



Die teuerste Stadt hat sich durchgesetzt Preisrekorde bei den Olympischen Spielen 2012 in London

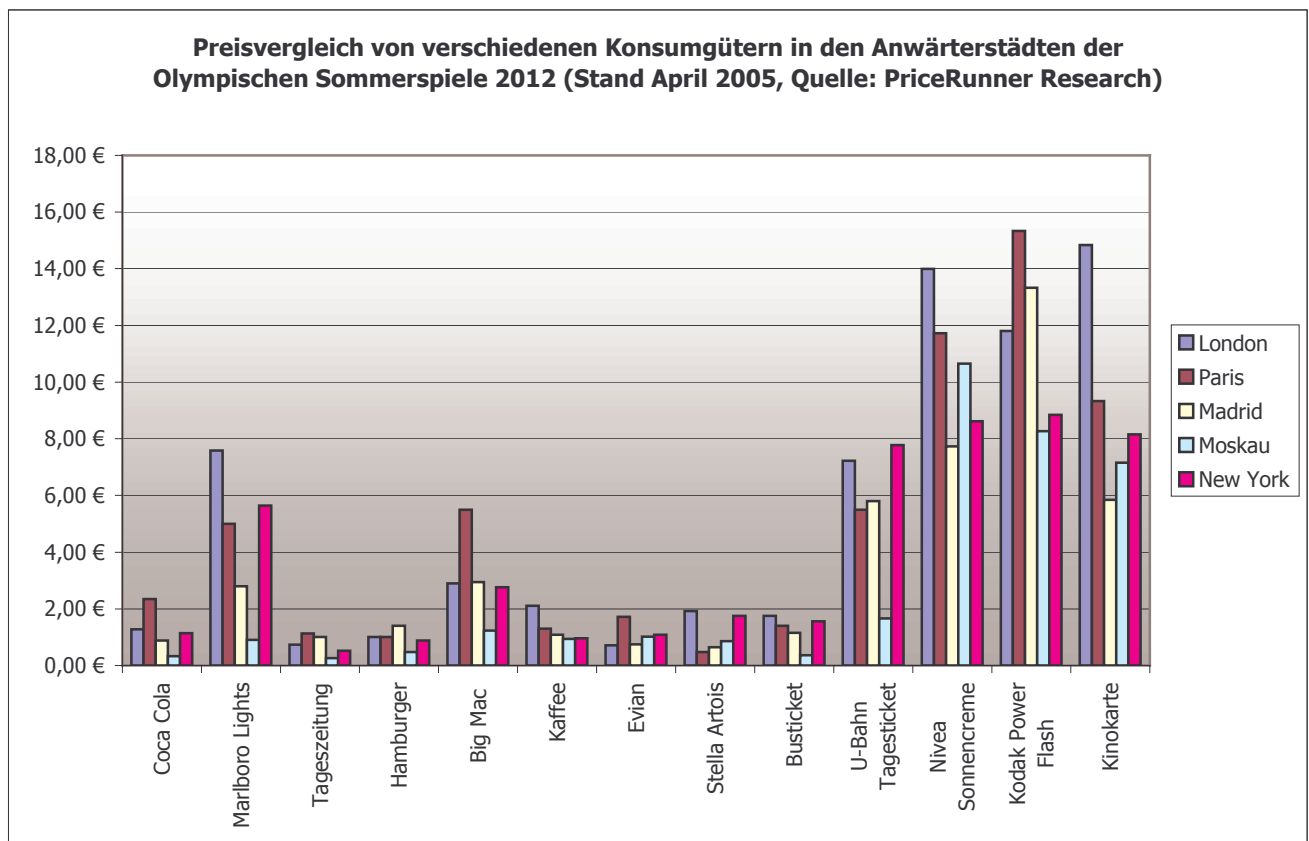
Unterhaching/München, 7. Juli 2005. Wer die Olympischen Sommerspiele 2012 vor Ort erleben möchte, fängt besser schon jetzt an zu sparen: Für Olympia-Touristen ist die Gastgeberstadt London ein teures Pflaster. Das Produkt- und Preisvergleichsportale PriceRunner hat in den fünf Kandidatenstädten die Preise von Produkten verglichen, die zur „Grundversorgung“ der internationalen Fans gehören: vom U-Bahn-Ticket über den Hamburger bis hin zur Sonnenmilch.

Der künftige Ausrichter der Sommerspiele 2012 war bei sechs der untersuchten 13 Produkte die teuerste Stadt: Kaffee, Bier, U-Bahn-Ticket, Sonnenmilch, Zigaretten und Kinoticket kosten nirgends mehr als in der britischen Hauptstadt. Allerdings wäre auch der bis zuletzt hoch gehandelte Favorit Paris aus Touristensicht nicht erschwinglicher gewesen: Die Seine-Metropole liegt bei den Preisen für Cola, Tageszeitung, Big Mac, Wasser und Einwegkamera ganz vorne. Über die IOC-Entscheidung hinwegtrösten können sich die Franzosen allerdings jetzt mit einer Flasche Lager-Bier – denn sie ist nirgends billiger als in Paris.

Hätte das IOC sich für „preisgünstige“ Spiele entscheiden wollen, wäre Moskau zum Zug gekommen: Neun der 13 verglichenen Produkte waren in Moskau am billigsten, häufig mit großem Abstand zu den anderen Städten. So kostet ein kleiner Coffee-to-Go in Moskau nur 0,94 Euro, in London müssen die Sportfans dafür nun satte 2,11 Euro bezahlen. Wer auch während der olympischen Spiele nicht auf einen netten Kinobesuch verzichten möchte, wird Augen machen: Das durchschnittliche Kinoticket kostet fast 15 Euro, in Madrid wäre man schon für ein Drittel dieses Betrages in den Kinogenuss gekommen. Die spanische Hauptstadt lag, genauso wie New York, für die meisten Produkte im Mittelfeld, wobei in Madrid der Spitzenwert für den Hamburger (1,40 Euro), in New York für das U-Bahn-Tagesticket (7,78 Euro) erreicht wurde.

Die Preise wurden von PriceRunner-Mitarbeitern in den fünf Städten (London, Paris, Madrid, Moskau, New York) zwischen dem 4. und dem 7. April 2005 gesammelt. Erhoben wurden die Daten für diese einmalige, groß angelegte „Offline“-Aktion vorwiegend in großen Supermärkten oder Handelsketten, um möglichst repräsentative Zahlen zu erhalten. Für jedes Produkt wurden mindestens zwei Preise und deren Mittelwert gebildet. Eine Ausnahme bildeten hier lediglich standardisierte Produkte, die landesweit zum gleichen Preis vertrieben werden. Die Umrechnung erfolgte nach den Wechselkursen der Europäischen Zentralbank vom 6. April 2005.

Verglichen wurden die Preise folgender Produkte: Coca Cola 50 cl, Plastikflasche; Marlboro Lights, 20 Zigaretten; große nationale Tageszeitung (Mittelwert aus den drei größten); McDonald’s Hamburger, McDonald’s Big Mac, Coffee-to-Go, 33 cl; Busfahrkarte, eine innerstädtische Fahrt; U-Bahn-Tagesticket, Sonnenmilch, Nivea 200 ml, LSF 15; Stella Artois Lager, 33 cl; Wasser, Evian 0,5l; Einwegkamera, Kodak Power Flash und Kinotickets, 1 Erwachsener, Samstagabend.



Über PriceRunner:

PriceRunner (www.pricerunner.com) ist eines der führenden europäischen, unabhängigen Portale für Preis- und Produktvergleiche. Seit Ende 2004 ist PriceRunner auf dem deutschen Markt präsent und bietet Konsumenten die Möglichkeit, Preise und Informationen zu mehr als 300.000 Produkten von rund 3.500 Händlern (Stand: Mai 2005) abzufragen und zu vergleichen. PriceRunner startete 1999 in Schweden, im September 2000 in Großbritannien und ist in beiden Ländern inzwischen der maßgebende Produkt- und Preisvergleichsdienst. Zudem steht das Portal in Frankreich, Dänemark und in den USA zur Verfügung.

Seit August 2004 gehört PriceRunner zur NASDAQ-notierten ValueClick Inc., einem der führenden Anbieter von internetbasierten Marketing- und Technologielösungen.

Weitere Informationen und Logos unter www.pricerunner.com oder gerne bei dot.communications GmbH

Miriam Köp

Telefon: +49 (0)89-530797-22

Fax: +49 (0)89-530797-19

E-Mail: pricerunner@dot-communications.de