



Deutsch-Polnisches
Verbraucherinformationszentrum



EUROPA-UNIVERSITÄT
VIADRINA
FRANKFURT (ODER)

Preisvergleich in der deutsch-polnischen Grenzregion

Eine Analyse des Deutsch-Polnischen Verbraucherinformationszentrums
und der Europa-Universität Viadrina

**Anna Maria Bornhausen
Katarzyna Guzenda
Norma Schmitt
Melanie Schröder
Katarzyna Trietz**

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	3
1. Einleitung	4
2. Charakteristik der untersuchten Region.....	5
3. Methode	6
3.1 Die Erhebung der Preise	7
3.2 Der Vergleich der Preise	7
3.3 Die Analyse.....	8
4. Ergebnisse.....	9
4.1 Lebensmittel	9
4.1.1 Mehl & Zucker	9
4.1.2 Obst & Gemüse.....	10
4.1.3 Milchprodukte	12
4.1.4 Fleisch & Wurstwaren	13
4.1.5 Fisch	14
4.1.6 Süßigkeiten.....	15
4.2 Oberbekleidung und Schuhe	15
4.3 Einrichtung.....	16
4.3.1 Einrichtungshäuser Dänisches Bettenlager und JYSK.....	16
4.3.2 Einrichtungshaus IKEA	17
4.4 Haushalts- und Körperpflegeartikel.....	17
4.5 Kraftstoffe und PKW.....	19
4.5.1 PKW	19
4.5.2 Kraftstoffe.....	19
4.6 Dienstleistungen	21
4.6.1 Restaurantbesuch.....	21
4.6.2 Weitere Dienstleistungen.....	23
5. Analyse und Erklärungsversuche.....	23
5.1 Steuerbelastung der Produkte.....	24
5.2 Verbraucherpreisentwicklung.....	25
5.3 Vergleich eines Warenkorbes.....	25
6. Fazit	26
Literaturverzeichnis	28

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Mehl im Zeitverlauf	9
Abbildung 2: Zucker im Zeitverlauf	10
Abbildung 3: Äpfel im Zeitverlauf	11
Abbildung 4: Einheimische und importierte Obstsorten im Vergleich	11
Abbildung 5: Gemüse	12
Abbildung 6: Milch im Zeitverlauf	12
Abbildung 7: Butter in kg im Zeitverlauf	13
Abbildung 8: Milchprodukte	13
Abbildung 9: Fleischwaren in kg	14
Abbildung 10: Wurstwaren	14
Abbildung 11: Fisch in kg	15
Abbildung 12: Süßigkeiten und süße Brotaufstriche	15
Abbildung 13: Schuhe und Accessoires	16
Abbildung 14: Dänisches Bettenlager und JYSK	16
Abbildung 15: IKEA	17
Abbildung 16: Körperpflegeartikel.....	18
Abbildung 17: Haushaltsartikel	18
Abbildung 18: Personenkraftwagen	19
Abbildung 19: Superbenzin	20
Abbildung 20: Diesel	21
Abbildung 21: McDonald´s Produkte im Vergleich (Burger und Pommes)	21
Abbildung 22: McDonald´s Produkte im Vergleich (Getränke und Desserts)	22
Abbildung 23: Pizzerien im Vergleich	22
Abbildung 24: Dienstleistungen	23
Abbildung 25: Verbraucherpreisentwicklung im Vergleich	25

1. Einleitung

Im Jahr 2009 titelte der Spiegel „Deutsche im Discount-Paradies. [...] Selbst aus Berlin kommen die Schnäppchenjäger (nach Słubice)“.¹ Deutsche Touristen aus Berlin und Brandenburg kaufen vor allen Dingen Lebensmittel, Zigaretten und Benzin.² Aber auch in die umgekehrte Richtung kann Einkaufstourismus beobachtet werden. So beschreibt ein Beitrag des Goethe-Instituts die Einkaufstour zweier Słubicer in einer Frankfurter Drogeriemarktkette inklusive vollbepackter Einkaufskörbe. „Kosmetika und Waschmittel sind in Deutschland billiger als in Polen“.³

Słubice und Frankfurt (Oder) sind zwei Grenzstädte, die durch die Oder getrennt, im äußersten Westen bzw. im äußersten Osten der benachbarten Staaten Polen und Deutschland liegen. Die Oderbrücke verbindet beide Städte miteinander, so dass für grenzüberschreitendes Einkaufen nur die Überquerung der Brücke nötig ist. Einen Überblick über die Preise für Produkte und Dienstleistungen beiderseits der Grenze kann man sich über die Internetseiten des Deutsch-Polnischen Verbraucherinformationszentrums der Verbraucherzentrale Brandenburg in Frankfurt (Oder) (www.konsument-info.eu/de/publikationen/preisvergleich) verschaffen; seit November 2009 werden dort aktualisierte Preisvergleiche ausgewählter Produkte und Dienstleistungen aus Ostbrandenburg und der polnischen Wojewodschaft Lubuskie angeboten. Das Zusatzangebot ermöglicht allen BürgerInnen einen Vergleich der Produktpreise am heimischen PC und erfreut sich großer Beliebtheit.

Ausgehend von den erhobenen Produktpreisen auf polnischer und deutscher Seite, schloss sich das Verbraucherinformationszentrum mit Wissenschaftlerinnen der Europa-Universität Viadrina zusammen, um die Daten einer Analyse zu unterziehen. Ziel war es, die Preise und deren Entwicklung genauer zu untersuchen sowie einige Schlussfolgerungen zu ziehen.

Lohnt sich der grenzüberschreitende Einkaufstourismus fünf Jahre nach dem Beitritt Polens zum Schengen-Raum und dem damit verbundenen Wegfall der Grenzkontrollen überhaupt noch?

Bei den Betrachtungen ist das nicht unerhebliche nationale Lohngefälle zwischen Słubice und Frankfurt (Oder) zu berücksichtigen.

Gemäß der Theorie würden sich über die Zeit die Preise bei handelbaren Gütern wie z.B. Lebensmitteln, Drogerieartikeln und Benzin angleichen (Gesetz des einheitlichen Preises). Für nicht-handelbare Güter wie Dienstleistungen (Friseur, Reinigung, Restaurant) bleiben Preisunterschiede jedoch bestehen, die durch unterschiedliche Lohnniveaus in den Grenzregionen erklärt werden können (Samuelson-Balassa-Theorem).

Die vorliegende Studie zeigt, dass keine pauschale Aussage über die deutsch-polnische Grenzregion hinsichtlich der Preisdifferenzen von Produkten möglich ist. Einige Produkte sind auf deutscher Seite teurer, andere Produkte auf polnischer Seite. Zudem sind die Preisentwicklungen über die Zeit teilweise starken Schwankungen unterworfen.

Obwohl die Vorteilhaftigkeit des grenzüberschreitenden Einkaufstourismus den Einwohnern der Region durchaus präsent ist, wie in dieser Studie auch gezeigt werden kann, gibt es im-

¹ Spiegel online (2009).

² Vgl. Englert et al. (2011).

³ Flückinger (2010).

mer noch Personen, die die Grenze noch nie überschritten haben.⁴ Den Geldbeutel schonende Angebote sowie die Möglichkeit, eine neue Kultur kennenzulernen, scheinen für manche keinen ausreichenden Anreiz zu sein, um das Nachbarland zu besuchen. Die Reduzierung der in diesem Zusammenhang oft zitierten Transaktionskosten wäre also wichtig, denn es erhöht den Anreiz zu grenzüberschreitendem Einkäufen und bringt der Region Wachstum und Wohlstand.⁵

Einem einleitenden Kapitel zur Beschreibung der Region folgt die detaillierte Darstellung von Erhebung und Auswertung sowie die Herausforderungen, die die Erstellung dieser Studie auf der Grundlage bereits existierender Daten mit sich brachte. Kapitel 4 präsentiert anschließend untergliedert in Produkt- und Dienstleistungsgruppen den eigentlichen Preisvergleich, der im fünften Kapitel kritisch reflektiert wird. Einige abschließende Worte zum Ausblick und zur Einordnung der Erkenntnisse dieser Studie folgen im Fazit.

2. Charakteristik der untersuchten Region

Ślubice und Frankfurt (Oder) blicken auf eine lange gemeinsame Geschichte zurück. Nach Ende des Zweiten Weltkrieges wurde die Frankfurter Dammvorstadt, die sich östlich der Oder befand, abgetrennt und zum polnischen Ślubice. Erst die innerdeutsche Wende 1989/90 führte dazu, dass sich die beiden Grenzstädte annähernten. Seit 1993 gehören das in der Wojewodschaft Lubuskie liegende Ślubice und die Stadt Frankfurt (Oder) zur Euroregion „Pro Europa Viadrina“. Von dieser Entwicklung profitieren beide Städte, da sie auf vielen Gebieten zusammenarbeiten.

Die Wojewodschaft Lubuskie⁶ grenzt im Westen entlang der Flüsse Oder und Lausitzer Neiße an das Bundesland Brandenburg und an den Freistaat Sachsen, im Süden an die Wojewodschaft Dolnośląskie (Niederschlesien), im Osten an die Wojewodschaft Wielkopolskie (Großpolen) und im Norden an die Wojewodschaft Zachodniopomorskie (Westpommern). Die Wojewodschaft Lubuskie hat eine Gesamtfläche von fast 14.000 km². Hier leben über eine Million Einwohner.

Die kreisfreien Städte Frankfurt (Oder) und Cottbus sowie die Landkreise Märkisch-Oderland Oder-Spree und Spree-Neiße liegen im Bundesland Brandenburg und bilden die Grenzregionen zu Lubuskie.⁷ Die Gesamtfläche beträgt ca. 6331 km². Hier leben ca. 660.000 Einwohner. Während die Regionen in Brandenburg insgesamt unter einem Rückgang der Bevölkerung leiden, wächst in Lubuskie die Zahl der Einwohner langsam. Beide Regionen verzeichnen allerdings insgesamt einen Rückgang der erwerbsfähigen Bevölkerung.⁸

In den betrachteten Regionen lagen die Arbeitslosenquoten (registrierte Arbeitslosigkeit) im Jahr 2010 jeweils deutlich oberhalb des Landesdurchschnitts. Während der Bundesdurchschnitt in Deutschland Ende 2010 bei 7,7 % lag, betrug die Quote in Frankfurt (Oder) 13,7%, in Cottbus 12,3%, im Landkreis Märkisch-Oderland 11,0%, dem Landkreis Oder-Spree

⁴ Vgl. Flückinger (2010).

⁵ Vgl. auch Dascher/Haupt (2011) für eine theoretische Betrachtung von grenzüberschreitendem Einkaufstourismus zwischen Staaten mit hohem Einkommensdifferential und die Möglichkeiten durch lokal initiierte Maßnahmen auf politischer und wirtschaftlicher Ebene die Attraktivität zu steigern.

⁶ Die vorliegende Studie wählt als geostatistischen Bezugsraum für Ślubice die Ebene Nuts 2, die Nuts 3 Ebene für den Raum Ost-Brandenburg.

⁷ Die vorliegende Studie wählt als geostatistischen Bezugsraum für Ślubice die Ebene Nuts 2, die Nuts 3 Ebene für den Raum Ost-Brandenburg.

⁸ Vgl. Land Brandenburg (2011).

10,1% und im Landkreis Spree-Neiße 9,5%.⁹ Der Anteil der registrierten Arbeitslosen an der Erwerbsbevölkerung in Polen betrug 2010 11,1%, in der Wojewodschaft Lubuskie lag diese bei 15,5%.¹⁰

Der brandenburgisch-polnische Grenzraum weist ein starkes West-Ost-Gefälle der Wirtschaftskraft auf. Die regionale Wirtschaftskraft des Landes Brandenburg liegt im Jahre 2009¹¹ bei nur 85% des durchschnittlichen Bruttoinlandsprodukts je Einwohner der 27 europäischen Mitgliedsstaaten. Damit liegt es auch erheblich unter dem BIP Deutschlands, das 116% der EU-27 übertrifft. Das regionale Bruttoinlandsprodukt in Frankfurt (Oder) übererfüllt mit 136% den Durchschnitt der EU-27. Die Landkreise Märkisch Oderland (67%) und Oder-Spree (77%) weisen eine noch geringere Wirtschaftskraft gemessen am EU-27-Durchschnitt auf. Der Landkreis Spree-Neiße allerdings erreicht mit 103% den Durchschnitt der EU-27. Die Wojewodschaft Lubuskie hingegen liegt weit unter dem durchschnittlichen Bruttoinlandsprodukt im gleichen Jahr. Mit 52% liegt es sogar noch unter dem niedrigen Niveau Polens mit 61% des EU-27-Durchschnitts.

Neben der Wirtschaftskraft unterscheidet sich auch das Einkommensniveau in der Grenzregion: Lubuskie liegt mit einem monatlichen Bruttoeinkommen in Höhe von 740 €¹², weit unter dem von Brandenburg mit 2672 €. ¹³ Dennoch ist die Inflation generell volatiler und auch für Nahrungsmittel in Lubuskie erheblich größer als westlich der Oder: allein von 2010 auf 2011 stiegen die Preise für Nahrungsmittel in Lubuskie um 4,7%, während Brandenburg mit 3,1% zwar einen höheren als in den vergangenen Jahren (2009: -1,9%, 2010: 1,0%) jedoch noch immer einen moderaten Preisanstieg zu verzeichnen hat.¹⁴

3. Methode

Die Idee, den Verbrauchern im Raum Frankfurt (Oder) und Stubice Informationen über die lokalen Preise zu geben, wurde 2009 im Deutsch-Polnischen Verbraucherinformationszentrum der Verbraucherzentrale Brandenburg in Frankfurt (Oder) geboren. Die ersten Bearbeitungsschritte in der Phase der Preiserhebung und der ersten monatlich online bereitgestellten und aktualisierten Preisvergleiche führten die MitarbeiterInnen des Deutsch-Polnischen Verbraucherinformationszentrums noch in Eigenregie durch. Nach knapp zwei Jahren der Internetpräsenz von Preisvergleichstabellen wurde beschlossen, die gesammelten Daten auszuwerten. In einem zweiten Schritt wurden die nun vorhandenen Daten im Rahmen einer Kooperationsvereinbarung mit MitarbeiterInnen der Europa-Universität Viadrina analysiert und ausgewertet.

⁹ Vgl. Bundesagentur für Arbeit (2012).

¹⁰ Vgl. Statistical Office Zielona Gora (2012).

¹¹ Eurostat (2012). Gemessen in Kaufkraftstandards. Grundlage für die aktuelle Entscheidung der Förderfähigkeit im Rahmen der Kohäsionspolitik der EU in den Jahren 2014 bis 2020.

¹² Vgl. Zatrudnienie i wynagrodzenia w gospodarce narodowej w 2010 r. - Employment, wages and salaries in national economy in 2010, Hrsg.: Główny urząd statystyczny – Central statistical office, 2010, Tab. 21.

¹³ Vgl. Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2012): Bruttomonatsverdienste ohne Sonderzahlungen im produzierenden Gewerbe und Dienstleistungsbereich in EUR.

¹⁴ Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2012) und Statistical Office Zielona Gora (2012).

3.1 Die Erhebung der Preise

Die Preiserhebung fand in 21 Erhebungswellen zwischen Oktober 2009 und Februar 2012 statt und wurde durch MitarbeiterInnen des Deutsch-Polnischen Verbraucherinformationszentrums Frankfurt (Oder) durchgeführt.

Die betrachteten Geschäfte liegen westlich der Oder in den Städten Frankfurt (Oder) und Cottbus und östlich der Oder in Słubice, Zielona Góra und Gorzów Wielkopolski. Auf polnischer Seite handelt es sich sowohl um kleinere Geschäfte als auch um Supermärkte und Discounter. Auf deutscher Seite wurden dagegen für den Vergleich der Produktpreise nur Supermärkte und Discounter ausgewählt.

Für eine Interpretation der Ergebnisse ist es wichtig zu berücksichtigen, dass sich die Strukturen des Einzelhandels in Deutschland und in Polen durchaus unterscheiden. Während auf der deutschen Seite die Discounter dominieren, wird der tägliche Einkauf auf der polnischen Seite sehr häufig in kleinen „Tante-Emma-Läden“ (vor allem im Bereich der Lebensmittel) erledigt. In Deutschland lag der Marktanteil von Discountern in 2010, trotz eines Rückgangs über die vorangegangenen Jahre, bei rund 43,6%¹⁵. In Polen dagegen entfielen 14% der Einzelhandelsumsätze auf Discounter¹⁶, wobei sicherlich Traditionen eine zentrale Erklärung dafür bieten.

Unabhängig von den Erhebungswellen vor Ort, wurden die Preise für PKW und Einrichtungsgegenstände im Internet als unverbindliche Empfehlung zu zwei Zeitpunkten erhoben.

3.2 Der Vergleich der Preise

Gleiche Produkte in gleichen Supermarktketten in Deutschland und Polen (Supermärkte und Discounter) wurden 14 Mal erhoben. Acht Mal wurden die gleichen Produkte in unterschiedlichen Arten von Geschäften betrachtet. Hier wurde jeweils das günstigste Produkt der Produktart verglichen. Für den Vergleich der Kraftstoffpreise wurde der Durchschnittspreis dreier Tankstellen westlich und östlich der Oder errechnet und miteinander verglichen.

Insgesamt wurden folgende Regeln beim Vergleich der Preise befolgt:

- Es wurden identische Produkte (Produkte der gleichen Marke) und mit gleichem Gewicht/Volumen verglichen. Neben den Markenprodukten wurden die im jeweiligen Geschäft günstigsten Produkte gleicher Art und Verwendung verglichen.
- Bei unterschiedlichen Packungsgrößen wurde der Preis pro Gewicht- bzw. Volumeneinheit errechnet.
- Um eine Vergleichbarkeit herzustellen, wurden die Preiserhebungen eines gleichen Produktes innerhalb einer Woche durchgeführt.
- Rabatte und Sonderangebote wurden berücksichtigt und in den Vergleich aufgenommen. Falls ein Angebot für ein zu vergleichendes Produkt bestand, wurde der Preis trotzdem notiert und für einen Vergleich herangezogen.
- Bei gleichen Produkten konnte nicht auf die identische Zusammensetzung der Inhaltsstoffe der Produkte geachtet werden. Bei gleichen Produktnamen wurden die Produkte als vergleichbar angesehen.

¹⁵ Vgl. Axel Springer AG, (2011).

¹⁶ Vgl. Repetzki, (2010).

- Die Produktpreise wurden in Landeswährung notiert und mittels des aktuellen Wechselkurses¹⁷ in Euro umgerechnet.

Während der Erhebungen wurden einige Besonderheiten im Hinblick auf die Vergleichbarkeit der Produkte bzw. der Preise sichtbar. Die Verpackungsgrößen der gleichen Produkte waren oft unterschiedlich, so dass die Preise pro Einheit berechnet wurden. Insgesamt konnte festgestellt werden, dass einige Produkte wie Zahnpasta, Waschmittel, Körperpflegeprodukte und einige Lebensmittel in Polen in größeren Verpackungen verkauft werden.

Während der Erhebung traten darüber hinaus Schwierigkeiten beim Vergleich der Elektrogeräte auf. In dieser Produktkategorie konnte man in den lokalen Geschäften nur mit Schwierigkeiten vergleichbare Produkte finden. Aus diesem Grund wurde im weiteren Verlauf davon abgesehen, diese Kategorie weiterhin zu berücksichtigen.

3.3 Die Analyse

Zunächst verschafften sich die MitarbeiterInnen der Viadrina einen Überblick über die vorhandenen Daten. Obwohl die Datenlage durch die begrenzten personellen und zeitlichen Ressourcen im Deutsch-Polnischen Verbraucherinformationszentrum nicht optimal war, konnte festgestellt werden, dass die Daten eine gute Ausgangsbasis für eine Preisvergleichsstudie bilden.

Anschließend wurden die Daten der ein- oder zweimaligen Datenerhebung von den mehrfach erhobenen Daten getrennt. Während bei ersteren Erhebungen nur eine Zeitpunktbeurteilung und somit ein einfacher Vergleich möglich war, ließen die Mehrfacherhebungen Aussagen über die Preisentwicklung über die Zeit zu. Um die Übersichtlichkeit zu erhöhen, wurden sinnvolle Produktkategorien gebildet und die Daten den Kategorien zugeordnet.

Bei einigen Grundnahrungsmitteln und bei Kraftstoffen wurden über den Untersuchungszeitraum hinweg mehrfach Daten erhoben. Hier können Tendenzen in der Preisentwicklung west- und östlich der Oder sowie Abweichungen in den Entwicklungen aufgezeigt werden. Die Preise wurden nicht in einem regelmäßigen Turnus erhoben und die Zeitpunkte liegen teilweise auch relativ weit auseinander. Hinweise dazu sind im Ergebnisteil gesondert gegeben.

Andere Produktpreise wurden dagegen nur ein- oder zweimal¹⁸ notiert, sodass lediglich ein einfacher Preisvergleich möglich war. Da die Produkte in der grafischen Aufbereitung häufig zu Produktkategorien zusammengefasst wurden und die Erhebungszeitpunkte nicht für alle Produkte gleich waren, fehlt die Zeitangabe in den Grafiken.

Um zu einer abschließenden Einschätzung über die Preisdifferenzen zu gelangen, wurde ein Warenkorb entworfen. Die Datenlage und die daraus resultierende Beschränkung auf die Güter des täglichen Bedarfs lassen nicht zu, dass dieser mit anderen Warenkörben wie bspw. dem Warenkorb des statistischen Bundesamtes verglichen werden kann.

¹⁷ Wenn die Erhebungszeitpunkte nicht identisch waren, wurden die Wechselkursschwankungen durch die Bildung eines Durchschnitts im betrachteten Zeitraum (max. 1 Woche) geglättet. Dieser Durchschnittswechelkurs bildete dann die Basis für die Umrechnung (www.oanda.com).

¹⁸ Bei einer mehrmaligen Erhebung wurde der Durchschnitt ermittelt.

Um Aussagen über die Preisdifferenzen in den Produkten und Produktkategorien hinaus treffen zu können, wurden die Daten teilweise mit anderen Daten unterfüttert. Die Berücksichtigung des Rohölpreises bei der Entwicklung der Preise für Kraftstoffe zeigt, inwiefern die Anbieter östlich und westlich der Oder ihre Kraftstoffpreise an den Rohölpreis anpassen. Im Zusammenhang mit den Durchschnittseinkommen in den betrachteten Regionen lassen sich Aussagen über die Belastung des Durchschnittseinkommens durch einen fiktiven Warenkorb treffen.

In der gesamten Untersuchung wurden nur Endverbraucherpreise betrachtet. In Polen und in Deutschland gelten jedoch unterschiedliche Mehrwertsteuersätze für unterschiedliche Produkte. Somit unterliegen die Produktpreise einer unterschiedlich starken steuerlichen Belastung, die in der Analyse nicht berücksichtigt wurde.

4. Ergebnisse

4.1 Lebensmittel

Einige Lebensmittelpreise wurden nur zu einem Zeitpunkt erhoben, so dass ein punktueller Vergleich möglich ist. Bei anderen Lebensmitteln lassen sich durch eine Mehrfacherhebung Aussagen über die Tendenz der Preisentwicklung treffen.

4.1.1 Mehl & Zucker

Der Preis für Mehl wurde insgesamt fünf Mal erhoben. Bei der ersten Datenerhebung im Oktober 2009 lag der Preis für ein Kilo Mehl in Deutschland noch oberhalb des polnischen Preises. In der letzten Erhebung im August 2011 kehrte sich die Differenz um: Ein Kilo Mehl kostete in Polen mehr als in Deutschland.

In beiden Regionen kann über die Zeit ein Rückgang des Preises beobachtet werden. Von Oktober 2009 bis August 2011 ist der Preis für Mehl in Deutschland um mehr als die Hälfte (54%) gefallen, in Polen über den gleichen Zeitraum lediglich um 4%.

Die Entwicklung der Preise ist allerdings nicht so eindeutig, wie es der Vergleich der ersten und letzten Messung annehmen lässt: Insbesondere der deutsche Preis schwankt stark, liegt teilweise über und teilweise unter dem polnischen Preis, während dieser annähernd stabil bleibt.

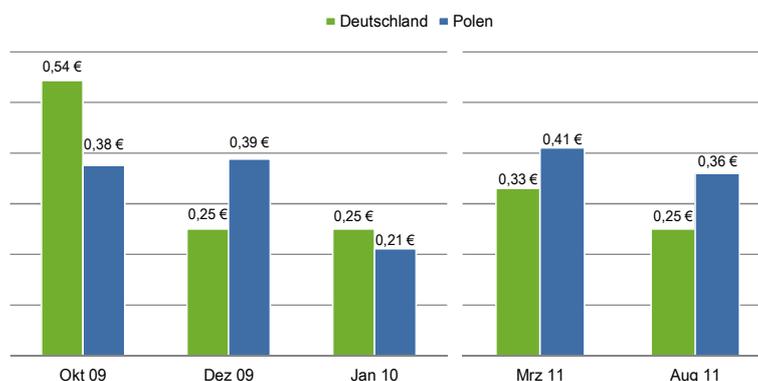


Abbildung 1: Mehl im Zeitverlauf

Ähnlich, wie die Preisentwicklung für ein Kilo Mehl, lag der polnische Preis für ein Kilo Zucker bei den ersten drei Untersuchungen Ende 2009/Anfang 2010 in Polen ebenfalls unter dem deutschen Preis (Differenz: 19%). Auch hier ist eine Trendwende erkennbar: Seit Dezember 2010 lag der deutsche Preis konstant unter dem polnischen Preis für Zucker (die Differenz beträgt hier 108%).

Vergleicht man die erste und letzte Messung, so zeigt sich, dass sich der deutsche Preis nur marginal negativ verändert hat, während der polnische Preis relativ stark gestiegen ist. Insgesamt variieren die polnischen Preise stärker als die deutschen Preise.

In diesem Zusammenhang ist insbesondere die hohe Preisdifferenz im Zeitraum Dezember 2010 bis März 2011 interessant. Als Erklärung dient die Verordnung (EG) 318/2006 über die gemeinsame Marktordnung von Zucker innerhalb der EU, die eine Quotierung der Zuckerproduktion in den EU-Mitgliedsländern festlegt. Im erwähnten Zeitraum überstieg die polnische Nachfrage nach Zucker die in Polen produzierte und durch die Quotierung festgelegte Zuckermenge, sodass Polen zum Importeur von Zucker aus Nicht-EU-Staaten werden musste, um der Nachfrage zu begegnen. Der zu dieser Zeit relativ hohe Weltmarktpreis für Zucker ließ die Zuckerpreise in Polen steigen.¹⁹ Die Preisdifferenz resultierte in Hamsterkäufen polnischer Einkäufer in der deutschen Grenzregion. Die Anbieter reagierten auf die leeren Regale mit einer Rationierung auf ein Kilo Zucker pro Person.²⁰

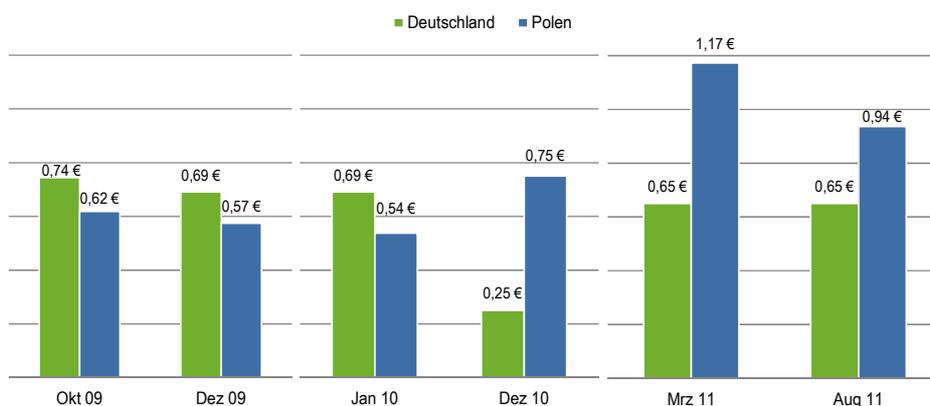


Abbildung 2: Zucker im Zeitverlauf

4.1.2 Obst & Gemüse

Am häufigsten wurde hier der Preis von Äpfeln erhoben. Sowohl in Polen als auch in Deutschland zählen diese zu heimisch angebautem Obst. Auf deutscher Seite sind die Regionen Oderbruch, Spreewald und Frankfurt (Oder) wichtige Anbaugelände.

Die Daten wurden zu vier Zeitpunkten erhoben. Über die gesamte Zeit haben sich die Preise in beiden Regionen stark erhöht, wobei der deutsche Preis immer über dem polnischen lag. Westlich der Oder stieg der Preis um ca. 60% von März 2009 bis Oktober 2009. In Polen hat sich der Preis im gleichen Zeitraum beinahe verdreifacht. Obwohl sich die Preise durch die

¹⁹ Vgl. Verbraucherzentrale Brandenburg (2011).

²⁰ Vgl. Tagesspiegel (2011).

Entwicklung angleichen, kostete 1 Kilogramm Äpfel in Deutschland im März 2011 immer noch doppelt so viel wie 1 Kilogramm Äpfel in Polen.

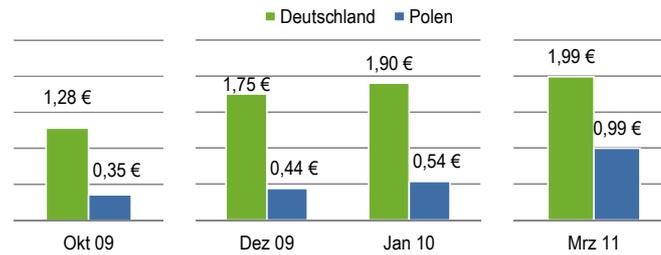


Abbildung 3: Äpfel im Zeitverlauf

Zusätzlich zu den heimischen Äpfeln und anderen heimischen Früchten wurde auch Import-Obst einem Preisvergleich unterzogen. Allerdings können hier keine Aussagen über die Entwicklung gegeben werden, da diese Preise nur ein- oder zweimalig erhoben wurden.

Die geringste Preisdifferenz zeigt sich bei Bananen. Der Preis für 1 Kilogramm Bananen lag in Deutschland mit 11% Differenz knapp über dem polnischen Preis. Auch für Clementinen ergab sich keine große Differenz: Der Preis für 1 Kilogramm Clementinen war mit 0,87 € in Polen und 0,99 € in Deutschland, in Polen nur marginal geringer.

Weit größer sind die Unterschiede bei 1 Kilogramm Orangen, bei Kiwis (Preis/Stück) und bei Khakis (Preis/Stück). Der Preis für Orangen war in Polen zum Erhebungszeitpunkt 68% höher, für Khakis lag er sogar rund 92% über dem deutschen Preis und bei Kiwis war er sogar viermal (über 200%) so hoch.

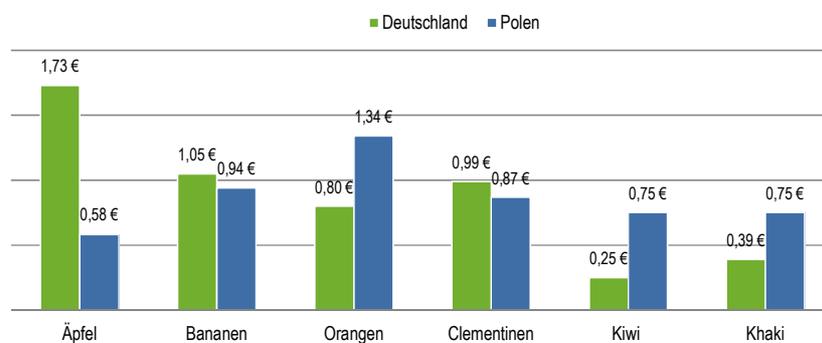


Abbildung 4: Einheimische und importierte Obstsorten im Vergleich

Bei den betrachteten Gemüsesorten handelt es sich ausschließlich um Sorten, die sowohl in Deutschland als auch in Polen angebaut werden.

Abgesehen von Porree, dessen Preis in Polen mit 1,50 € höher ist als in Deutschland mit 0,99 € (Differenz 51%), liegen die polnischen Preise immer unter den deutschen Preisen. Durchschnittlich kostet 1 Kilogramm Tomaten in Polen 1,19 €, in Deutschland liegt der Preis bei 1,74 €. Diese relativ hohe Differenz lässt sich bei den anderen betrachteten Gütern nicht beobachten. Die Preisdifferenzen liegen hier unter 20%. Bei Kartoffeln liegt der polnische Preis rund 14% unter dem deutschen, bei Salat liegt die Differenz zwischen 6% und 8%.

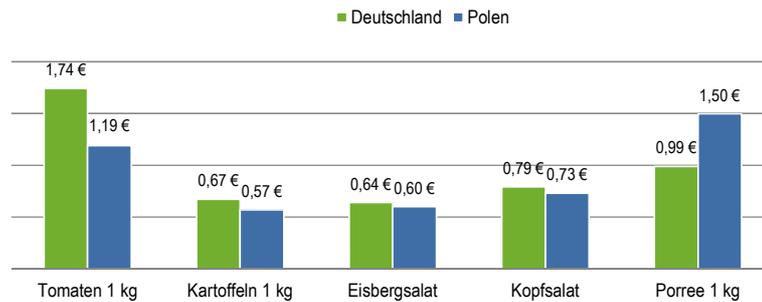


Abbildung 5: Gemüse

4.1.3 Milchprodukte

Preise für 1 Liter Milch wurden im Zeitraum Oktober 2009 bis August 2011 insgesamt sechsmal erhoben. Die dargestellte Abbildung 6 verdeutlicht, dass abgesehen von einer etwas höheren Preisdifferenz im Januar 2010 in Höhe von 25%, die Preise ansonsten relativ ausgeglichen waren. Die durchschnittliche Differenz lag bei 8%, was in etwa 0,04 € entspricht. Zu der Frage, auf welcher Seite der Oder der Preis marginal geringer war, lässt sich keine eindeutige Aussage über den gesamten Zeitraum treffen: Teilweise war der Preis in Deutschland höher, teilweise in Polen.

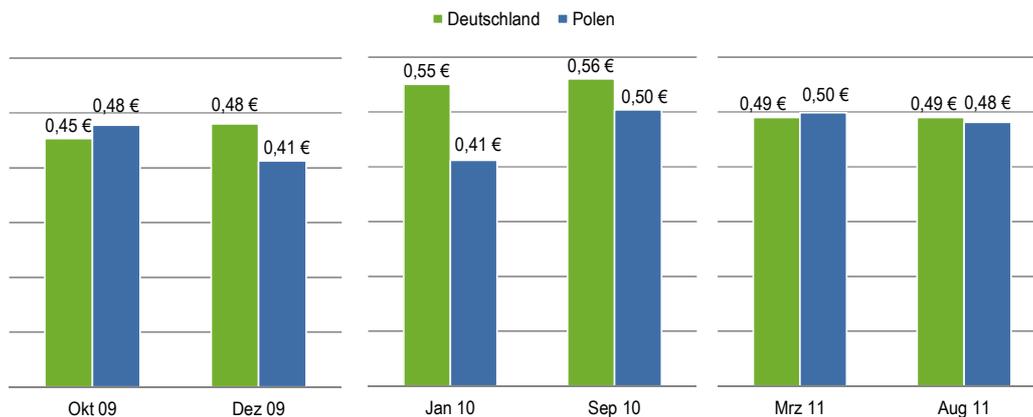


Abbildung 6: Milch im Zeitverlauf

Auch für Butter (vgl. Abbildung 7) können Aussagen über einen Zeitraum getroffen werden. Von Oktober 2009 bis Dezember 2011 wurden Preise für Butter insgesamt siebenmal erhoben. Abgesehen von einem Vergleich im März 2011, lag der polnische Preis immer über dem deutschen. Die Messung im Dezember 2010 fällt dabei aber besonders ins Auge, da die Differenz in Relation zu den Messungen der anderen Zeitpunkte besonders hoch war.

Insgesamt lässt sich über die Entwicklung festhalten, dass die deutsche Preisentwicklung im Vergleich zur polnischen zwar geringere Schwankungen, dafür jedoch einen größeren Preisanstieg über die Zeit aufweist. Ein Vergleich der ersten und der letzten Messung ergibt einen Preisanstieg von 12% in Polen und 16% in Deutschland.

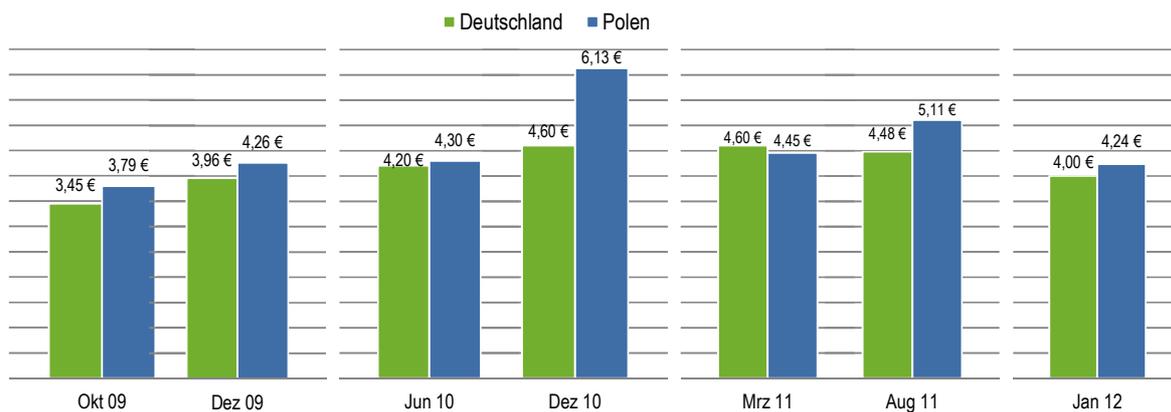


Abbildung 7: Butter in kg im Zeitverlauf

Für Milchprodukte ist nur eine Zeitpunkt Betrachtung möglich. Um eine bessere Übersichtlichkeit zu erreichen, wurden die beobachteten Produkte zu den Kategorien Milcherzeugnisse und Käse gruppiert (vgl. Abbildung 8). Für keine der beiden Gruppen ist eine eindeutige Aussage hinsichtlich der Preisdifferenz zwischen Deutschland und Polen möglich. In beiden Gruppen waren die Preisdifferenzen unterschiedlich hoch und auch die Richtung der Differenzen war nicht für alle Produkte gleich.

Die deutschen Produktpreise für Milcherzeugnisse, mit Ausnahme des deutschen Produktes Müllermilch, lagen ca. 19% über den polnischen Preisen.

Die Ausnahme bei der Produktgruppe Käse bildet Mozzarella, typischerweise ein italienisches Produkt, dessen Preis in Polen höher war als in Deutschland. Bei Brie (14%) und Schnittkäse (7%) war die Preisdifferenz nicht so groß wie bei Mozzarella (62%) und Gouda (37%).

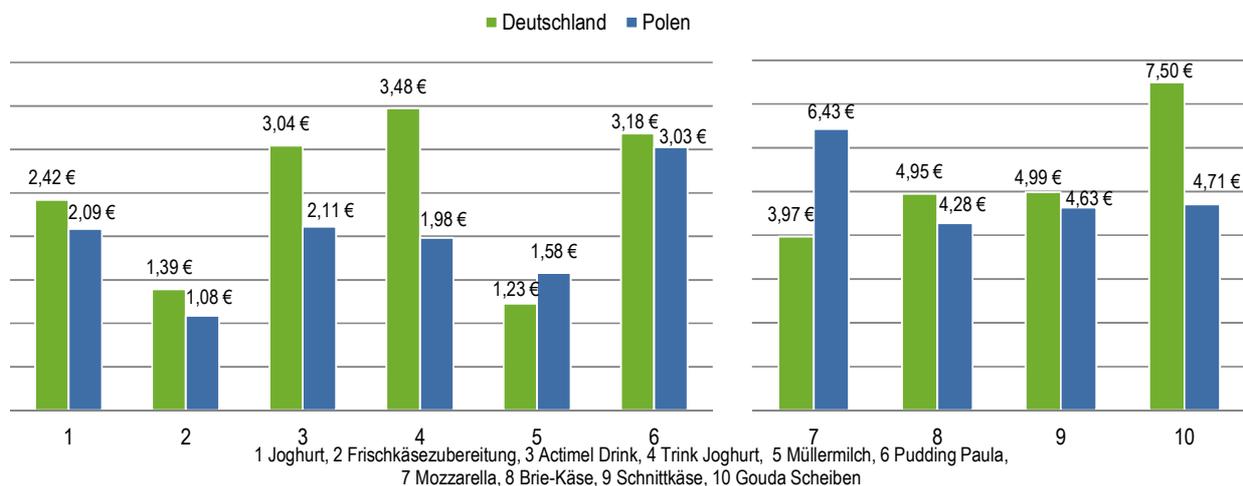


Abbildung 8: Milchprodukte

4.1.4 Fleisch & Wurstwaren

Sowohl für Fleisch (vgl. Abbildung 9) als auch für Wurstwaren (vgl. Abbildung 10) ist nur eine Zeitpunkt Betrachtung möglich. Es wurden verschiedene Fleischsorten und auch verschiedene Wurstwaren untersucht.

Mit Ausnahme von Hackfleisch lagen die Preise für alle Fleisch- und Wurstwaren in Polen unterhalb der deutschen Preise. Der Preis für 1 Kilogramm Hackfleisch betrug in Polen rund 3,43 € und war somit rund ein Drittel teurer als in Deutschland. Die Preisdifferenzen waren bei Grillwürstchen eher gering (4%), bei allen anderen Produkten doch erheblich mit einer Differenz zwischen 21% bei Hinterschinken und ca. 48% bei Wiener Würstchen und Schweinebraten.

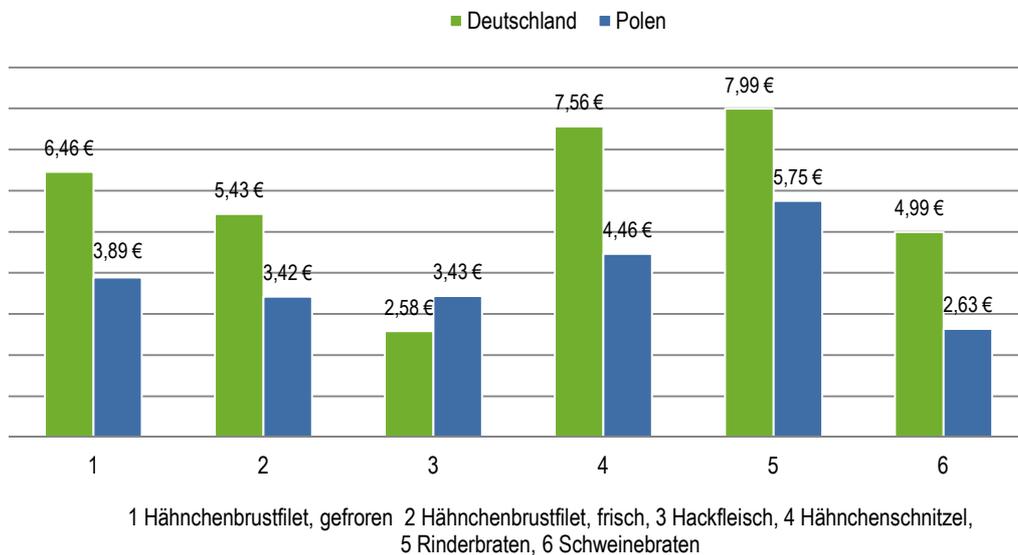


Abbildung 9: Fleischwaren in kg

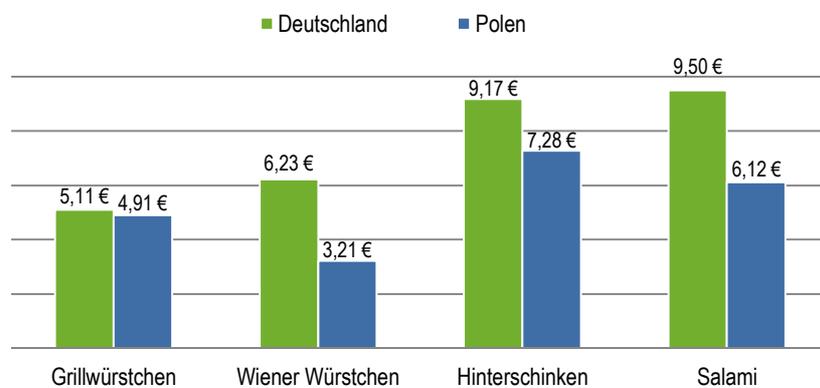


Abbildung 10: Wurstwaren

4.1.5 Fisch

Für Fisch ist ebenfalls nur eine Zeitpunktbetrachtung möglich. Die deutschen Preise für Frischfisch wie Lachs- oder Zanderfilet lagen über den polnischen Preisen; die Preisdifferenz betrug 39% bzw. 20%. Die Preisdifferenz bei Räucherlachs betrug 21%, demnach ist dieses Produkt in Deutschland günstiger als in Polen.

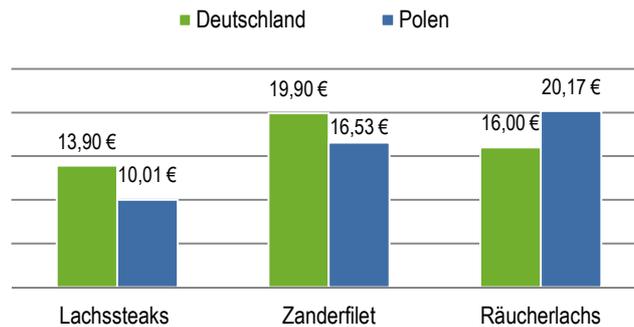


Abbildung 11: Fisch in kg

4.1.6 Süßigkeiten

Auch bei den betrachteten Süßigkeiten und süßen Brotaufstrichen ergibt sich durch einen Vergleich der Preise kein eindeutiges Bild. Während die deutschen Preise für ein Überraschungsei, für einen Liter Vanilleeiscreme und einen Liter Pflaumenmus über dem polnischen Preis lagen, verhielt es sich, abgesehen von Honig, dessen Preise übereinstimmten, für die anderen umgekehrt: eine Packung MonCheri, eine Tafel Vollmilchschokolade, 500 Gramm Lebkuchen, 500 Gramm Nussnougataufstrich sind in Polen teurer als in Deutschland.

Die Differenzen variieren: So betrug die Preisdifferenz bei einem Überraschungsei rund 9%, bei Nussnougatcreme lag diese bei 42%.

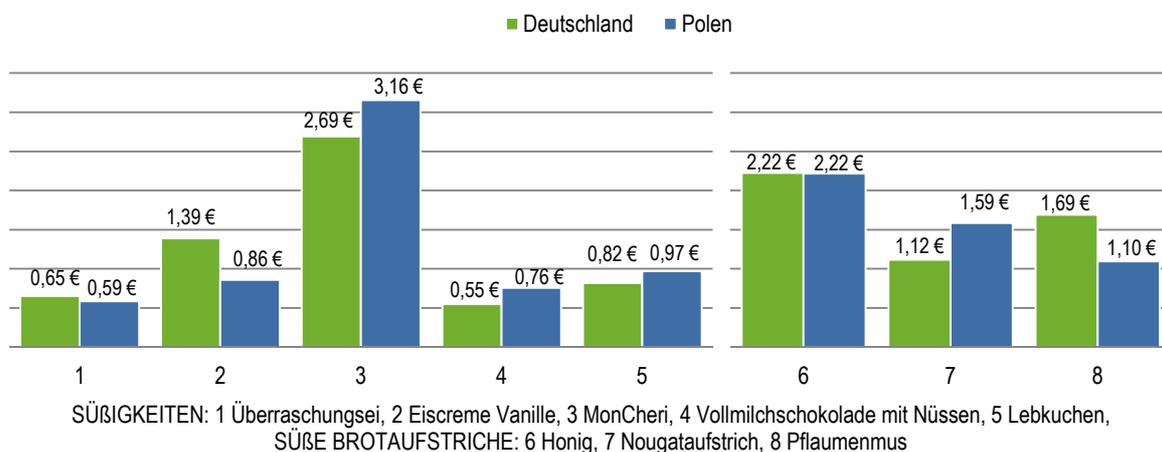


Abbildung 12: Süßigkeiten und süße Brotaufstriche

4.2 Oberbekleidung und Schuhe

Die Preise für Damen-, Herren- und Kinderschuhe sowie für Accessoires (Taschen, Tücher und Rucksäcke) wurden auf deutscher und polnischer Seite bei dem Schuhdiscounter DEICHMANN verglichen. Für Damen- und Kinderschuhe lag der polnische Preis unter dem

deutschen Preis. Die Differenz betrug bei Damenschuhen rund 10%, bei Kinderschuhen lag die Differenz bei 14%.

Accessoires und Herrenschuhe waren auf der deutschen Seite preisgünstiger, allerdings waren die Differenzen mit 5% für Schuhe bzw. 6% für Accessoires in dieser Gruppe nicht so hoch.

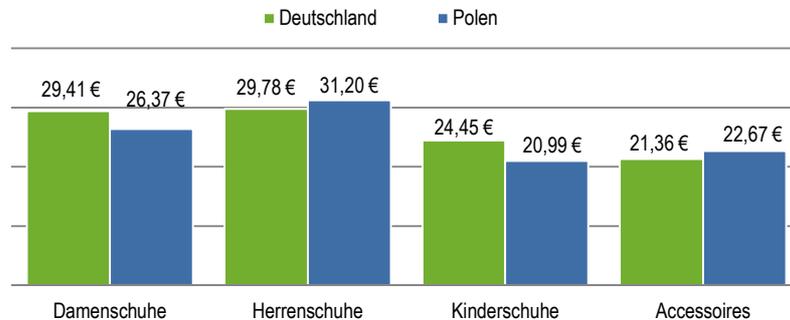


Abbildung 13: Schuhe und Accessoires

Bei dem internationalen Bekleidungsgeschäft H&M wurden Kinder-, Damen- und Herrenbekleidung verglichen. Die Preise waren nahezu identisch, durchschnittlich lagen die deutschen Preise für Oberbekleidung rund 2% über den polnischen Preisen.

4.3 Einrichtung

4.3.1 Einrichtungshäuser Dänisches Bettenlager und JYSK

Bei der untersuchten Möbelkette Dänisches Bettenlager/JYSK wurden Betten, Möbel und Wäscheartikel verglichen. Durchschnittlich lag der polnische Preis rund 10% unter dem deutschen Preis. Eine Unterscheidung nach Warengruppen lohnt sich, da die Preise vereinzelt große Differenzen aufzeigten. Bei Betten ist der Preisunterschied mit einem um 9% geringeren Preis auf polnischer Seite relativ gering. Bei Wäscheartikeln lag diese Differenz bei rund 25%.

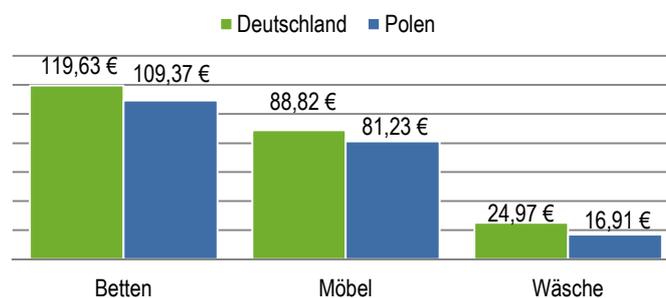


Abbildung 14: Dänisches Bettenlager und JYSK

4.3.2 Einrichtungshaus IKEA

Bei der zweiten betrachteten Möbelkette IKEA wurden zur Erhöhung der Übersichtlichkeit einzelne Produkte zu Warengruppen zusammengefasst. Abgesehen von der Kategorie „Gardinen“ waren alle Produkte auf polnischer Seite günstiger als auf deutscher Seite.

Die größten Differenzen wiesen die Produktgruppen „Inneneinrichtung für Babies“, „Spielzeug“ und „Sofas“ auf, die Differenz betrug hier über 20%. Weniger gewichtig waren die Differenzen für „Leuchten“ mit 3% und Kleinmöbel und Beistelltische mit jeweils rund 10%.

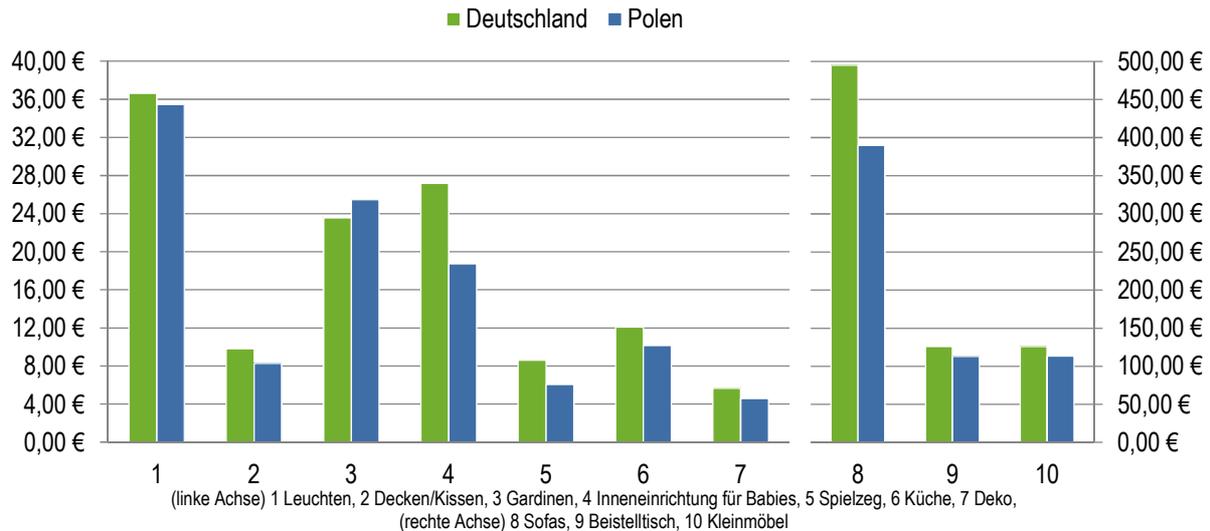


Abbildung 15: IKEA

4.4 Haushalts- und Körperpflegeartikel

Abgesehen von Windeln und Handcreme, waren die Preise für Körperpflegeartikel auf polnischer Seite höher als auf deutscher Seite. Aus der Grafik (Abbildung 16) wird allerdings auch deutlich, dass die Preisdifferenzen je nach Produkt sehr unterschiedlich sind. Während die Differenz für Mundspülung bei lediglich 7% lag, war Haarlack in Deutschland rund 81% günstiger als in Polen. Im Durchschnitt waren Körperpflegeartikel auf deutscher Seite rund ein Drittel (30%) günstiger als in Polen.

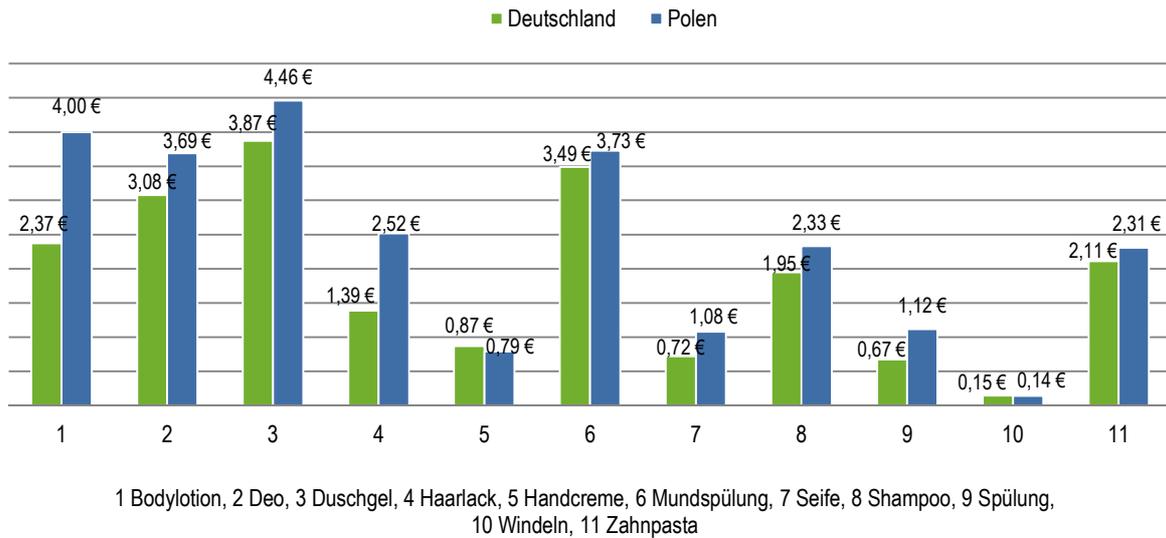


Abbildung 16: Körperpflegeartikel

Bei den Preisen für Haushaltsmittel ergibt sich ein gemischteres Bild mit insgesamt geringeren Preisdifferenzen. Der deutsche Preis für das in der Einleitung verwendete Beispiel Waschmittel war geringer als in Polen, allerdings lag die Differenz bei lediglich 8%. Die höchste Differenz wies der Preis von Raumspray mit 56% auf. Ebenso verhält es sich bei Geschirrspülmittel: Insgesamt betrug die Differenz für diese Warengruppe rund 11%.

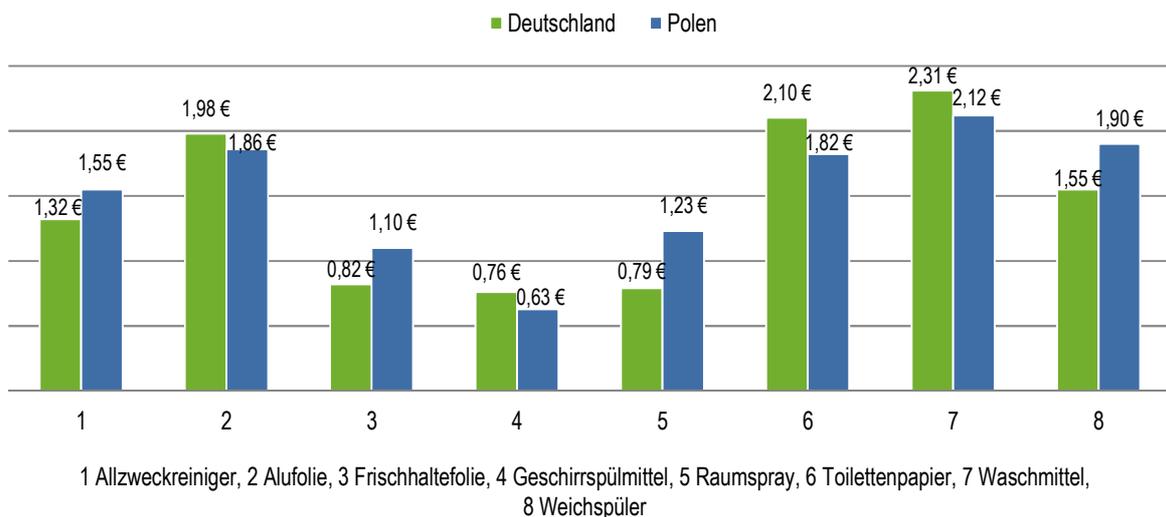


Abbildung 17: Haushaltsartikel

4.5 Kraftstoffe und PKW

4.5.1 PKW

Es wurden die Preise für 17 verschiedene PKW-Modelle mit vergleichbarer Ausstattung erhoben und verglichen. Für eine bessere Übersichtlichkeit wurden die Modelle den Gruppen Kleinwagen, untere Mittelklasse, Mittelklasse und obere Mittelklasse zugeordnet.

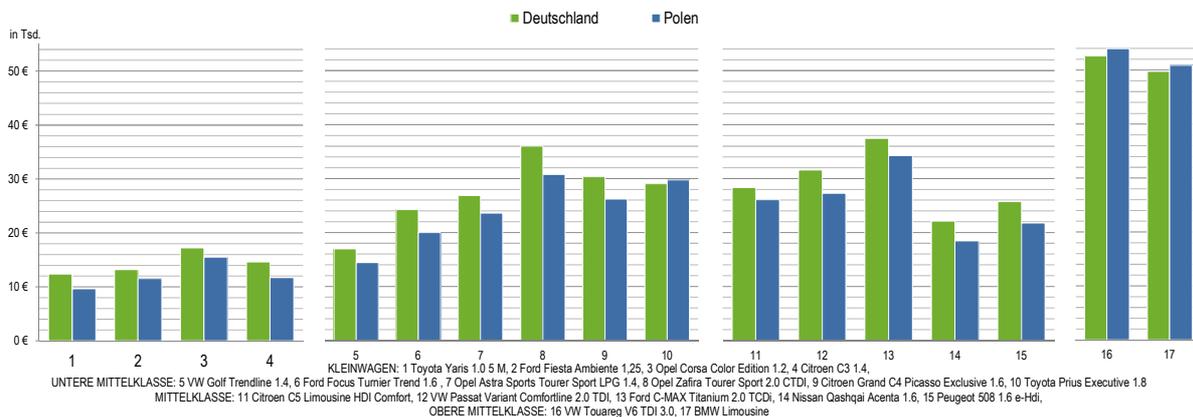


Abbildung 18: Personenkraftwagen

Auffallend ist, dass abgesehen von Modellen der oberen Mittelklasse, die Preise aller anderen Modelle in Polen geringer waren. Allerdings lag die Preisdifferenz dieser Warengruppe bei lediglich 3%. Bei Kleinwagen betrug die durchschnittliche Preisdifferenz rund 16%, bei den Wagen der unteren Mittelklasse und der Mittelklasse lag die Differenz bei rund 12%. Es ist jedoch zu berücksichtigen, dass der Kauf eines Neuwagens in Polen, der in Deutschland zugelassen werden soll, zum Nettopreis erfolgt.²¹ Die Mehrwertsteuer für das Neufahrzeug wird hingegen ausschließlich in Deutschland in Höhe von 19% bezahlt.

4.5.2 Kraftstoffe

Die Preise für Kraftstoffe wurden insgesamt am häufigsten erhoben, so dass auch hier eine Betrachtung über die Zeit möglich ist. Es werden die Preise für Superbenzin (95) und Diesel betrachtet.

Bei einem Vergleich der jeweiligen Preise für Superbenzin wird deutlich, dass die Preise auf beiden Seiten der Oder über die Zeit gestiegen sind, wobei der polnische Preis immer geringer war als der Deutsche. Die Differenz zwischen erster und letzter Messung zeigt, dass der deutsche Preis um rund 20% und der polnische Preis um rund 41% gestiegen sind.

²¹ Die Mehrwertsteuer für die PKW beträgt in Polen zurzeit 23%.

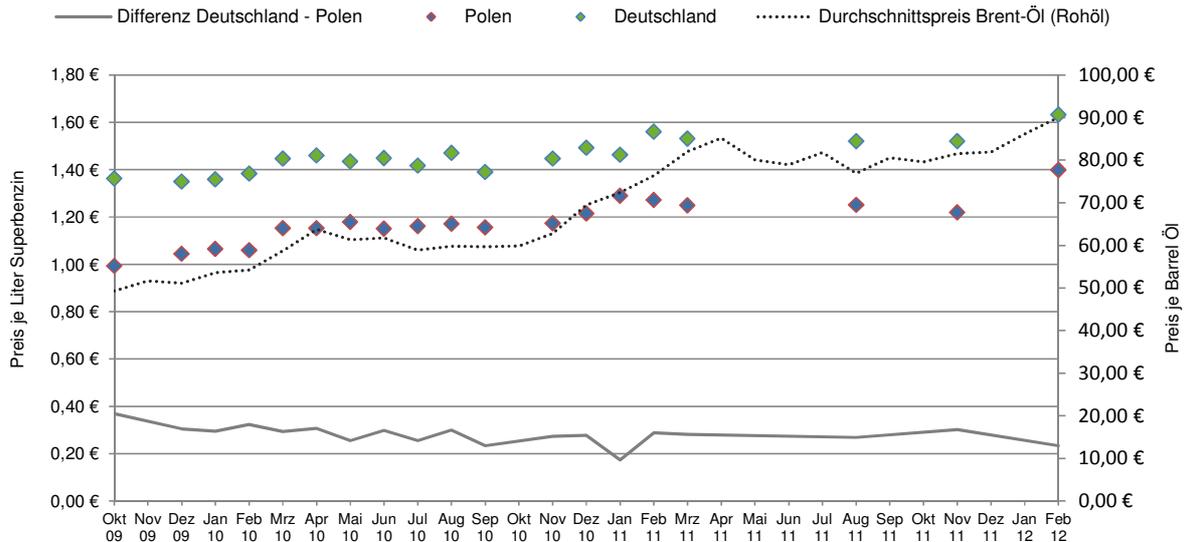


Abbildung 19: Superbenzin

Die graue durchgezogene Linie am unteren Rand der Abbildung 19 beschreibt die tatsächliche Differenz zwischen dem deutschen und dem polnischen Preis (Differenz Deutschland – Polen): Es zeigt sich, dass die Entwicklung der Preisdifferenz bis 2011 starken Schwankungen unterworfen war. Seitdem verringert sich die Preisdifferenz für Superbenzin relativ konstant und lag im Februar 2012 bei ca. 0,24 €.

Um abzulesen, in welchem Ausmaß die Anbieter östlich und westlich der Oder ihre Preise an die Rohölpreise anpassen, wurde die Grafik um eine weitere Linie erweitert. Die gestrichelte graue Linie zeigt die Entwicklung des Preises für ein Barrel Rohöl der Sorte Brent. Zunächst einmal ist festzuhalten, dass die positive Preisentwicklung des Rohölpreises auch mit einer positiven Entwicklung des Kraftstoffpreises einhergeht. Diese Entwicklung kann sowohl westlich als auch östlich der Oder abgelesen werden, ist allerdings durch den Produktionszusammenhang nicht weiter verwunderlich. Spannend ist allerdings die Beobachtung der Kraftstoffpreise vor dem Hintergrund eines regelrechten Preissprungs des Rohölpreises von Oktober 2010 bis April 2011. Der Preis für ein Barrel Rohöl stieg in diesem Zeitraum um 36%. Hier scheinen die Tankstellen, insbesondere in der Zeit zwischen Dezember und Februar, unterschiedlich zu reagieren: Während die Preise an deutschen Tankstellen stiegen, blieben sie an den polnischen Tankstellen konstant.

Auch bei Diesel zeigt sich, dass im betrachteten Zeitraum sowohl die Preise auf deutscher Seite als auch auf polnischer Seite angestiegen sind. Während der deutsche Preis um rund 28% anstieg, stieg der polnische Preis um 60% an. Wie bei Super ist die Entwicklung bis 2011 Schwankungen unterworfen. Nach einer konstanten Entwicklung bis November 2011 sank die Differenz seitdem aber relativ stark: Im Februar 2012 lag die Preisdifferenz bei 0,05 €.

Wie in der obigen Abbildung wurden auch die Daten für Diesel um die Preisentwicklung für Rohöl der Sorte Brent ergänzt. Unterschiedliche Reaktionen der Anbieter scheinen sich auch bei Diesel wieder zu finden: Vor dem Hintergrund einer Erhöhung des Preises für Rohöl passen die deutschen Tankstellen den Preis nach oben an, während die Preise an den polnischen Tankstellen konstant bleiben.

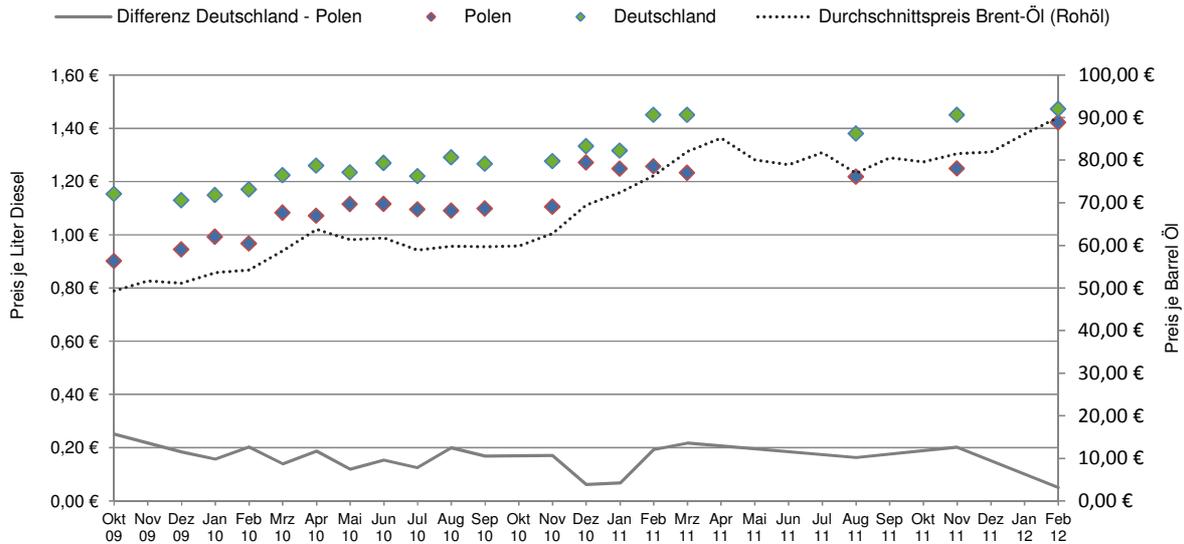


Abbildung 20: Diesel

4.6 Dienstleistungen

Um einen Vergleich der Preise für Dienstleistungen durchzuführen, wurden Preise in Restaurants, bei Schneidern, bei Reinigungen, bei Friseuren und anderen Dienstleistern erhoben.

4.6.1 Restaurantbesuch

Bei der internationalen Fastfood-Kette McDonald's wurden 22 Einzelprodukte verglichen, wobei Menüs und andere Sonderaktionen nicht in den Vergleich mit aufgenommen wurden. Die durchschnittliche Differenz zwischen deutschen und polnischen Preisen liegt bei 37%. Um die Übersichtlichkeit zu erhöhen wurden die Produkte den Kategorien Burger und Pommes (Abbildung 21) sowie Getränke und Desserts (Abbildung 22) zugeordnet.

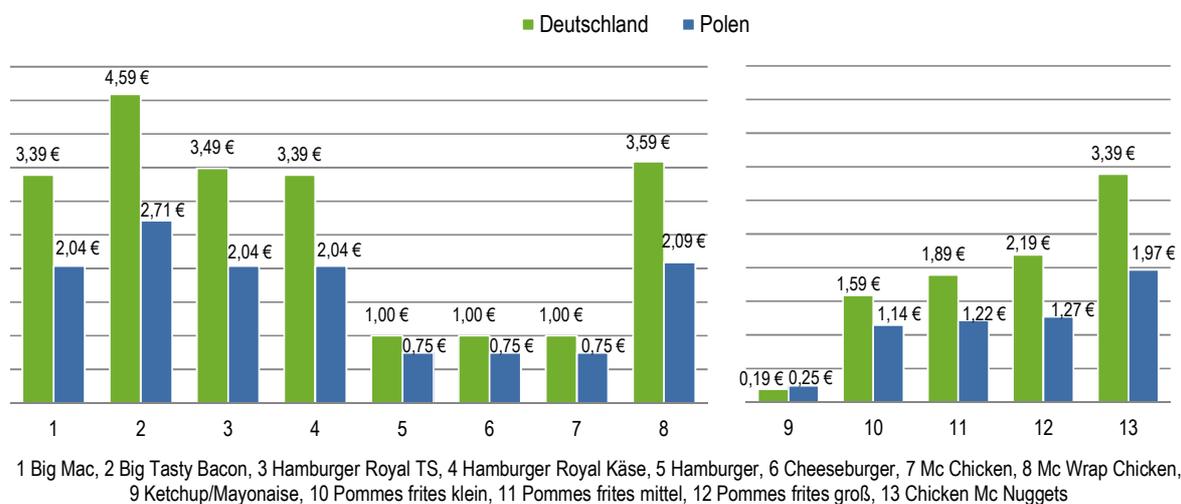


Abbildung 21: McDonald's Produkte im Vergleich (Burger und Pommes)

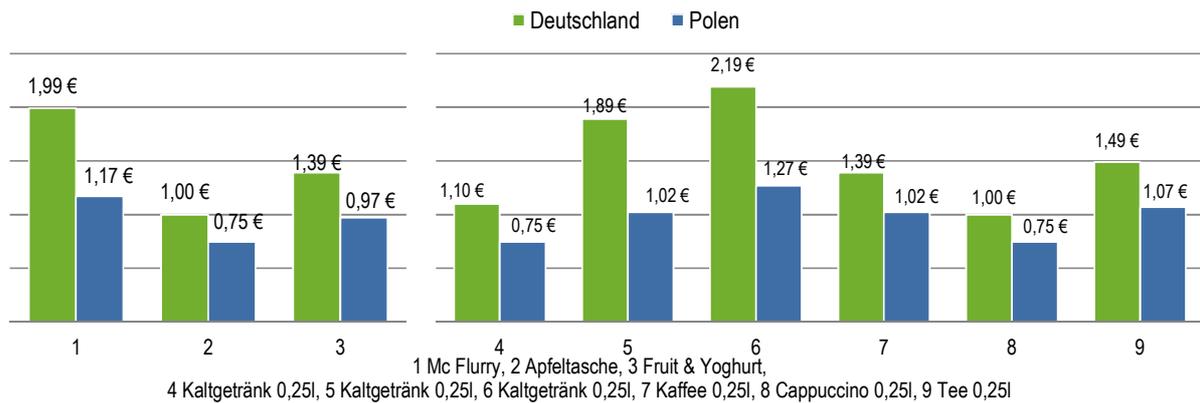


Abbildung 22: McDonald's Produkte im Vergleich (Getränke und Desserts)

Die höchste Differenz zwischen den Preisen ist bei den Burgern zu finden. Durchschnittlich lag der Preis für einen Burger in Polen rund 39% unter dem Preis auf deutscher Seite. Zieht man in den Vergleich die Daten des Big Mac Index hinzu, so ist die Differenz zum Big Mac in den USA zusätzlich erwähnenswert: Der Big Mac ist in Deutschland teurer als in den USA, wobei ein Big Mac in Polen nochmal 37% günstiger ist.²² Die Differenz bei Pommes frites betrug 36%, bei den Desserts 34% und bei den Getränken bei 35%. Lediglich Ketchup, Mayonnaise und Saucen waren als einzige Produktgruppe in Polen teurer. Allerdings ist es unwahrscheinlich, dass dieses Produkt ohne ein anderes Produkt wie beispielsweise Pommes frites gekauft wird, der dann wieder zu der gewohnten Relation führt: Im Ergebnis ist der Preis für einen Restaurantbesuch bei McDonalds in Polen geringer als in Deutschland.

Zudem wurden Pizzerien untersucht, da hier ebenfalls von vergleichbaren Produkten ausgegangen werden kann. Der Vergleich zweier Pizaarten zeigt, dass die Preisdifferenz auch hier enorm war. Der Preis einer Pizza, die mit Käse und Schinken belegt ist, lag in Polen mit 3,93 € rund 48% unter dem deutschen Preis mit 7,50 €. Eine Familienpizza belegt mit fünf unterschiedlichen Zutaten wies eine ähnliche Differenz von 43% auf.

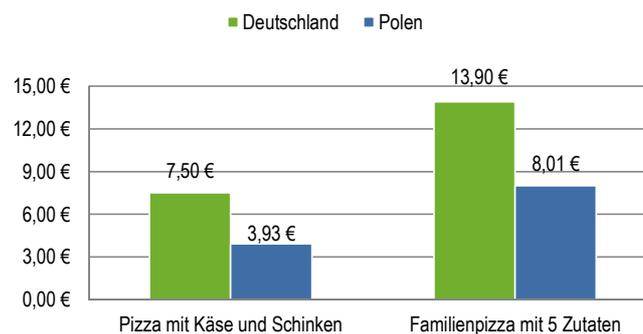


Abbildung 23: Pizzerien im Vergleich

²² Der Big Mac Index wird jährlich von der britischen Zeitschrift *The Economist* veröffentlicht und vergleicht die Preise der nationalen Big Macs zum jeweils aktuellen US-Dollar-Wechselkurs miteinander. Zugrunde liegt die Überlegung, dass der Big Mac ein homogenes Produkt ist, das demzufolge einen einheitlichen Preis innehaben müsste, weshalb er sich als Indikator für die nationale Kaufkraft eignen könnte.

4.6.2 Weitere Dienstleistungen

Auch bei Reinigungsleistungen lagen die polnischen Preise grundsätzlich unter den deutschen Preisen. Durchschnittlich betrug die Differenz rund 40%. Die Preisdifferenz für die Reinigung einer Hose lag bei 22% und für die Reinigung eines Herrenmantels bei rund 40%. Die Reinigung eines Mantels ist auf polnischer Seite rund 48% günstiger.

Abgesehen von einer speziellen Strähnchenfärbetechnik, die in Polen teurer ist als in Deutschland, lagen die Preise für alle Friseurdienstleistungen in Polen unter den deutschen Preisen. Im Durchschnitt betrug die Preisdifferenz rund 44%. Differenziert nach einem klassischen Frauen- und Männerhaarschnitt (Waschen und Schneiden) ergibt sich ein Preisunterschied von 63% bzw. 64%.

Beim Vergleich von Dienstleistungen eines Schneiders wurden die Preise für das Kürzen von Hosen, Ärmeln und Röcken herangezogen. Auch hier lässt sich eine Preisdifferenz zugunsten eines günstigeren Preises in Polen feststellen. Im Durchschnitt betrug die Differenz rund 26%. Für das Kürzen einer Hose liegt der polnische Preis rund 35% unter dem deutschen Preis, für das Kürzen zweier Ärmel betrug diese Preisdifferenz 21%.

Zusätzlich zu den bereits erwähnten Anbietern von Dienstleistungen wurden Sonnenstudios, Optiker, Schuster und Zahnärzte verglichen. Auch hier zeigt sich das bei Dienstleistungen bekannte Bild: Die Preise für Dienstleistungen waren in Polen geringer als in Deutschland. Eine Behandlung im Sonnenstudio kostete in Polen durchschnittlich die Hälfte. Die Preisdifferenz für das Ankleben von Sohlen bei einem Schuster lag bei 44%. Für eine Zahnaufhellung betrug die Differenz rund 12%, für eine Zahnreinigung lag sie bei 28%. Die Preise bei einem Optiker liegen auf polnischer Seite rund 23% unter den Preisen, die auf deutscher Seite für die Leistungen eines Optikers gezahlt werden. Die Differenz für Kontaktlinsen betrug 23%, die Differenz bei einer Brille lag bei 28%.

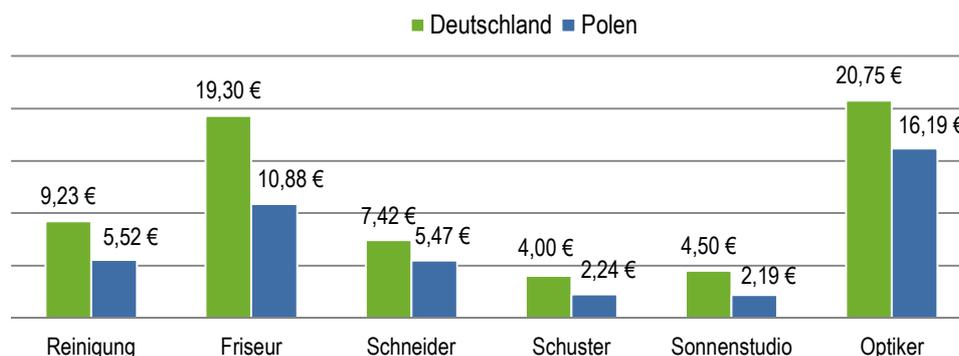


Abbildung 24: Dienstleistungen

5. Analyse und Erklärungsversuche

An dieser Stelle wollen wir die Rahmenbedingungen näher beleuchten, die in beiden Regionen gelten. Die Preisunterschiede können durch sie nicht gänzlich erklärt werden, sie sollten aber bei einer umfassenden Bewertung dieser nicht vernachlässigt werden. Wir zeigen zum einen auf, welche Steuerbelastungen für die Produkte und Dienstleistungen beim Verkauf gelten. Zum anderen verdeutlichen wir anhand des Verbraucherpreisindexes, wie sich die

Preise für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke entwickeln. Abschließend geht der Vergleich der Bruttoeinkommen diesseits und jenseits der Oder der Beantwortung der Frage nach: Wie groß ist die Belastung des durchschnittlichen Bruttoeinkommens durch den Erwerb eines fiktiven Lebensmittelwarenkorb für einen deutschen und polnischen Bürger?

5.1 Steuerbelastung der Produkte

Wie zu Beginn bereits erwähnt, haben Polen und Deutschland unterschiedliche Mehrwertsteuersätze. In Deutschland beträgt der normale Mehrwertsteuersatz seit 2007 19% (vorher 16%) und der ermäßigte Steuersatz 7%. In Polen gibt es drei Steuerstufen: Seit 2011 beträgt der normale Mehrwertsteuersatz 23% (vorher 22%), der ermäßigte 8% (vorher 7%) und der stark ermäßigte 5% (vorher 3%). Wenige Dienstleistungen sind von der Mehrwertsteuer befreit.

Die untenstehende Tabelle zeigt für einige Produkte und Dienstleistungen, welcher Steuersatz Anwendung findet.

Polen			
0% bei	5% bei	8% bei	23% bei
<ul style="list-style-type: none"> • Sozialdienstleistungen • Finanzdienstleistungen • Versicherungen • Bildung 	<ul style="list-style-type: none"> • Milch und Milchprodukten • rohem Fleisch, Geflügel, Fisch • landwirtschaftlichen Gütern • Büchern & Zeitschriften 	<ul style="list-style-type: none"> • Hotel- und Restaurantdienstleistungen • Arzneimitteln • industriell verarbeiteten Lebensmittel (Zucker, Suppen, Soßen) • Personenbeförderung 	<ul style="list-style-type: none"> • allen anderen Gütern
Deutschland			
0% bei	7% bei	19% bei	
<ul style="list-style-type: none"> • Seeschifffahrt und Luftverkehr • Kreditvermittlung und Versicherungen 	<ul style="list-style-type: none"> • den meisten Lebensmitteln • Bücher und Zeitschriften • Orthopädische und andere krankheitsbedingte Hilfsmittel • Zahnärztliche Dienstleistungen • Übernachtungen 	<ul style="list-style-type: none"> • allen anderen Gütern 	

Tabelle 1: Übersicht über Mehrwertsteuersätze
Eigene Darstellung, Quellen: KPMG (2012), www.die-mehrwertsteuer.de

In der Untersuchung zeigte sich, dass die Preisunterschiede insbesondere bei Dienstleistungen relativ groß waren. Bei Restaurantbesuchen unterscheidet sich die Höhe der Mehrwertsteuer stark. Während die Mehrwertsteuer in Deutschland bei Restaurantbesuchen 19% beträgt, fällt in Polen der ermäßigte Steuersatz von 8% an.

Bei Lebensmitteln insgesamt ergeben sich nur marginale Unterschiede, da in Deutschland 7% für die meisten Lebensmittel anfallen und in Polen ein Steuersatz von 5% bzw. 8% erhoben wird.

Für Kraftstoffe wird in Polen und in Deutschland der normale Mehrwertsteuersatz in Höhe von 23% bzw. 19% erhoben.²³ Anzumerken ist, dass Kraftstoffpreise zusätzlich durch weitere Abgaben beeinflusst werden, wie Mineralölsteuer, Ökosteuer, Erdölbevorratungsbeitrag etc.

5.2 Verbraucherpreisentwicklung

Da in der Studie nur wenige Produktpreise über den Zeitraum beobachtet wurden, betrachten wir hier ergänzend die gesamte Verbraucherpreisentwicklung in beiden Regionen. In Abbildung 25 wird die prozentuale Veränderung des allgemeinen Preisniveaus für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke im Verhältnis zum Vorjahresniveau in Brandenburg und Lubuskie dargestellt.

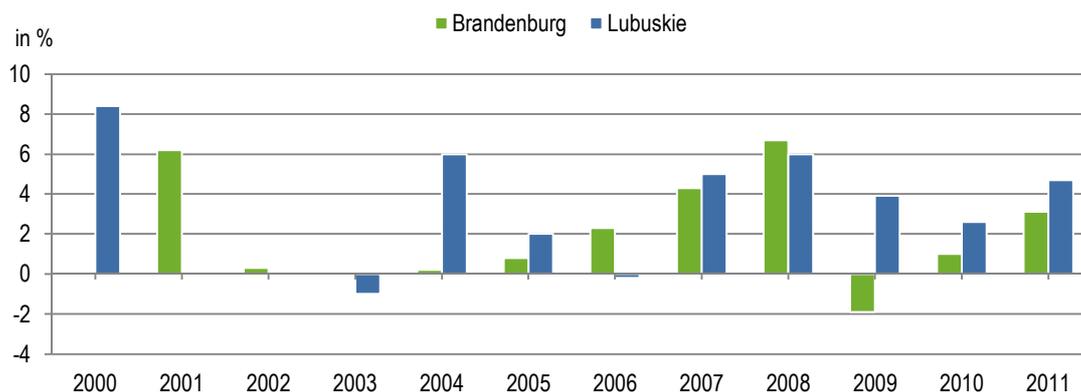


Abbildung 25: Verbraucherpreisentwicklung im Vergleich

Während im Land Brandenburg im Jahr 2009 sogar eine Senkung des Preisniveaus im Vergleich zum Vorjahr beobachtet werden konnte, stiegen die Preise in der Wojewodschaft Lubuskie seitdem. Insgesamt zeigt sich, dass das Preisniveau für Nahrungsmittel seit 2009 auf der polnischen Seite der Oder stärker steigt als auf deutscher Seite.

5.3 Vergleich eines Warenkorb

Um zu einer abschließenden Einschätzung über die Preisdifferenzen zu gelangen, wurde mit den erhobenen Daten ein Lebensmittelwarenkorb gebildet, der einige Lebensmittel des täglichen Bedarfs umfasst. Er beinhaltet Zucker, Butter, Milch, Mehl, Toastbrot, Äpfel, Birnen,

²³ Anzumerken ist, dass Kraftstoffpreise zusätzlich durch weitere Abgaben beeinflusst werden, wie z.B. Mineralölsteuer oder Erdölbevorratungsbeitrag.

Eier, Spaghetti, Brie-Käse, Mozzarella, Hähnchenbrustfilets, ein Überraschungsei und Honig. Die Preise wurden jeweils im ersten Quartal 2010 und 2011 erhoben.

2010 kostete der Warenkorb in Deutschland 20,16 € und in Polen 16,85 €, was einer Differenz von 3,31 € entspricht. Ein Jahr später hatte sich der Preis für den Warenkorb in Deutschland um 12,88% und in Polen um 16,87% erhöht. Dieser Vergleich ermöglicht eine vorsichtige Aussage: Die Lebensmittelpreise in Polen und in Deutschland scheinen sich angenähert zu haben.

Zum Vergleich mit der Kaufkraft wurde das Durchschnittseinkommen in Brandenburg und in Lubuskie herangezogen. 2010 betrug der durchschnittliche Bruttoverdienst in Brandenburg 2672 €, im Jahr 2011 lag er bei 2738 €. ²⁴ In Lubuskie betrug das durchschnittliche monatliche Bruttoeinkommen 2010 740 € ²⁵, 2011 lag dieses bei 834 €. ²⁶ Stellt man nun die Bruttolöhne den Kosten für einen Lebensmittelwarenkorb gegenüber, zeigt sich, dass sich die Belastungen des Bruttolohnes relativ stark unterscheiden: Während in Lubuskie 2,28% (2,36%) des monatlichen Bruttoverdienst aufgewendet werden musste, lag dieser Wert in Brandenburg bei 0,77% (0,83%). Bei einem grenzüberschreitenden Einkauf ist die Belastung des Bruttoeinkommens für den polnischen Bürger etwas höher und liegt in beiden Jahren je Warenkorb bei 2,73%. Grenzüberschreitender Einkauf für einen deutscher Bürger verringert die Belastung seines Bruttoeinkommens auf 0,63% (0,72%). Je Einkauf eines Warenkorbes müsste der polnische Bürger rund 17 Cent mehr ausgeben, der deutsche Einkäufer in Słubice spart jedes Mal 5 Cent. Da nicht jedes Produkt pauschal auf der einen oder der anderen Seite der Oder von vornherein als günstiger oder teurer deklarierbar ist, lohnt es sich, vor dem Einkauf die Preise zu vergleichen.

6. Fazit

Ein grenzüberschreitender Einkauf kann sich für den Konsumenten in der Grenzregion lohnen, denn die Preise für identische oder ähnliche Produkte unterscheiden sich auf beiden Seiten der Grenze teilweise erheblich. Eine allgemeine Aussage über alle Produkte kann allerdings nicht getroffen werden. Lediglich auf Ebene von Produktgruppen können Tendenzen abgelesen und somit vorsichtige Aussagen getroffen werden.

Bei den betrachteten Lebensmitteln kann insgesamt festgestellt werden, dass die polnischen Preise häufig unterhalb der deutschen Preise liegen. Insbesondere ist dies bei einheimischen Obst- und Gemüsesorten, bei Fleisch- und Wurstprodukten und anderen regionalen Erzeugnissen der Fall. Die Preise für Süßigkeiten sind dagegen auf der deutschen Seite der Oder geringer. Hingegen zeichnet die Preisentwicklung der Produkte Mehl, Zucker, Butter und Milch kein eindeutiges Bild: Die Preise schwanken teilweise stark und lassen keine gemeinsame Aussage zu.

Die Studie zeigt außerdem für Preise von Körperpflegeartikeln, die in Drogeriemärkten erhoben wurden, dass abgesehen von wenigen Ausnahmen, die polnischen Preise immer über

²⁴ Vgl. Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2012): Bruttomonatsverdienste ohne Sonderzahlungen im produzierenden Gewerbe und Dienstleistungsbereich in EUR.

²⁵ Vgl. Zatrudnienie i wynagrodzenia w gospodarce narodowej w 2010 r. - Employment, wages and salaries in national economy in 2010, Hrsg.: Główny urząd statystyczny – Central statistical office, 2010, Tab. 21.

²⁶ Vgl. Zatrudnienie i wynagrodzenia w gospodarce narodowej w 2011 r. - Employment, wages and salaries in national economy in 2011, Hrsg.: Główny urząd statystyczny – Central statistical office, 2011, Tab. 21.

den deutschen Preisen liegen. Bei Haushaltsartikeln ergab sich ein gemischteres Bild mit geringeren Preisdifferenzen.

Die Oberbekleidung und Schuhe sind zwar in Polen günstiger, dabei können aber nur sehr geringe Preisdifferenzen aufgedeckt werden. Lediglich bei Kinderschuhen war der Preisunterschied deutlicher. Ein Vergleich der Preise zweier großer Einrichtungshäuser zeichnet ein relativ eindeutiges Bild: Abgesehen von Gardinen in einem der beiden Geschäfte, sind die polnischen Preise für Einrichtungsgegenstände zum Teil weit unterhalb der entsprechenden deutschen Preise angesiedelt.

Das neben Zigaretten bekannteste Beispiel für den grenzüberschreitenden Einkaufstourismus Richtung Osten ist der Kauf von Kraftstoffen. Hier weist die Studie darauf hin, dass die Preise für Diesel und Superbenzin in Polen zwar immer noch unterhalb der deutschen Preise liegen, sich diese aber aufgrund einer stärkeren Steigerung in Polen als in Deutschland über die Zeit Ende 2009 bis dato angenähert haben. Dabei erfolgt die Anpassung der Benzinpreise an die Entwicklung des Rohölpreises an den Tankstellen teilweise sehr verschieden.

Der Preisvergleich einiger Kraftfahrzeuge ist in Kategorien vorgestellt und zeigt, dass lediglich die Preise für Modelle der oberen Mittelklasse in Deutschland geringer sind. Alle anderen Modelle sind in Polen günstiger.

Auch im Bereich der Dienstleistungen liegen in den jeweiligen Erhebungszeitpunkten die betrachteten Preise in Polen unterhalb der Preise in Deutschland. Der Unterschied ist hier über alle Dienstleistungsangebote zu finden und auch relativ stark ausgeprägt. Während die Preisdifferenz für eine Leistung bei einem Optiker bei rund 20% und bei einem Restaurantbesuch je nach Gericht zwischen 30% und 40% variiert, kann die größte Preisdifferenz bei Friseurdienstleistungen ausgemacht werden. Hier liegt die Preisdifferenz für einen Männer- oder Frauenhaarschnitt bei über 60%.

Ausgehend von den Ergebnissen der vorliegenden Studie der Region Brandenburg-Lubuskie und den Preisänderungen, die in einem relativ kleinen Zeitraum beobachtet werden konnten, bleibt es spannend, die Entwicklung der Preise zu beobachten. Die Erfahrungen der vorliegenden Preisvergleichsstudie zeigen, dass es sich empfiehlt, die Preiserhebung sowie den Vergleich systematisch, in regelmäßigen Zyklen und mit wissenschaftlicher Begleitung anzulegen. Die Information der Konsumenten westlich und östlich der Oder sollte den Entscheidungsträgern aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft ein Anliegen sein, um den grenzüberschreitenden Einkaufstourismus zu fördern und den Wohlstand der Region langfristig zu sichern.

Literaturverzeichnis

- Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2011): Die kleine Berlin-Brandenburg Statistik, Berlin.
- Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2012): Bruttomonatsverdienste ohne Sonderzahlungen im produzierenden Gewerbe und Dienstleistungsbereich in EUR, <http://www.statistik-berlin-brandenburg.de/BasisZeitreiheGrafik/zeit-Verdiensterhebung.asp?Ptyp=400&Sageb=62002&creg=BBB&anzwer=5> [Stand: 13.08.2012]
- Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2012): Verbraucherpreisindex im Land Brandenburg, Juni 2012, monatlich, Tabelle M I 2 – m, www.statistik-berlin-brandenburg.de [Stand: 13.07.2012]
- Axel Springer AG (2010): TrendTopic. Lebensmittel-Einzelhandel. Online unter: http://www.axelspringer-mediapilot.de/branchenberichte/Einzelhandel-Einzelhandel_703139.html?beitrag_id=119374 [Stand: 13.08.2012].
- Bundesagentur für Arbeit (2012): Statistik der Bundesagentur für Arbeit. Berichtsmonat Dezember 2010. Online unter: http://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Regionen/BA-Gebietsstruktur/Berlin-Brandenburg-ab-05-2005-Nav.html?year_month= [Stand:16.07.2012].
- Dascher, Kristof; Alexander Haupt (2011): The political economy of regional integration projects at borders where poor and rich meet: The role of cross-border shopping and community sorting, in: Journal of Urban Economics, Vol. 69, S. 148-164.
- Dassler, Sandra (2011): Hamsterkäufe an der Grenze. Ein Kilo Zucker pro Person. In: Tagesspiegel, vom 23.03.2012. Online unter: www.tagesspiegel.de/berlin/brandenburg/hamsterkaeufe-an-der-grenze-ein-kilo-zucker-pro-person/3968476.html [Stand: 10. 08.2012]
- Englert, Dominic; Veera Juusti, Julie Koller, Antony Starr, Milena Zosiuk (2011): Food, Gasoline and Cigarettes. A case study about reasons for visiting the bazaar in Slubice. Online unter: http://www.uni-landau.de/ip/seicop3/materials/Seicop_Report.pdf [Stand: 13.08.2012]
- Eurostat (2012): Bruttoinlandsprodukt zu laufenden Marktpreisen nach Nuts 3 Regionen [nama_r_e3gdp]. http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/region_cities/regional_statistics/data/database [Stand: 13.07.2012].
- Flückinger, Paul (2010): Fast eine gute Nachbarschaft, Beitrag in „Goethe-Institut. Reportagen Bilder Gespräche“. Online unter: <http://www.goethe.de/ins/pl/lp/kul/dup/unt/gre/de6694274.htm> [Stand: 13.07.2012]
- Gerritzen, Nana (2009): Einkaufstourismus in Polen. Deutsche im Discount-Paradies. In: Spiegel online, vom 07.03.2009. Online unter: <http://www.spiegel.de/wirtschaft/einkaufstourismus-in-polen-deutsche-im-discount-paradies-a-611841.html> [Stand: 12.07.2012]
- Repetzki, Beatrice (2010): Handelsflächen mit Auslandskapital legen in Polen zu. Portugiesische Biedronka-Märkte expandieren. Germany Trade & Invest. Online unter: <http://www.gtai.de/wwwroot/archiv-online-news/www.gtai.de/DE/Content/Online-news/2010/20/medien/gs2-handelsflaechen-polen.html> [Stand: 13.08.2012]
- Statistical Office Zielona Gora (2012): <http://www.stat.gov.pl/zg/> [Stand: 13.07.2012]

Verbraucherzentrale Brandenburg (2012): Zucker in der Grenzregion stark nachgefragt,
Presseinformation, 24.03.2011. Online unter:
<http://www.vzb.de/UNIQ134486904531807/Zucker-in-der-Grenzregion-stark-nachgefragt>
[Stand: 13.08.2012]