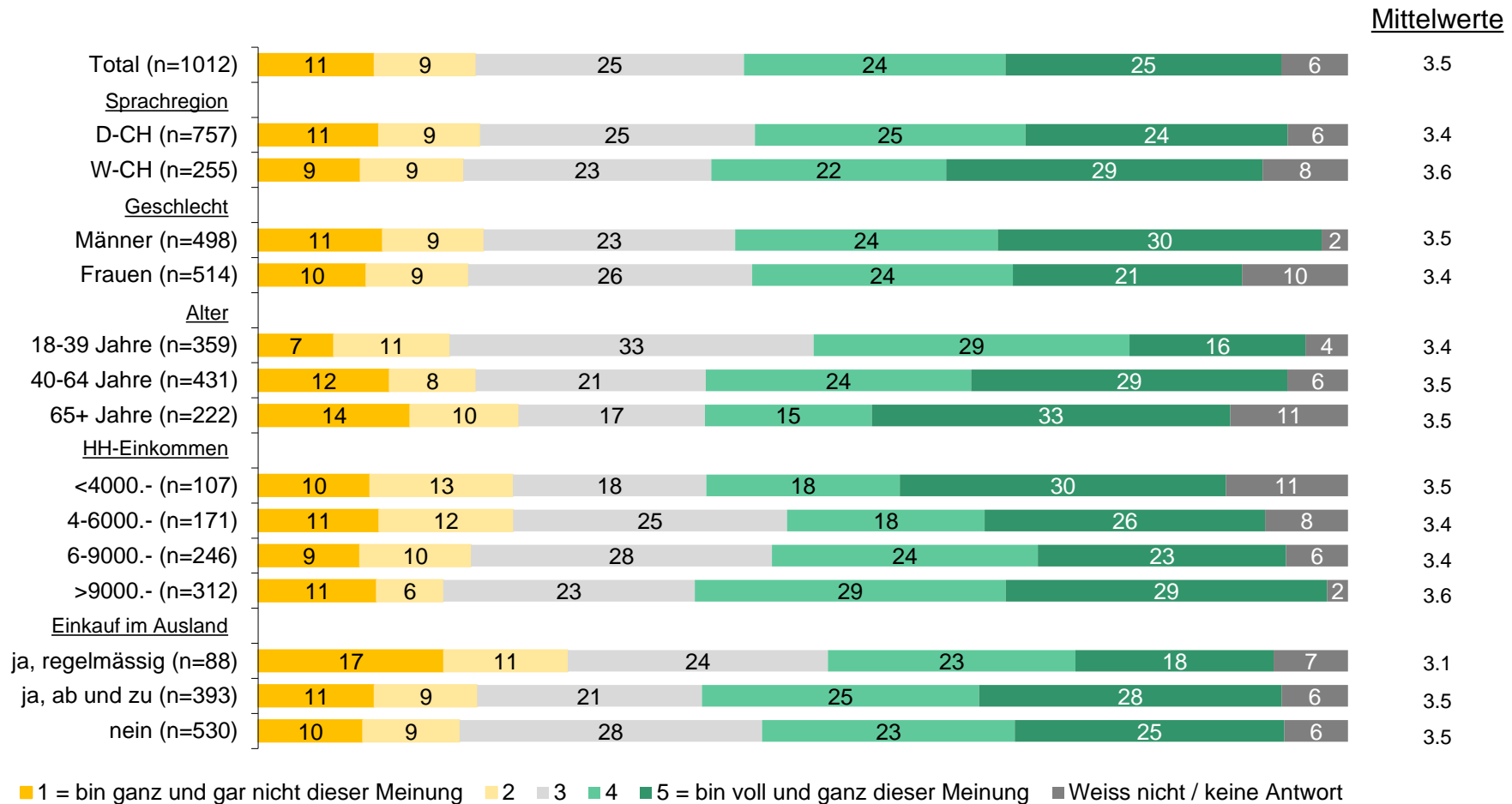
FPI6: Ich lese Ihnen nun vier Meinungen vor, die andere Leute geäußert haben. Bitte sagen Sie mir jeweils auf einer 5er Skala, wie sehr Sie persönlich diese Meinung teilen. $n = 1012$



Erhöhte Preise beim Import

Rund die Hälfte aller Teilnehmenden (49%) stimmen der Aussage (eher) zu, dass ausländische Produzenten das Schweizer Gewerbe zu erhöhten Preisen zwingen können. Ein geringerer Teil sind (eher) nicht dieser Meinung (20%) oder neutral eingestellt (25%). Bei Personen, die regelmässig im Ausland einkaufen, ist die Zustimmung geringer als bei Personen, die ab und zu oder nicht im Ausland einkaufen (\bar{x} =3.1 vs. \bar{x} =3.5).

FPI6_1: „Es ist ein Problem, dass ausländische Produzenten das Schweizer Gewerbe zwingen können, zu erhöhten Preisen bei bestimmten Vertretern oder Importeuren einzukaufen.“ $n = 1012$

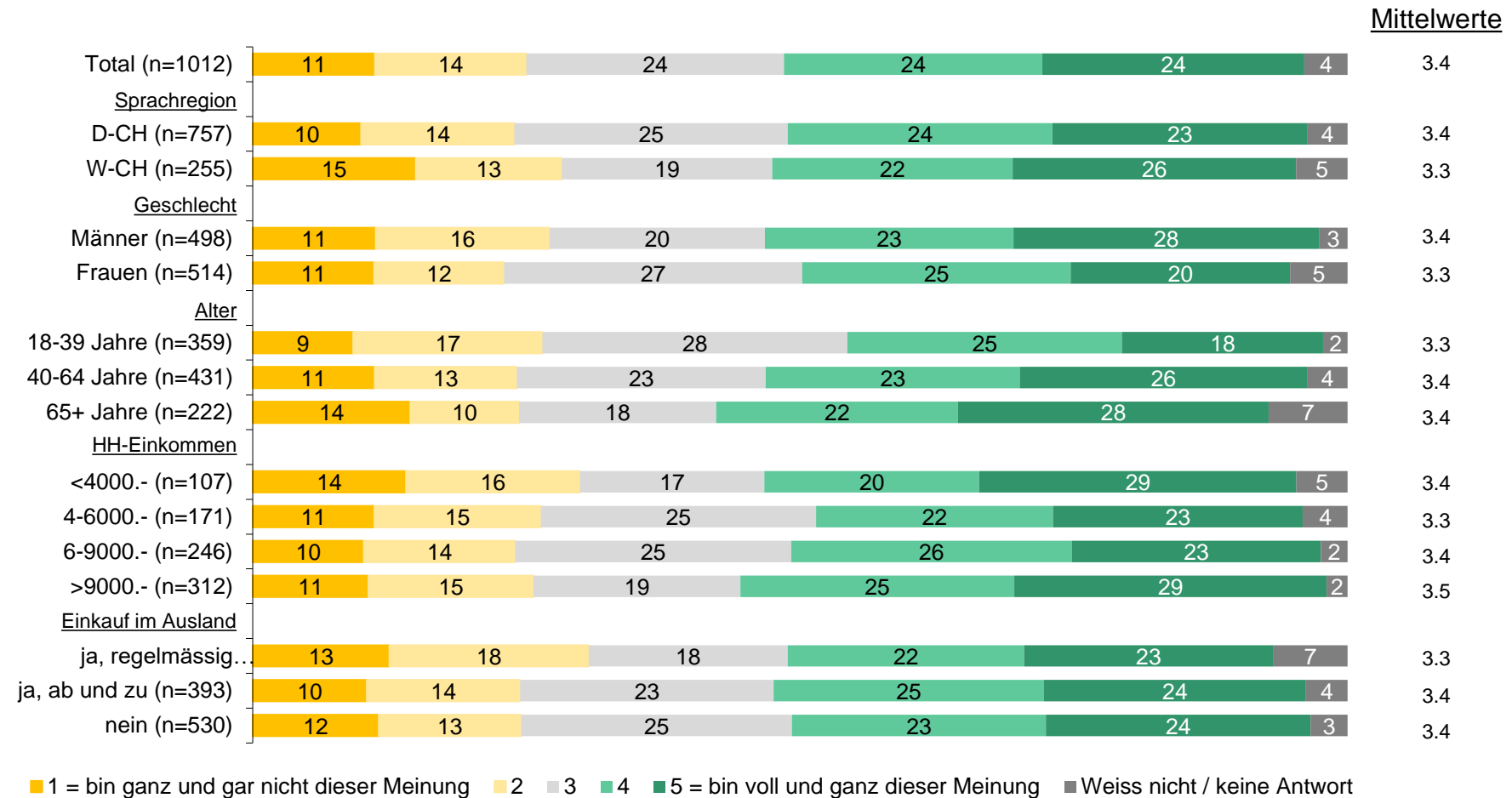


Ausnutzung Schweizer Kunden

Rund die Hälfte (48%) der Teilnehmenden stimmen der Aussage (eher) zu, dass Schweizer Kunden von ausländischen Herstellern und Lieferanten mit hohen Preisen ausgenutzt werden. Je rund ein Viertel stimmt dieser Aussage (eher) nicht zu (25%) oder ist neutral eingestellt (24%). Unterschiede in demographischen Variablen haben keinen signifikanten Einfluss auf dieses Ergebnis.



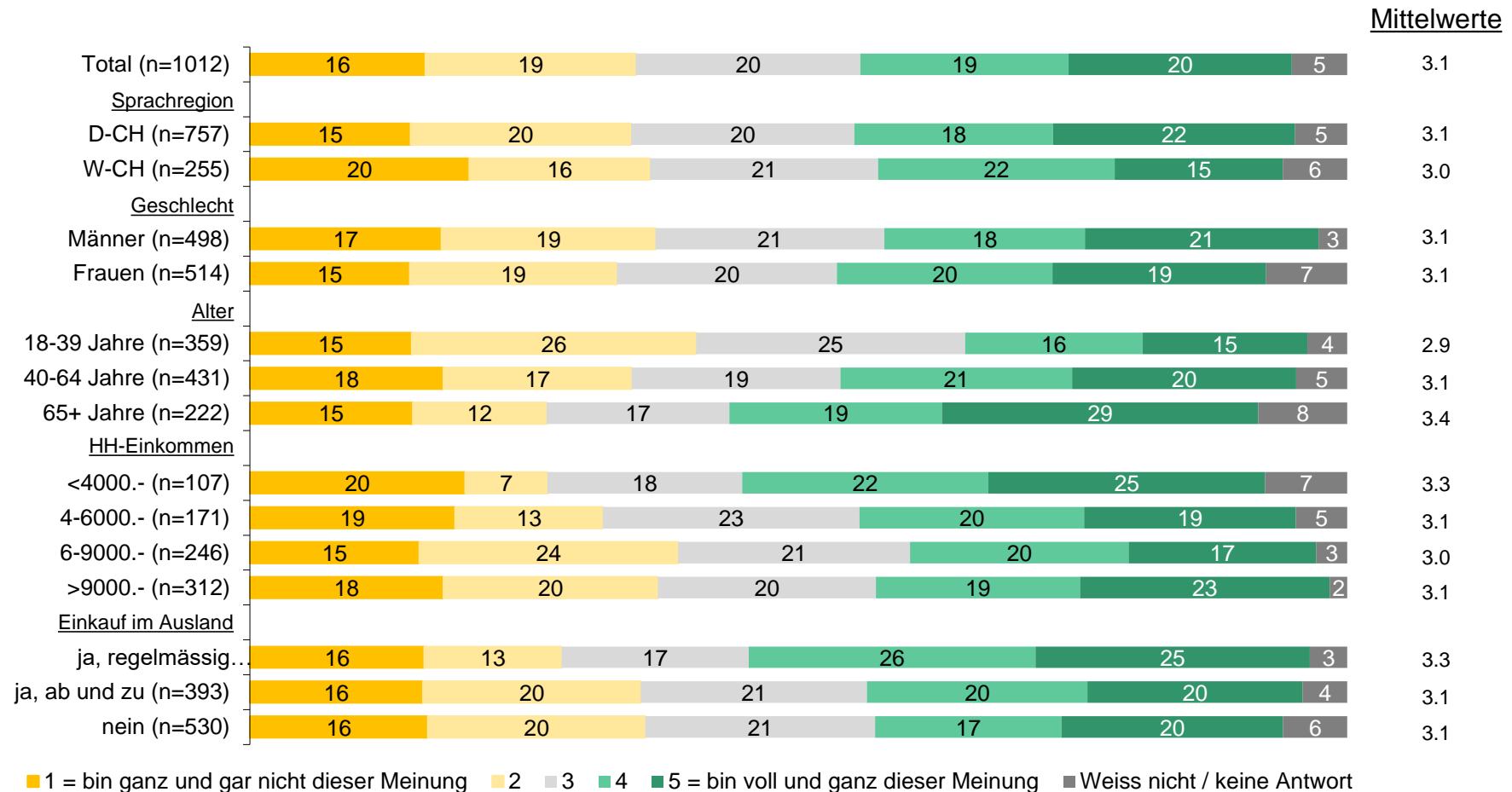
FPI6_2: „Schweizer Kunden werden von ausländischen Herstellern und Lieferanten mit hohen Preisen ausgenutzt.“ n = 1012



Entscheidungsgewalt ausländischer Produzenten

39% aller Teilnehmenden stimmen der Aussage (eher) zu, dass ausländische Produzenten selbst entscheiden können sollen, ob sie Schweizer Kunden zu den gleichen Bedingungen wie ausländische Kunden beliefern. 35% stimmen dieser Aussage (eher) nicht zu. 20% sind neutral eingestellt. Über 65jährige stimmen der Aussage signifikant stärker zu als 18-39jährige (\bar{X} =3.4 vs. \bar{X} =2.9).

FPI6_3: „Ausländische Produzenten sollen weiterhin selber entscheiden können, ob sie Schweizer Kunden zu den gleichen Bedingungen wie ausländische Kunden beliefern.“ $n = 1012$



Erhöhte Bürokratie bei neuen Wettbewerbsregeln

37% der Teilnehmenden stimmen der Aussage (eher) zu, dass neue Wettbewerbsregeln zu mehr Bürokratie führen. 30% stimmen dieser Aussage (eher) nicht zu, und 25% sind neutral eingestellt. Personen, die nicht im Ausland einkaufen, stimmen stärker zu als Personen, die regelmässig im Ausland einkaufen (\bar{X} =3.3 vs. \bar{X} =3.0).

FPI6_4: „Neue Wettbewerbsregeln führen zu mehr Bürokratie.“ n = 1012

