

Datum: 22.02.2015

**Sonntags  
Blick**



SonntagsBlick  
8008 Zürich  
044/ 259 64 64  
www.blick.ch/sonntagsblick

Medienart: Print  
Medientyp: Tages- und Wochenpresse  
Auflage: 188'302  
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 999.206  
Abo-Nr.: 1095889  
Seite: 34  
Fläche: 65'833 mm<sup>2</sup>

**Preissenkungen** wären besser als **Rabattaktionen**

# «Händler streuen uns Sand in die Augen»

Konsumentenschutz-Präsidentin und Nationalrätin  
**Prisca Birrer-Heimo** über verwirrende  
Preismanöver nach dem Frankenschock.



SonntagsBlick  
8008 Zürich  
044/ 259 64 64  
www.blick.ch/sonntagsblick

Medienart: Print  
Medientyp: Tages- und Wochenpresse  
Auflage: 188'302  
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 999.206  
Abo-Nr.: 1095889  
Seite: 34  
Fläche: 65'833 mm<sup>2</sup>

VON NIKLAUS VONTOBE

**S**eit dem Ende des Euro-Mindestkurses überbietet sich der Detailhandel mit Abschlägen, Rabatten und Aktionen – **tunlichst bemüht, die Fehler von 2011 nicht zu wiederholen.** Damals fiel der Euro auf die Parität zum Franken, doch die Preise bewegten sich kaum.

Die Stiftung für Konsumentenschutz (SKS) hat die Reaktionen auf den neuerlichen Frankenschock aufmerksam verfolgt. SKS-Präsidentin und SP-Nationalrätin Prisca Birrer-Heimo (56) **hält der Branche zugute, aus den Fehlern von 2011 gelernt zu haben.** Dennoch fällt ihre Bilanz durchgezogen aus.

«Dieses Mal haben viele Händler sofort reagiert. Sie haben nicht versucht, die Frankenstärke auszusitzen.» Birrer-Heimo nennt **Reiseanbieter, Elektronikprodukte, Autos und Möbel als erfreuliche Beispiele.** «Sie sind sofort und transparent mit

den Preisen runter.»

**Unübersichtlich**

Insgesamt aber ist die Konsumentenschützerin nicht zufrieden. «Zu viele Händler versuchen bloss, den Kunden mithilfe von Rabatten und Aktionen kräftig Sand in die Augen zu streuen.» Es wimmle von Sonderaktionen, meist zeitlich befristet und in ihrer Fülle komplett unübersichtlich. **«Die Kunden müssten vollberuflich den Rabatten nachjagen, um jeweils das günstigste Produkt zu bekommen.»**

Unterm Strich, so ist die Konsumentenschützerin überzeugt, werden die Währungsvorteile noch zu wenig weitergegeben. **«Importierte Produkte müssten deutlich günstiger sein.»** Birrer-Heimo will den Druck deshalb aufrechterhalten. «Wenn es nicht anders geht, lancieren wir eine Initiative für faire Importpreise.» ●



Konsumentenschützerin Birrer-Heimo will dauerhaft günstigere Importpreise.



SonntagsBlick  
8008 Zürich  
044/ 259 64 64  
www.blick.ch/sonntagsblick

Medienart: Print  
Medientyp: Tages- und Wochenpresse  
Auflage: 188'302  
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 999.206  
Abo-Nr.: 1095889  
Seite: 34  
Fläche: 65'833 mm<sup>2</sup>

# «Preise runter und Schluss!»

**D**er Basler Kleiderimporteur Stephan Fluri (51) ärgert sich heute noch: «2011 war ein Desaster!» Natürlich seien die Konsumenten wütend gewesen, dass der Handel den Währungsvorteil nicht weitergab, als der Euro auf den Wert des Frankens fiel. **«Die Kunden wurden richtiggehend**

**in den Einkaufstourismus gezwungen.»**

**Fluris «Europapreis»** Die Folgen dieser verfehlten Strategie sind rund um Fluris Flagship Store zu sehen: **Er ist einer der wenigen Lichtblicke im Basler Einkaufszentrum Stücki.** Kurz vor der Finanzkrise nahe der Grenze erbaut, leidet es seither unter dem starken Franken.

Fluri hat aus dem traumatischen Jahr 2011 Lehren gezogen: «Für unsere Markenartikel zahlt der Kunde genau den gleichen Preis wie ennet der Grenze – zum jeweils aktuellen Kurs in Franken umgerechnet.

Fertig!» **«Europapreis» nennt es Fluri.** Diese Preisgestaltung markiert eine radikale Abkehr vom gewohnten Verhalten schweizerischer Importeure.

Denn sie bedeutet: **Fluri verzichtet auf alle üblichen Kostenaufschläge.** Weder für die hohen Schweizer Löhne noch für die hohen Mieten. Ein Kinderspiel ist es nicht, diese Preispolitik durchzuhalten. Fluri: **«Wir müssen die Mehrkosten wettmachen, indem wir besser arbeiten als die Konkurrenz im Ausland.»** Anders gehe es nicht. «Die Preise müssen runter und Schluss!» Die Kunden würden nichts anderes mehr tolerieren. ●



Seit der Aufhebung des Euro-Mindestkurses ist das Preisschild veraltet: Importeur Fluri rechnet jetzt mit dem Kurs 1:1.