

---

**Rabattgesetz**

**Nicht mehr zeitgemäß**

Dieser Tage beschloß der Bundestag mit den Stimmen der rot-grünen Koalition und der FDP die ersatzlose Abschaffung des fast 70 Jahre alten Rabattgesetzes und der Zugabenverordnung. Dies bedeutet unter anderem, daß Rabatte, die Händler den Kunden bei Barzahlung einräumen, nicht mehr auf 3% begrenzt werden müssen. Im Vorfeld wurden Befürchtungen geäußert, daß kleine Unternehmen aufgrund der Schaffung von Rabattsystemen bei Großunternehmen ins Hintertreffen geraten könnten und daß die Preistransparenz – insbesondere als Folge von Zugaben beim Kauf einer Ware – zurückgehen könnte.

Im Prinzip ist es zu begrüßen, wenn sich der Spielraum für die Preisgestaltung durch die Aufhebung der Rabattbegrenzung erhöht. Die Anbieter können dadurch flexibler auf die jeweilige Marktsituation reagieren. Dies führt tendenziell zu einer Erhöhung des Transaktionsvolumens und damit zu einer besseren Marktversorgung. Auch die Gewährung von Zugaben kann ökonomisch sinnvoll sein, wenn die Händler dadurch Synergieeffekte erzielen können (z.B. Losschlagen von Restposten). Der mündige Verbraucher sollte in der Lage sein, den geldwerten Vorteil von Dreingaben grob abschätzen zu können.

Die Gefahr der Verdrängung von Klein- und Mittelunternehmen durch Rabattsysteme erscheint relativ gering, wenn sich diese Unternehmen zu Rabattgemeinschaften zusammenschließen oder an bestehende Rabattsysteme anschließen. Allerdings ist die ökonomische Vorteilhaftigkeit von Kundenbindungssystemen nicht so ohne weiteres einsichtig: Ökonomisch begründen ließen sich Rabattsysteme, wenn durch Kundenbindung eine Verstetigung oder bessere Planbarkeit des Absatzes erreicht würde. Dies erscheint jedoch eher zweifelhaft. Für den Verbraucher bedeuten Rabattsysteme eine Beschränkung der Wahlfreiheit, wenn er in den Genuß von Rabatten kommen will. Auf den ersten Blick scheinen Rabattsysteme somit eine teure Variante von Preisnachlässen zu sein. Man kann jedoch darauf vertrauen, daß der Wettbewerb auch hier mittel- bis langfristig zu effizienten Ergebnissen führen wird. ke

---

**Deutsche Bahn AG**

**Gefährliches Preismodell**

Die Deutsche Bahn AG plant in der zweiten Hälfte des nächsten Jahres ein neues Preissystem einzuführen. Sie erhofft sich damit, mehr Kunden für die Bahn zu

gewinnen und höhere Einnahmen zu erzielen. Das neue Tarifmodell sieht vor, daß der Grundpreis pro Kilometer bei einer Entfernung bis zu 100 km etwa gleich bleibt, daß er bei einer Strecke von 100 bis 150 km um bis zu 10% steigen kann und daß er bei einer Bahnfahrt von über 150 km sinkt, wobei die genaue Höhe der Grundpreise noch nicht festgelegt ist. Gleichzeitig wird die BahnCard um gut die Hälfte verbilligt, dafür betragen die Rabatte der BahnCard nur noch 25% statt vorher 50%. Außerdem sieht das Modell eine umfassende Familienregelung sowie hohe Frühbucherrabatte vor, die aber auf Strecken unter 150 km nicht gelten sollen. Das Hauptaugenmerk dieses Modells liegt also auf der Gewinnung von neuen Kunden im Langstreckenbereich, während die Bedingungen für die Pendler im Kurz- bis Mittelstreckenbereich, die einen Großteil der Bahnkunden bilden, gleich bleiben oder schlechter als heute werden.

Es ist sicher nur recht und billig, wenn ein Unternehmen durch seine Preispolitik versucht, neue Kunden zu gewinnen, um dadurch höhere Einnahmen zu erzielen. Allerdings muß gerade im Bereich des „erweiterten“ ÖPNV auch das öffentliche Interesse berücksichtigt werden. Eine Verschlechterung der Bedingungen für diese Kunden kann sehr schnell zu einem Umsteigen auf das Auto führen. Da der ÖPNV ohne öffentliche Unterstützung aufgrund des Öffentlichen-Gut-Charakters wohl nicht auskommt, könnte die Schlechterstellung der Pendler auch als eine Strategie, höhere Subventionen für den Nahverkehr zu ergattern, gewertet werden. Allerdings ist dies kein ungefährlicher Weg für die Deutsche Bahn AG, da doch die Gefahr besteht, daß sie das Gros ihrer Stammkunden durch höhere Preise ganz und gar vergraulen könnte. cw

---

**Preiserfassung**

**Wirtschaftswachstum unterschätzt**

Das Statistische Bundesamt will zur korrekteren Messung der Preisentwicklung künftig auch hedonische Methoden einsetzen. Dabei geht es vor allem darum, Preisveränderungen bei Gütern mit deutlichen Produktänderungen besser in eine Qualitäts- und eine „echte“ Preiskomponente aufzuspalten. Ein gutes Beispiel ist die Entwicklung bei PCs, deren Leistungsfähigkeit sich schnell erhöht, bei sinkenden Preisen. Bisher werden in Deutschland qualitätsbedingte Preisveränderungen soweit ermittelbar durch den Geldwert der Qualitätsunterschiede, vielfach aber durch Schätzung bestimmt. Hedonische Methoden berechnen den Preis eines Gutes als Funktion einer Kombination verschiedener Produktmerkmale unter Anwendung ökonometrischer Methoden. Dem Vorteil

dieser Methoden, einer besseren Qualitätsbereinigung der Preise, steht allerdings ein nicht unerheblicher Nachteil in Form des zusätzlichen Aufwands zur Erfassung der Produktmerkmale gegenüber, so daß sie nur für ausgewählte Güter in Frage kommen.

Hedonische Preisschätzungen sind nicht neu. In den USA wird auf diesem Gebiet schon länger geforscht, und dort werden diese Methoden bereits in der amtlichen Statistik zur Preismessung bei einer Reihe von Gütern eingesetzt. Empirische Untersuchungen zeigen, daß die Entwicklung hedonischer Preise zumeist niedriger ausfällt als jene traditionell erfaßter Preise. Es gibt Hinweise, daß die Preisentwicklung in Deutschland tendenziell überschätzt wird.

In der letzten Zeit hat die Diskussion um eine korrekte Preiserfassung eine weitere Dimension angenommen. Dabei wird der Frage nachgegangen, inwieweit dadurch reale Größen wie Wachstum und Produktivität beeinflußt werden. Untersuchungen der Bundesbank kommen zu dem Ergebnis, daß das Wachstum des realen BIP in Deutschland bei Anwendung amerikanischer Deflationierungsmethoden um knapp einen halben Prozentpunkt pro Jahr höher ausgefallen wäre. Demnach wäre die Wachstumsdifferenz gegenüber den USA geringer als bislang statistisch ausgewiesen. jh

---

### **Bankenaufsicht Basel II in der Kritik**

Im Januar dieses Jahres veröffentlichte der „Baseler Ausschuss für Bankenaufsicht“ den über 500 Seiten langen Vorschlag für einen neuen Eigenkapital-Akkord (Basel II). Die Bankenwelt hat seiner Aufforderung folgend inzwischen über 200 kritische Stellungnahmen vorgelegt. Das hat den Ausschuß veranlaßt, nun doch noch eine weitere Konsultationsrunde durchzuführen und die Endfassung erst 2002 festzulegen.

Begrüßt wird allgemein, daß die seit 1988 gültige Mindest-Eigenkapitalquote von 8% nicht generell weiter erhöht und neben einer verfeinerten Standardmethode der Berechnung nun auch interne Ratingverfahren akzeptiert werden. Auch die Absicht, von risikobereiten Banken höhere Eigenkapitalquoten zu verlangen, wird anerkannt. Kritisiert wird dagegen, daß der Vorschlag insgesamt zu komplex und bürokratieaufwendig sei und den Mittelstand deutlich benachteilige. Dabei ist zu berücksichtigen, daß der „Baseler Ausschuss“ vorrangig international tätige Banken im Blickfeld hat, Basel II mittels EU-Richtlinien ab 2005 aber für alle Kreditinstitute der EU gültig werden soll.

Kleine Banken befürchten wohl zu Recht, daß sie auf einfache Verfahren zur Beurteilung von Markt-, Kredit- und operationellen Risiken angewiesen sind und des-

halb mit relativ hohen Eigenkapitalquoten rechnen müssen. Das trifft dann auch ihre mittelständischen Kunden, die schon jetzt höhere Zinsen als Großkunden zahlen. Wie meistens bei Regulierungen werden den erwarteten Vorteilen die bürokratischen Mehrbelastungen nicht gegenübergestellt. Die geplante größere Flexibilität der Sätze könnte auch den Nachteil haben, die Eigenkapitalkosten im Konjunkturverlauf gerade dann deutlich anzuheben, wenn eine Entlastung stabilisierungspolitisch wünschenswert wäre. Damit würde aber die eigentlich bezweckte Stabilisierung der Finanzmärkte nicht in dem beabsichtigten Ausmaß erreicht. de

---

### **EU-USA**

#### **Differenzen über Fusionsvorhaben**

Die Europäische Kommission hat die geplante Fusion zwischen General Electric und Honeywell untersagt und damit ein Projekt zu Fall gebracht, das von zwei US-Unternehmen betrieben und von den Wettbewerbsbehörden in den USA – und in zwölf weiteren Ländern – bereits genehmigt worden war. Anders als bei der Fusion von Boeing und McDonnell Douglas vor vier Jahren hat sie dieses Mal nicht eingelenkt und dem Auswirkungsprinzip in der Wettbewerbspolitik aus europäischer Sicht Geltung verschafft.

Dieser Grundsatz, der den Wirkungsort wettbewerbswidriger Praktiken über den Entstehungsort stellt, wird von amerikanischer Seite zwar geteilt – und seit langem praktiziert –, nicht jedoch die darauf basierende Analyse und Vorgehensweise der europäischen Stellen im konkreten Fall: Während die Kommission den möglichen Mißbrauch einer marktbeherrschenden Stellung, die nach ihrer Einschätzung durch eine Realisierung des Fusionsvorhabens entstanden wäre, durch ein Verbot von vornherein ausschließen wollte, lehnt die Antitrust Division eine solche „Vorverurteilung“ ab und will erst bei tatsächlichen Wettbewerbsverstößen einschreiten.

Der Fall General Electric-Honeywell offenbart grundsätzliche Differenzen – bei Normen, Auslegungen und Verfahren – zwischen amerikanischer und europäischer Wettbewerbspolitik. Das hierin enthaltene Konfliktpotential ließe sich vollständig nur durch eine Zentralisierung der wettbewerbspolitischen Entscheidungsprozesse beseitigen, die jedoch politisch nicht durchsetzbar ist und auch ökonomisch nicht eindeutig vorteilhaft wäre. Um zu verhindern, daß wettbewerbspolitische Auseinandersetzungen in eine Eskalation handelspolitischer Streitigkeiten einmünden, wären aber auf multilateraler – und bilateraler – Ebene Maßnahmen notwendig, die einen besseren Interessenausgleich in der Wettbewerbspolitik ermöglichen. ko