

Presserohstoff:

BAKBASEL-Studie zum Schweizer Kamera-Markt

Basel, 15. Dezember 2011 –BAKBASEL hat in einer Studie die Angebots- und Nachfragestruktur sowie die Endverkaufspreise auf den Schweizer Imaging-Märkten (Spiegelreflex- und Kompaktkameras) von April 2007 bis März 2010 analysiert. Nikon Schweiz hatte die Studie in Auftrag gegeben, nachdem die Wettbewerbskommission (WEKO) eine Untersuchung gegen Nikon eröffnet hatte. In ihrem heute bekannt gegebenen Endentscheid gelangt die WEKO zum Ergebnis, dass der Wettbewerb auf den Schweizer Imaging-Märkten zwischen Frühjahr 2008 und Frühjahr 2010 aufgrund des Verhaltens von Nikon erheblich beeinträchtigt war. Diese Schlussfolgerung wird von der Studie der BAKBASEL nicht gestützt. Die Studie gelangte zusammengefasst zu folgenden Ergebnissen: Ein Vergleich mit den Imaging-Märkten in den umliegenden Ländern zeigt, dass dort eine ähnlich hohe Marktkonzentration vorherrscht. Die Datenanalyse deutet darauf hin, dass der Wettbewerb zwischen den Anbietern funktioniert und die Verbraucher sehr sensitiv auf Preisänderungen reagieren. Die durchschnittlichen Preisunterschiede im Kameramarkt zwischen der Schweiz und den umliegenden Ländern sind vergleichsweise gering und entsprechen den Preisunterschieden in anderen Märkten des Non-Food-Bereichs. Als wichtigstes Ergebnis kann festgehalten werden, dass sich die Preisdifferenzen gegenüber dem Ausland bei Nikon-Kameras nicht signifikant und systematisch von den Preisdifferenzen gegenüber dem Ausland bei anderen Kameraherstellern unterscheiden.

Hintergrund

Nikon Schweiz hat BAKBASEL beauftragt, eine Analyse zum Schweizer Imaging-Marktes zu erstellen. Hintergrund der Studie ist die Eröffnung einer Untersuchung (Kartellgesetz [KG], Artikel 27) der Schweizerischen Wettbewerbskommission (WEKO) gegen Nikon AG wegen unzulässiger Wettbewerbsabrede.

Im Rahmen der Studie von BAKBASEL werden verschiedene ökonomische Aspekte des Imaging-Marktes untersucht. Es handelt sich hierbei um eine rein ökonomische Analyse auf der Ebene des Gesamtmarktes. Einzelne Fallbeispiele oder rechtliche Aspekte aus der WEKO-Untersuchung spielen keine Rolle. Im Vordergrund stehen Fragen zur Wettbewerbssituation und zu den daraus resultierenden Endverbraucherpreisen für Kameras in der Schweiz. Die Analyse umfasst den Zeitraum zwischen April 2007 und März 2010.

Fragestellung

Die Studie kann grob in zwei Themenfelder aufgeteilt werden: Die Analyse der Marktstruktur und die Analyse des Marktergebnisses, wobei der Schwerpunkt auf letzterem liegt. Die komparative Analyse der Preisniveaus und -dynamik (Marktergebnis) umfasst **erstens** eine Einordnung der internationalen Preisunterschiede im Imaging-Markt in das gesamte Konsumgüter-spektrum, **zweitens** eine detaillierte Analyse der Preisunterschiede für Kameras in der Schweiz und im umliegenden Ausland und **drittens** einen Vergleich der Preisentwicklung von Nikon-Produkten und Kameras anderer Hersteller in der Schweiz. Es soll aufgezeigt werden, inwieweit die beobachteten Preisunterschiede und das damit verbundene Arbitragepotenzial (d.h. das Potenzial zum Ausnutzen von Preisdifferenzen auf verschiedenen Märkten durch Zwischenhandel) bei Nikon-Produkten den Schluss zulassen, dass sich die Preise und die Preisunterschiede von Nikon-Kameras systematisch anders verhalten als jene der Konkurrenten.

Neben der Preisanalyse wird auch die Markt- und Wettbewerbssituation für Imaging-Produkte (Marktstruktur) untersucht. Dabei soll untersucht werden, wie hoch der Wettbewerb zwischen den Anbietern im Schweizer Markt für Kameras ist. Neben der Angebotsstruktur wird auch die Nachfrageseite beleuchtet. Hierbei steht die Frage im Mittelpunkt, wie stark (potenzielle) Käufer von Kameras in der Schweiz auf Preisänderungen reagieren. Anhand ökonomischer Schätzungen werden hierzu Preis- und Kreuzpreiselastizität geschätzt. Die Elastizitäten geben Hinweise darauf, wie sich Preisänderungen bei Kameras auf die abgesetzte Menge auswirken. Mit der Kreuzpreiselastizität wird zudem beschrieben, welche Auswirkungen Preisänderungen bei Konkurrenzprodukten auf die Nachfrage haben.

1) Analyse der internationalen Preisunterschiede: Einordnung des Kamera-Marktes

Im Mittelpunkt der Analyse des Marktergebnisses steht der internationale Vergleich der Konsumentenpreise für Imaging-Produkte aller Hersteller. Der Preisvergleich von Spiegelreflexkameras (SLR) und Kompaktkameras zwischen der Schweiz und dem umliegenden Ausland (Deutschland, Frankreich, Italien, Österreich) zeigt, dass die Preise (inkl. MWST) im Ausland je nach Kameratyp und Jahr im Durchschnitt geringfügig tiefer sind. Spiegelreflexkameras (SLR) sind im Beobachtungszeitraum im EU4-Schnitt zwischen 1 und 6 Prozent günstiger als in der Schweiz. Wird die MWST von den Endverkaufspreisen abgezogen, dann beträgt die Differenz bei den SLR-Kameras zwischen 14 und 18 Prozent. Bei den Kompakt-Kameras bestehen im Schnitt nahezu keine Preisdifferenzen. Im Jahr 2007 waren Kompakt-Kameras in der Schweiz sogar etwas günstiger als im Ausland. Ohne MWST beträgt die Differenz bei den Kompakt-Kameras zwischen 9 und 16 Prozent.

Auch zwischen den Vergleichsländern Deutschland, Frankreich, Italien und Österreich bestehen erhebliche Preisdifferenzen (bis zu 10 Prozent). Trotz eines gemeinsamen EU-Binnenmarktes bestehen innerhalb der EU grosse Unterschiede bei den Konsumentenpreisen.

Vergleichende Preisniveaus (CH=100), SLR- und Kompakt Kameras, inkl. Mehrwertsteuer

SLR-Kameras	CH	EU4	DE	FK	IT	AT
Geschäftsjahr 2009	100	96	90	98	103	92
Geschäftsjahr 2008	100	94	92	98	95	92
Geschäftsjahr 2007	100	99	95	97	102	100

Kompakt-Kameras	CH	EU4	DE	FK	IT	AT
Geschäftsjahr 2009	100	98	92	94	105	102
Geschäftsjahr 2008	100	97	94	94	102	98
Geschäftsjahr 2007	100	105	100	103	110	106

Indiziert CH = 100, inkl. MWST

Quelle: GfK, BAKBASEL

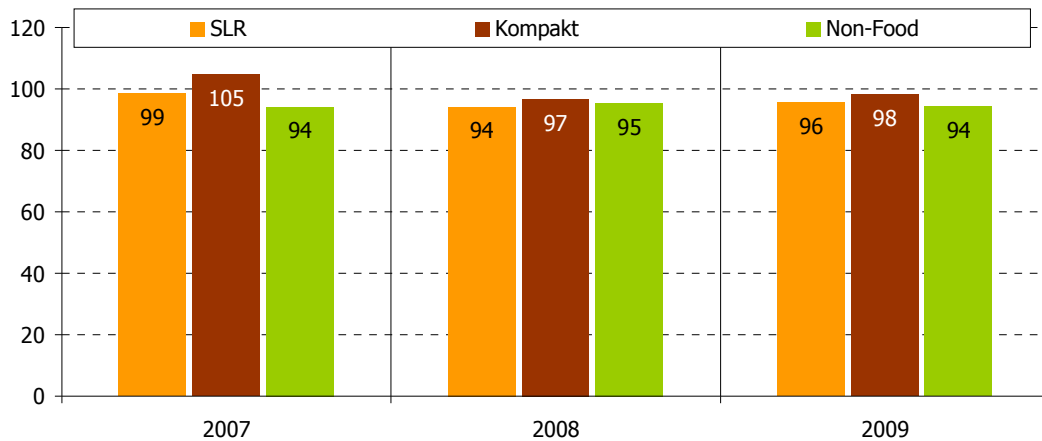
Lesehilfe:

2009 wird für den Durchschnitt der vier umliegenden Länder Deutschland, Frankreich, Österreich und Italien (EU4) bei den SLR-Kameras (Spiegelreflexkameras) ein Indexwert von 96 berechnet. D.h. SLR-Kameras waren in den vier umliegenden Ländern durchschnittlich 4 Prozent günstiger als in der Schweiz.

Der Befund, dass Kameras aller Hersteller in der Schweiz im Schnitt geringfügig teurer sind als im Ausland, lässt für sich alleine keine eindeutigen Schlüsse im Hinblick auf die Wettbewerbssituation des Kamera-Marktes zu. Vergleicht man die Preisdifferenzen von SLR- und Kompakt-Kameras mit den Preisdifferenzen für den gesamten Non-Food-Detailhandel, dann zeigt sich, dass die Unterschiede bei Kameras nicht aussergewöhnlich gross sind. Es gibt mehrere Segmente des Non-Food-Detailhandels, welche deutlich grössere Unterschiede aufweisen, als sie im Imaging-Markt vorhanden sind.

Auf der Ebene von Konsumentenpreisen gibt es zwischen den Ländern immer gewisse Preisdifferenzen- trotz freien Märkten und offenem Marktzugang. Dies belegen die Preisunterschiede zwischen den vier untersuchten Euro-Ländern. Der Imaging-Markt ist dabei kein Sonderfall. Warum kommt es selbst bei einem einheitlichen Binnenmarkt nicht zu einer vollständigen Nivelierung der Preisunterschiede? Der Grund ist, dass es neben dem Wareneinstandspreis eine ganze Reihe weiterer Faktoren gibt, welche den Preis mitbestimmen. Selbst bei identischen Wareneinstandskosten können sich die Konsumentenpreise im internationalen Vergleich deutlich unterscheiden, z.B. aufgrund von unterschiedlich hohen Vorleistungs-, Arbeits- oder Fremdkapitalkosten oder aufgrund unterschiedlich hoher Gewinnmargen.

Vergleichende Preisniveaus im EU4-Durchschnitt (CH=100) für Kameras und gesamtes Non-Food-Segment, 2007-2009



Werte für EU4 (Ungewichteter Mittelwert von DE, FK, IT, AT)
Indexiert CH = 100, inkl. MWST,
SLR und Kompakt = Geschäftsjahr, Non-Food = Kalenderjahr
Quelle: GfK, BAKBASEL

Lesehilfe:

2009 kosteten Non-Food-Produkte im EU4-Durchschnitt 94 Prozent des Schweizer Preises. Non-Food-Produkte waren also im EU4-Durchschnitt 6 Prozent günstiger als in der Schweiz. Kompakt-Kameras waren in den Nachbarländern im Durchschnitt 2 Prozent und Spiegelreflexkameras (SLR) 4 Prozent günstiger.

2) Analyse der internationalen Preisunterschiede: Nimmt Nikon eine Sonderstellung ein?

Im Beobachtungszeitraum bestand für Nikon-Kameras ein teilweise beträchtliches Arbitragepotenzial. Dieser Befund gilt allerdings auch für die meisten Konkurrenzprodukte. Im Hinblick auf die Erheblichkeit eines möglichen wettbewerbsrechtlichen Fehlverhalten Nikons sollte deshalb untersucht werden, ob die Preisunterschiede zum Ausland bei Nikon-Kameras systematisch höher sind als bei den Kameras anderer Hersteller.

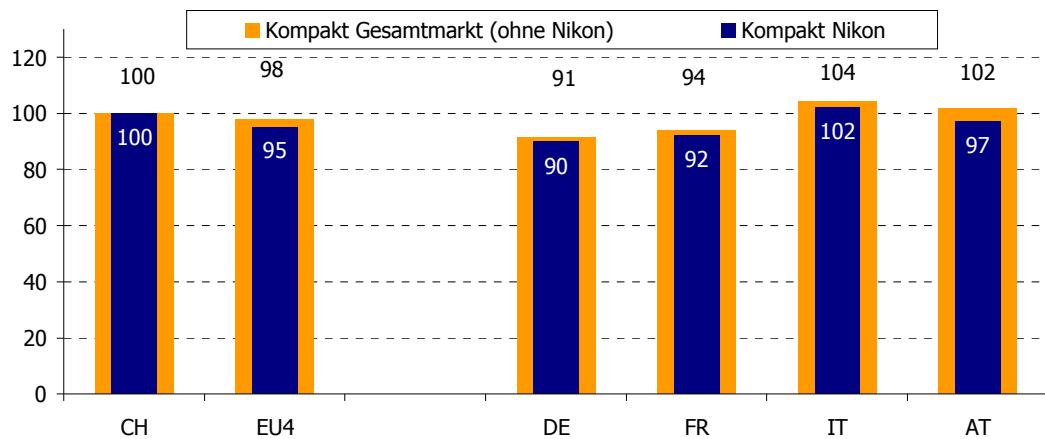
Um diese Frage zu klären, werden zunächst wie oben vergleichende Preisniveaus (Comparative Price Levels, CPLs) für Nikon-Produkte und deren Konkurrenzprodukte berechnet. Es werden also nur Kamera-Typen untersucht, welche sowohl in der Schweiz als auch in den umliegenden vier Ländern verkauft wurden. Somit ist das Produktsample für alle Länder identisch.

Um eine Aussage bezüglich der Preisdifferenzen von Nikon-Produkten im Verhältnis zu Preisdifferenzen des Gesamtmarkts/Konkurrenzprodukte zu machen, werden die jeweiligen CPLs gegenübergestellt. In den beiden folgenden Abbildungen werden im Sinne eines veranschaulichenden Beispiels die berechneten durchschnittlichen CPLs für Nikon-Produkte und für den Gesamtmarkt (ohne Nikon) im Geschäftsjahr 2009 dargestellt. In der Studie wurden die gleichen Berechnungen auch für die Geschäftsjahre 2007 und 2008 gemacht. Wiederum wird der Imaging-Markt in SLR- und Kompakt-Kameras aufgeteilt und separat analysiert.

Kompakt-Kameras

Bei den Kompakt-Kameras von Nikon ergibt sich im Jahr 2009 für den EU4-Mittelwert ein CPL von 95, wobei mit Ausnahme von Italien in allen Ländern im Durchschnitt tiefere Preise für Nikon-Kameras zu beobachten sind. Am günstigsten sind im Durchschnitt Kompakt-Kameras von Nikon in Deutschland, gefolgt von Frankreich und Österreich. Für Nikon-Kompaktkameras ergibt sich im EU4-Durchschnitt ein CPL von 95. Für den gesamten restlichen Kompaktkamera-Markt (Gesamtmarkt ohne Nikon) ergibt sich im EU4-Durchschnitt ein CPL von 98. Demzufolge betrug der Preisunterschied zum Ausland bei Nikons Konkurrenten 2 Prozent, während Nikon-Kompaktkameras in den umliegenden Ländern im Durchschnitt 5 Prozent günstiger waren.

Vergleichende Preisniveaus Nikon und CPL Gesamtmarkt (ohne Nikon), GJ 2009, Kompakt-Kameras



CH = 100, inkl. MWST, GJ = Geschäftsjahr
Quelle: GfK, BAKBASEL

Lesehilfe:

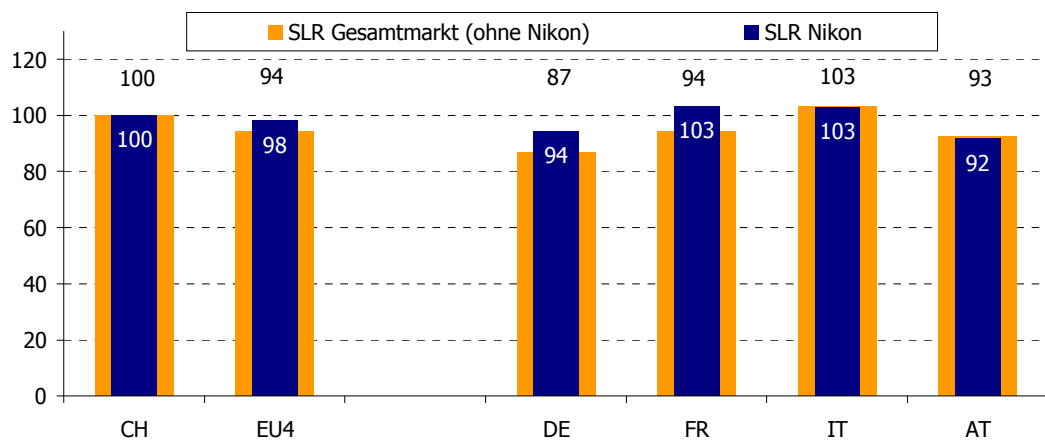
2009 kosteten Kompaktkameras von Nikon im EU4-Durchschnitt lediglich 95 Prozent des Schweizer Preises – und waren damit 5 Prozent günstiger als in der Schweiz. Für den gesamten restlichen Kompaktkamera-Markt (Gesamtmarkt ohne Nikon) betrug der Preisunterschied 2 Prozent.

SLR-Kameras

Im Geschäftsjahr 2009 resultiert für Nikon-SLR-Kameras im Durchschnitt ein CPL von 98 für den Mittelwert (EU4) der vier umliegenden Länder. Die grössten Preisdifferenzen für Nikon-Produkte bestehen gegenüber Österreich (CPL von 92) und Deutschland (CPL von 94). In Frankreich und Italien sind SLR-Kameras von Nikon im Durchschnitt teurer (inkl. MWST) als in der Schweiz.

Wie aus der nachfolgenden Abbildung ersichtlich wird, ist die Preisdifferenz Schweiz gegenüber EU4 bei SLR-Kameras von Nikon kleiner als bei SLR-Kameras von Nikons Konkurrenten. Eine Kamera von Nikon kostete im Durchschnitt der vier umliegenden Länder 2 Prozent weniger als in der Schweiz. Die SLR-Kameras von Nikons Konkurrenten kosten im Durchschnitt in den vier Ländern 6 Prozent weniger als in der Schweiz.

Vergleichende Preisniveaus Nikon und CPL Gesamtmarkt (ohne Nikon), GJ 2009, SLR-Kameras

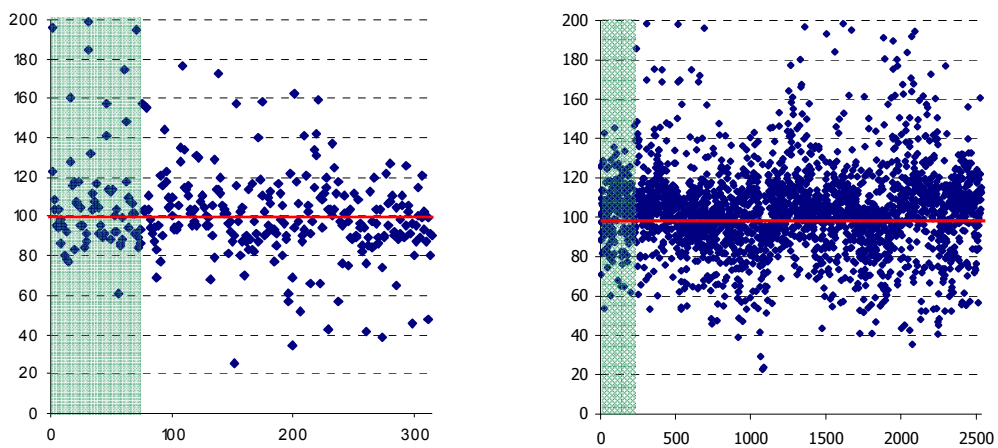


CH = 100, inkl. MWST, GJ = Geschäftsjahr
Quelle: GfK, BAKBASEL

Fazit

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Nikon-Preisdifferenzen in das Bild der Preisdifferenzen im gesamten Imaging-Sektor passen. Die internationalen Preisdifferenzen bei Nikon-Kameras zeigen keine Auffälligkeit im Vergleich zu Konkurrenzprodukten. Diese Aussage lässt sich auch mit statistischen Tests überprüfen. Es gibt keinerlei Evidenz dafür, dass die Preisunterschiede von Nikon-Kameras systematisch unterschiedlich im Vergleich zu anderen Produkten sind. In den Jahren 2007 bis 2009 lassen sich sogar mehr Fälle identifizieren, in denen die Preisdifferenz bei Nikon-Kameras kleiner ist als bei Kameras von Nikons Konkurrenten.

Vergleichende Preisniveaus DE, FK, IT, AT, Geschäftsjahr 2009



Linke Grafik = SLR-Kameras, rechte Grafik = Kompakt-Kameras. Grün hinterlegt = Nikon-Produkte
CH = 100, inkl. MWST

Quelle: GfK, eigene Berechnungen

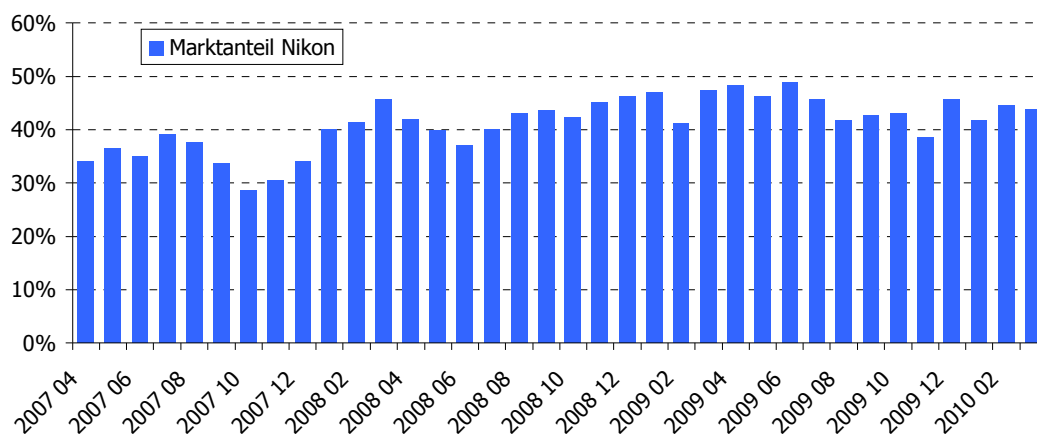
Lesehilfe: Ein Wert von 80 bedeutet, dass die betreffende Kamera im Ausland lediglich 80 Prozent des Preises in der Schweiz kostet, also 20 Prozent günstiger ist.

3) Analyse der Marktstruktur: Angebotsseite

Die Untersuchung der Wettbewerbssituation auf dem Schweizer Imaging-Markt hat gezeigt, dass vor allem im Kompakt-Segment sehr viele Anbieter mit vielen unterschiedlichen Kameratypen auf dem Schweizer Markt sind. Im Zeitraum April 2007 bis März 2010 wurden mehr als 1'200 verschiedene Kompakt-Kameratypen in der Schweiz verkauft. Diese Kompakt-Kameras stammen von 57 unterschiedlichen Produzenten. Trotz dieser hohen Zahl von verschiedenen Produkten gibt es klare Marktleader (Olympus, Sony, Samsung). Der auf Basis der Marktanteile der Unternehmen berechnete Herfindahl-Hirschmann-Index (0.158) – eine gebräuchliche Masszahl für die Beurteilung der Marktkonzentration - weist auf eine gemäss internationalen Konventionen moderate Marktkonzentration hin.

Im SLR-Segment (Spiegelreflexkameras) ist die Marktkonzentration deutlich ausgeprägter. Einerseits ist die Zahl der unterschiedlichen Anbieter kleiner (lediglich 11 Marken im Zeitraum April 2007-März 2010), andererseits aber auch die Zahl der angebotenen Kameratypen (90). Am erfolgreichsten auf dem Schweizer Markt sind die Anbieter Nikon, Canon und Sony. Dementsprechend liegt auch der Herfindahl-Hirschmann-Index deutlich höher (0.325). Die Analyse der Veränderung der Marktanteile über die Zeit kann jedoch als Indiz dafür gedeutet werden, dass der Wettbewerb zwischen den Anbietern trotz der relativ hohen Konzentration funktioniert. So schwankten bspw. die umsatzmässigen Marktanteile von Nikon im Zeitraum April 2007 - März 2010 zwischen 28.5 und 48.9 Prozent.

Marktanteile Nikon im SLR-Markt Schweiz (April 2007 – März 2010)



Basieren auf den Umsätzen (Durchschnittspreis x Anzahl verkaufte Produkte)
Quelle: GfK, eigene Berechnungen

Bei einem Vergleich mit den umliegenden Ländern zeigt sich, dass der Schweizer Imaging-Markt sowohl im Kompaktkamera- als auch im SLR-Segment keine aussergewöhnlich hohe Marktkonzentration aufweist. Ein Vergleich der Marktanteile von Nikon in der Schweiz mit den Nikon-Marktanteilen im umliegenden Ausland zeigt, dass die Wettbewerbssituation in der Schweiz auch diesbezüglich kein Spezialfall darstellt, sondern sich unauffällig in das internationale Bild einpasst.

Herfindahl-Hirschmann-Index (HHI) für die Schweiz und die umliegenden Länder

	Schweiz	EU4	Deutschland	Italien	Österreich	Frankreich
Kompakt Markt	0.158	0.124	0.131	0.114	0.126	0.127
SLR Markt	0.325	0.369	0.376	0.417	0.352	0.330

Quelle: GfK, eigene Berechnungen

4) Analyse der Marktstruktur: Nachfrageseite

Bei der Analyse der Nachfrageseite steht die Frage im Mittelpunkt, wie stark (potenzielle) Käufer von Kameras in der Schweiz auf Preisänderungen reagieren. Anhand ökonomischer Schätzungen werden hierzu Preis- und Kreuzpreiselastizitäten geschätzt. Die Preiselastizität der Nachfrage gibt Hinweise darauf, wie sich Preisänderungen bei Kameras auf die abgesetzte Menge auswirken. Mit der Kreuzpreiselastizität wird zudem beschrieben, welche Auswirkungen Preisänderungen bei Konkurrenzprodukten auf die Nachfrage haben.

Die ökonomische Analyse der Nachfrage im Imaging-Markt deutet darauf hin, dass die Verbraucher sehr sensitiv auf Preisänderungen reagieren. Die ökonomische Analyse ergibt in den meisten Fällen eine negative Eigenpreiselastizität der Nachfrage im Imaging-Markt. D.h. Preissteigerungen führen tendenziell zu einem Nachfragerückgang. Des Weiteren weisen die geschätzten Kreuzpreiselastizitäten in den meisten Produktkategorien positive Werte auf. Dies bedeutet, dass der Preis für eine Kamera also nicht unabhängig von der Preisentwicklung der Konkurrenzprodukte festgelegt werden kann.

Die empirischen Ergebnisse weisen darauf hin, dass der Preis ein zentrales strategisches Element im Wettbewerb darstellt. Die ökonomische Analyse deutet darauf hin, dass ein Unternehmen, welches seine Preise spürbar höher setzt als die Konkurrenten, mit signifikanten Einbussen beim Absatz rechnen muss.

5) Analyse der Preisdynamik

Eine Argumentationslinie der WEKO bei der Analyse der Preise von Nikon betrifft die Preisdynamik. Die WEKO vermutet, dass es zwischen September 2009 und Januar 2010 zu einem Strategiewechsel im Hinblick auf die Preispolitik Nikons und darauf folgend zu einer Trendabweichung der Preisentwicklung gekommen sei. Als Analyseinstrument verwendet die WEKO eine statistische Strukturbruchanalyse.

Weder die deskriptiv-statistische noch die ökonometrische Analyse kann die Sichtweise und Argumentation der WEKO stützen. Eine einfache Auswertung der Daten zeigt deutlich auf, dass sich die Preisentwicklung der Nikon-Kameras nicht systematisch anders verhält als bei der zugrunde gelegten Peer Group. Eine Struktur, die auf eine Sonderstellung der Nikon-Produkte im Hinblick auf ihre Preisentwicklung oder deren Veränderung ab September 2009 hinweist, ist nicht zu erkennen.

Die von der WEKO dargelegten Strukturbruchanalysen können die Hypothese zu hoher Preise von Nikon-Produkten bzw. die Vermutung eines Strukturbruchs in der Periode ab September 2009 nicht stützen. Die methodische Auseinandersetzung mit den von der WEKO durchgeführten Tests sowie die Ergebnisse eigener ökonometrischer Analysen zeigen, dass die von der WEKO abgeleiteten Schlussfolgerungen nicht haltbar sind. Wie die Ergebnisse der empirischen Analyse zeigen, könnte man mit dieser Art von Analyse genauso gut die These unterstützen, dass ein Strukturbruch in die andere Richtung erfolgt ist, d.h. sich der Preissenkungstrend beschleunigt habe. Dies wäre allerdings genauso wenig zulässig. Tatsächlich kann die Preisentwicklung der Nikon-Kameras mit der allgemeinen Marktentwicklung sehr gut nachvollzogen werden. Dies spricht dafür, dass marktbezogene Faktoren und/oder die allgemeinen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen einen hohen Einfluss auf die Preisentwicklung hatten.

6) Schlussbemerkungen

Insgesamt lassen sich die Ergebnisse wie folgt zusammenfassen:

- Die Nachfrage nach Imaging-Produkten ist sehr preissensitiv, so dass der Wettbewerb zwischen den verschiedenen Anbietern spielt.
- Die Angebotsstruktur ist im internationalen Vergleich unauffällig.
- Preisdifferenzen zwischen der Schweiz und den umliegenden Ländern sind sowohl für den Imaging-Markt (im Non-Food-Bereich) als auch für Nikon-Produkte (im Imaging-Markt) unauffällig.
- Die Preisentwicklung der Nikon-Produkte ist in der Periode 2007 bis 2010 (unter besonderer Berücksichtigung der Einführung von Swiss Garantie im Herbst 2009) im Vergleich zum gesamten Imaging-Markt unauffällig.

7) Datenquelle und methodische Aspekte

Datensample

Im Gutachten «Analyse des Imaging-Marktes unter besonderer Berücksichtigung von Nikon-Produkten» wurden Marktdaten zum Imaging-Segment verwendet, welche vom Marktforschungsunternehmen GfK erhoben und bewirtschaftet werden. Dieses Datenset lag auch den Analysen der WEKO zugrunde. Im Fokus standen dabei die erhobenen Werte der monatlichen Durchschnittspreise (Konsumentenpreise, inkl. MWST, in Euro) sowie die Anzahl der verkauften Produkte pro Monat für Kameras mit Wechselobjektiven (SLR) und Kameras ohne Wechselobjektive (Kompakt).

Produktauswahl

Bei der Analyse wird immer zwischen Kompakt-Kameras (ohne Wechselobjektive) und SLR-Kameras (mit Wechselobjektiven) unterschieden. Sämtliche Berechnungen werden jeweils getrennt für die beiden Produktkategorien vorgenommen.

Bei den Preisvergleichen werden nur die Kameras berücksichtigt, welche in der jeweils untersuchten Periode auch tatsächlich in der Schweiz verkauft wurden. Kameras, welche zwar im Ausland, aber nicht in der Schweiz in den Handel kamen, werden nicht berücksichtigt. Anhand dieses Auswahlverfahrens und unter Berücksichtigung des Zeithorizonts (siehe unten) können maximal 1'237 Kompakt-Kameras und 90 SLR-Kameras untersucht werden.

In einigen Kapiteln beruht die Analyse nicht auf dem gesamten Sample, sondern es interessieren lediglich einzelne Nikon-Kameras. Aus diesem Grund wurden sogenannte Peer-Groups gebildet, welche gemäss Angaben von Nikon AG die wichtigsten Konkurrenzprodukte für die jeweilige Nikon-Kamera darstellen.

Definition Peer-Group:

Eine Peer-Group ist eine Auswahl von vergleichbaren Kameras. Das wichtigste Kriterium ist dabei die Beschaffenheit / Eigenschaft des jeweiligen Produkts. Auch der Preis ist ein bedeutendes Kriterium für das Zusammenfassen von Kameras in einer Vergleichsgruppe. Die Auswahl der Produkte für die Peer-Groups wurde von Nikon AG getroffen.

Zeithorizont

In dieser Studie steht grundsätzlich die Zeitperiode April 2007 bis März 2010 im Fokus der Untersuchung. Die internationalen Preisvergleiche erfolgen auf Jahresbasis. Allerdings werden dabei nicht Kalenderjahre sondern Geschäftsjahre (April bis März) analysiert. Die Preisvergleiche werden für die Geschäftsjahre 2007, 2008 und 2009 vorgenommen.

Umrechnung in Schweizer Franken

Bei einigen der folgenden Analysen interessieren nicht die internationalen Preisunterschiede, sondern die Preisentwicklung in der Schweiz, resp. die Preisunterschiede von verschiedenen Marken innerhalb der Schweiz. Aus diesem Grund müssen die GfK Daten, welche in Euro vorhanden sind, in Schweizer Franken (CHF) umgerechnet werden. Dabei verwendete BAKBASEL jeweils die durchschnittlichen Monatswechselkurse Euro/CHF.

Mehrwertsteuer (MWST)

Die GfK-Daten sind die tatsächlichen Verkaufspreise und beinhalten somit auch die jeweils zu bezahlende Mehrwertsteuer. In der Schweiz liegt der MWST-Satz deutlich unter den Sätzen der Vergleichsländer. Aus diesem Grund werden meistens die Preisdifferenzen mit und ohne MWST aufgezeigt. Aus Konsumentensicht macht es allerdings Sinn, die Preise inkl. MWST zu analysieren, da er diese zusätzlichen Kosten beim Einkauf im Inland nicht umgehen kann.

Im zweiten Teil der Preisanalyse (Preisunterschiede innerhalb des Imaging-Marktes) stehen vor allem relative Vergleiche von Teilsamples (Nikon vs. Konkurrenten) im Vordergrund, und es spielt keine Rolle, ob die MWST abgezogen wird oder nicht.

Relative Preisniveaus (Comparative Price Level, CPL)

Die CPL bilden das zentrale Instrument für die Analyse von internationalen Preisunterschieden. Das CPL wird üblicherweise indexiert dargestellt, wobei das Referenzland (hier die Schweiz) den Wert von 100 erhält.

Beispiel für die Berechnung des relativen Preisniveaus für das Produkt A, welches in der Schweiz in Euro umgerechnet 1'526 Euro kostet und in Deutschland 1'289 Euro:

$$\text{CPL (A)} = P(\text{DE,A}) / P(\text{CH,A}) * 100 = 1'289 \text{ Euro} / 1'526 \text{ Euro} * 100 = 84.$$

Somit zahlt der Konsument in Deutschland für das gleiche Produkt A lediglich 84 Prozent des Betrages, welcher in der Schweiz aufgewendet werden müsste. Oder mit anderen Worten, die Preisdifferenz für Produkt A zwischen der Schweiz und Deutschland beträgt 16 Prozent.

Aggregationen/Mittelwerte von CPLs

Normalerweise werden nicht die Preise von einzelnen Produkten verglichen, sondern es interessieren die Preisdifferenzen für den gesamten Imaging-Markt oder für ein bestimmtes Teilsample (bspw. Nikon-Produkte). Folglich werden CPLs zusammengefasst und als Mittelwert dargestellt. Aufgrund der hier unterstellten Fragestellung sind alle Mittelwerte ungewichtet. Eine Gewichtung, beispielsweise anhand der Anzahl der verkauften Produkte, macht anhand der hier vorrangigen Fragestellung wenig Sinn, da die Preisdifferenz jedes einzelnen Produkts gleichbedeutend ist. Eine Gewichtung ergibt dann einen Sinn, falls ein Mittelwert über verschiedene Produktkategorien mit sehr unterschiedlicher Kaufhäufigkeiten gebildet wird. So wurden beispielsweise in der Studie «Kosten, Preise, Performance. Der Schweizer Detailhandel im internationalen Vergleich», BAKBASEL (2010) die CPL für den gesamten Detailhandel mit einem Schweizer Warenkorb gewichtet.

Bei den Sensitivitätsanalysen wird aber auch ein Beispiel dargestellt, wo gewichtete Mittelwerte verwendet werden. Dabei wurden für alle untersuchten Länder die Schweizer Gewichte (Anzahl verkaufter Produkte in der jeweiligen Periode) unterstellt.

Vergleichsländer

Im Fokus der Preisvergleiche stehen die vier umliegenden Länder der Schweiz: Deutschland, Frankreich, Italien und Österreich. Oft werden die vier Länder zu einem Mittelwert (EU4) zusammengefasst. Wie bei der Mittelwertberechnung von CPLs wird auch hier ein gleich gewichteter Mittelwert verwendet. Mit einem gewichteten Mittelwert (bspw. mit der Anzahl der verkauften Produkte im jeweiligen Land) hätte der Preis in Deutschland deutlich mehr Gewicht als der Preis in Österreich.

8) Informationen zu BAKBASEL und Referenzen

BAK Basel Economics AG (BAKBASEL) wurde 1980 als spin-off der Universität Basel gegründet. Seit 1987 hat das Unternehmen die Rechtsform einer Aktiengesellschaft nach Schweizerischem Recht und ist juristisch, politisch und wissenschaftlich unabhängig. BAKBASEL erstellt volkswirtschaftliche Analysen und Prognosen erstellt und bietet Beratungsdienstleistungen auf empirischer und quantitativer Ebene an. Im Fokus der Arbeiten stehen gesamtwirtschaftliche sowie branchen- und regionenspezifische Fragestellungen, sowohl aus konjunktureller als auch struktureller Sicht. Auftraggeber sind Regierungen, Verwaltungen, Verbände, Stiftungen und Unternehmen.

Ausgewählte Referenzen zum Thema:

- **Kosten, Preise, Performance. Der Schweizer Detailhandel im internationalen Vergleich.**
Studie im Auftrag der Interessengemeinschaft Detailhandel Schweiz (IG DHS), Oktober 2010
- **Internationaler Systemvergleich der Kosten und Preis bestimmenden Faktoren für Hörmittel.**
Studie im Auftrag von «hörenschiweiz», Juni 2010
- **Preise und Kosten der Schweizer Tourismuswirtschaft im internationalen Vergleich**
Studie im Auftrag des Schweizer Hotellerie-Vereins (hotelleriesuisse), Dezember 2008
- **Kosten und Preisbestimmende Faktoren im Detailhandel**
Studie im Auftrag der Interessengemeinschaft Detailhandel Schweiz (IG DHS), September 2006
- **Preisunterschiede zwischen der Schweiz und der EU: Eine empirische Untersuchung zum Ausmass, zu Erklärungsansätzen und zu volkswirtschaftlichen Konsequenzen.**
Studie im Auftrag des Staatssekretariats für Wirtschaft SECO, Juli 2003
- **Erschöpfung von Eigentumsrechten: Auswirkungen eines Systemwechsels auf die Schweizer Volkswirtschaft.**
Studie im Auftrag des eidgenössischen Institutes für geistiges Eigentum, Mai 2002 (Zusammen mit frontier economics und Plaut Consulting)
- **Der volkswirtschaftliche Nutzen von mobiler Kommunikation und Datentransfer in der Schweiz.**
Studie im Auftrag von economiesuisse, Februar 2002