

Kommt nun nach der Rabattkatastrophe mit der möglichen Abschaffung der GVO für viele Automobilhändler das endgültige Aus?

Durch Liberalisierung in die Pleite?

Wir alle beobachten, wie sich die Autohäuser durch einen wahnsinnigen Preiswettbewerb in einer beispiellosen Fusions- und Pleitewelle befinden. Aber das Kfz-Gewerbe ist nicht allein. Die Symptome finden sich in vielen anderen Branchen. Erkennbar ist das am deutlichsten in deutschen Fußgängerzonen, wo kaum mehr inhabergeführte Geschäfte zu finden sind (außer Apotheken). Wir beobachten die Aldisierung des Buchhandels und sehen, dass unsere selbstständigen Milchbauern oder auch die Spediteure in der Gefahr stehen, dem „freien“ Spiel der Marktkräfte geopfert zu werden. Der Mittelstand ist überall nicht nur in Gefahr, sondern er schwindet und verschwindet.

Eine unabwendbare Entwicklung? Mitnichten! Es ist die Folge einer seit fünfzig Jahren rollenden Liberalisierungswelle, die, getragen vom Zeitgeist, in den fünfziger Jahren ein ideologieverdächtiges Kartellrecht implantiert hat. Einer Liberalisierungswelle, die sich in den Siebzigern mit der Einführung der „Unverbindlichen Preisempfehlung“ (Wegfall der Möglichkeit der Preisgestaltung durch den Hersteller von Markenware) fortgesetzt hat und die vor sieben Jahren in der Abschaffung des Rabattgesetzes ihren bisherigen Höhepunkt fand.

Die Ursachen des unerfreulichen Trends sind somit überwiegend politischer Art, denn die Menschen sind nicht unfähiger geworden oder fauler: „Geiz ist Geil“ ist keine Erfindung der Werbeindustrie, sondern eine Erfindung der Verbraucherverbände. Ihre einseitige Sicht von unten auf die „hohen“ Preise, d.h. aus dem Blickwinkel des „armen“ Konsumenten, war im Kern ursächlich für die Abschaffung



■ Die Abschaffung des Rabattgesetzes war für viele Autohändler der Anfang vom Ende, stellt Rechtsanwalt Florian J. Hoffmann fest. (Kontakt: www.hoffmannlaw.de)

des segensreichen Rabattgesetzes. Wenn der Kfz-Einzelhändler früher dem Konsumenten vorhalten konnte, er dürfe gesetzlich nicht mehr als fünf Prozent Rabatt geben, so hat die Abschaffung dieser Grenze heute dazu geführt, dass der Vertragshändler vielfach ganz auf seine Spanne verzichtet, nur um seine Mindestabnahmen loszuwerden. Viel Umsatz für nichts oder mit Verlust.

Der Ideologie geopfert werden aber nicht nur viele Selbstständige, sondern auch viel Mittelstand in Form gut verdienender Angestellter, die keinen „Job“ ausüben, sondern einen „Beruf“. Schwindende Margen und Gewinne sind auch schwindende Einkommen der treuen Mitarbeiter, nicht nur der Inhaber! Der Unternehmer kann als Kaufmann gar nicht anders, als den finanziellen Druck weiterzugeben, weil er in die Pleite schliddert, wenn er es nicht tut. Der vermeintliche Gewinn für den Verbraucher ist in Wirklichkeit der Verlust von Einkommen für alle, also Verlust in der selben Tasche. Mit sinkenden Preisen geht es sichtlich mit allen bergab. Die „Einkommensschere“ ist das sichtbare Zeichen.