

Coca-Cola bleibt in der Schweiz teurer

Der Nationalrat hat die Revision des Kartellgesetzes abgelehnt. Was die wirtschaftsfreundlichen Vertreter als Versenkung eines «Monsters» feiern, tadeln die Befürworter als schlecht für die Konsumenten.

Michael Soukup

Gestern war für Maurus Ebnetter ein rabenschwarzer Tag. Seine Vorfreude war gross, dass die Basler Wirte bald Coca-Cola und Bier regulär und billiger bei den deutschen und französischen Abfüllern kaufen könnten. Der Delegierte des Vorstands des Wirteverbands Basel-Stadt war sogar bereit, die Getränke jeweils mit eigenen Lastwagen im nahen Ausland abzuholen. Doch die Franzosen und Deutschen reagierten bisher abweisend und wollten nicht zu den dort üblichen Preisen verkaufen. So erforderten die Importaktionen einiger Gross- und Detailhändler viel Ideenreichtum und auch ein bisschen subversives Verhalten.

Deshalb hatte Maurus Ebnetter den Vorschlag der «relativen Marktmacht» für die Revision des Kartellrechts unterstützt. Danach hätten Coca-Cola und andere internationale Markenartikelhersteller gezwungen werden können, Schweizer Abnehmer im Ausland zu den gleichen Konditionen zu beliefern. Für den Tatbestand der relativen Marktmacht hätte im Extremfall gereicht, dass ein vergleichsweise kleiner Nachfrager vom grossen Anbieter abhängig ist.

Gleichzeitig wäre auch der Druck auf die Wettbewerbskommission (Weko) gestiegen. Denn heute sind die Hürden viel höher: Ein marktmächtiges Unternehmen wird nur gebüsst, wenn es eindeutig «marktbeherrschend» ist und diese Stellung «missbraucht». Doch dies galt auch nur theoretisch: Zwei Jahre nachdem die Basler Wirte geklagt haben, hat die Weko noch immer nicht herausgefunden, ob Coca-Cola eine marktbeherrschende Stellung hat.

Konzernfreundliche Gewerbler

Eingebracht hatten den Vorschlag gestern ins Bundesparlament der Freiburger CVP-Nationalrat Dominique de Bumann mithilfe von Konsumentenschützerin Prisca Birrer-Heimo (SP, LU), Andrea Caroni (FDP, AR) und Kathryn Bertschi (Grünliberale, BE). Der Nationalrat war aber nicht einmal bereit, auf die Revision des Kartellrechts einzutreten und sie zu diskutieren. Er lehnte das Anliegen mit 99 zu 80 Stimmen bei 12 Enthaltungen ab. Dagegen war eine Allianz bestehend aus SVP, BDP, teils der CVP, der Grünen und linken Gewerkschaftsvertretern. Nur die Grünliberalen stimmten geschlossen für ein Eintreten. «In der Frage der zwischenstaatlichen Preispolitik sind wir vom Gewerbeverband sehr enttäuscht. Er vertritt einseitig die Interessen der Konzerne und Grossimporteure», sagt Ebnetter.

Tatsächlich wetteten die Gewerbevertreter im Rat am heftigsten gegen die Vorlage. Es ging ihnen aber nicht nur darum, dass der Importzwang für Bestellungen gleicher Güter nicht ins Kartellgesetz kommt. Zusammen mit dem Wirtschaftsdachverband Economiesuisse und dem Schweizerischen Gewerkschaftsbund machten sie auch Stimmung gegen die Professionalisierung der Weko. So hätte die Weko von 12 auf 7 Mitglieder verkleinert werden sollen – und damit wären die Interessenvertreter rausgeflogen. Deshalb macht der ehemalige Preisüberwacher Rudolf

Strahm auch den Wirtschaftsminister für das Scheitern der Vorlage mitverantwortlich: «Bundesrat Johann Schneider-Ammann war nicht in der Lage, einen mehrheitsfähigen Kompromiss vorzulegen.» Im Unterschied dazu habe der frühere Wirtschaftsminister Pascal Couchepin bei der ersten Revision des Kartellrechts im Jahr 1998 realisiert, dass die gesamte Vorlage an diesem Thema scheitern würde, und deshalb die Reduktion der Weko wieder rausgenommen.

Während wirtschaftsfreundliche Vertreter sich über die Versenkung des «interventionistischen Monsters» (SVP-Fraktionschef Adrian Amstutz) nun freuen, klagen die Konsumentenschützer: «Mittels Kartellabsprachen werden Märkte weiterhin abgeschottet und Parallelimporte verhindert», so SP-Nationalrätin Prisca Birrer-Heimo. Enttäuscht ist auch Hotelleriesuisse. «Die Bekämpfung der Hochpreisinsel hat für uns nach wie vor höchste Priorität. Wir werden uns in diesem Bereich proaktiv einsetzen», sagt Geschäftsleitungsmitglied Marc Kaufmann.

Vor einem Scherbenhaufen steht aber vor allem Bundesrat Schneider-Ammann. Für ihn war es die wichtigste Vorlage dieser Legislatur – und nun dieser Totalabsturz. Die Revision des Kartellgesetzes hatte bereits mehrere Jahre Vorlaufzeit, bevor der Nationalrat diesen Frühling zum ersten Mal beschloss, darauf nicht einzutreten. Der Ständerat hielt hingegen im Juni an der Revision fest.

Günstigeres Cola als in der Schweiz: Getränkestand in Zypern.
 Foto: Colourbox

Versenkung der Kartellrechtsrevision

«Der Bundesrat verlor die Kontrolle über die Revision»

Patrick Krauskopf, ehemaliger Vizepräsident der Weko, übt Kritik am Bundesrat.

Interview: Christian Zürcher

Der Nationalrat hat die Revision des Kartellrechts versenkt. Was halten Sie davon?

Keine Revision ist besser als eine schlechte. Obschon ein Revisionsbedarf vorhanden wäre.

Das revidierte Kartellrecht wäre also ein schlechtes gewesen?

Es wäre zumindest ein Inkonsistentes gewesen. Zunächst war geplant, den durch Kartellvergehen Geschädigten – etwa Konsumenten – die Möglichkeit zu geben, überhaupt an Schadenersatz zu kommen. Das ist heute nicht möglich. Weiter ist heute die Weko Untersuchungsbehörde und Richter zugleich. Dies entspricht nicht den Standards eines Rechtsstaats. Die Einführung eines Wettbewerbsgerichts hätte diesen Mangel beseitigt. Schliesslich hätten neue Kriterien bei der Beurteilung von Firmenfusionen die Schweiz auf internationales Niveau gebracht. Diese an sich sinnvollen Verbesserungen wurden in der politischen Debatte durch nicht ganz durchdachte Vorschläge in den Hintergrund gedrängt.

Was ist schiefgelaufen?

Der Regierung ist es nicht gelungen, den Reformbedarf verständlich zu erklären. Dies hat dazu geführt, dass der Bundesrat und die Verwaltung die Kontrolle über den Revisionsprozess verloren haben und die Parteipolitik die Debatte dominiert hat. Das Resultat war ein Flickwerk an inkonsistenten Ergänzungen.

Welche Ergänzungen sprechen Sie an?

Politiker wollten die Weko mit der Kartellgesetzrevision zum Kontrollieren und Korrigieren von Preisen verpflichten. Mit dem Ziel, die Konsumentenpreise zu senken. Eine derartige Politik verträgt sich schlecht mit einer liberalen Wirtschaftsordnung. Zudem wurde das Instrument «Teilkartellverbot» undifferenziert ausgearbeitet. Horizontale und vertikale Absprachen können nicht mit den identischen Regeln beurteilt werden. Während horizontale Preiskartelle – also Absprachen zwischen Konkurrenten – grundsätzlich immer schädlich sind und deshalb verboten werden können, muss bei vertikalen Vertriebsverträgen differenziert werden. Diese fördern den Wettbewerb in der Regel.

Die SP sprach von einer verpassten Chance auf billigere Preise. Hätte der Konsument nicht profitiert?

Die Vorschläge, die auf dem Tisch lagen, hätten möglicherweise den Bezug im Ausland erleichtert. Ob aber die besseren Einkaufskonditionen tatsächlich an den Konsumenten weitergegeben worden wären, ist eine ganz andere Frage. Basler Wirte etwa importierten unlängst Getränke direkt aus Deutschland, gaben aber den Preisvorteil nicht an die Konsumenten weiter. Das geltende Recht reicht zudem aus, um den bestehenden wettbewerbsrechtlichen Bedenken in Märkten mit wenig Konkurrenten entgegenzutreten. Es würde der Weko erlauben, zum Beispiel die Marktmacht des Duopols von Migros und Coop einzudämmen.

Patrick Krauskopf

Der Professor an der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften (ZHAW) war zwischen 2001 und 2009 Vizedirektor der Wettbewerbskommission (Weko).

Wenn der Staat den Wettbewerb organisiert

Autohandel Direktimporteure mögen nicht überall beliebt sein. Sie sorgen aber laut Wettbewerbshüter für die nötige Konkurrenz zugunsten der Kunden.

Raoul Studer

«Zukunftschancen in der Autobranche». Unter diesem Titel lud der Verband freier Autohandel Schweiz (VFAS) zu einer Informationsveranstaltung ein. Offensichtlich war das Thema gut gewählt. Anders ist es nicht zu erklären, dass die Händler so zahlreich zugegen waren. Viele von ihnen wollten sich aus erster Hand informieren. Über die Chancen des Autogewerbes und auch darüber, was es im Autohandel zu berücksichtigen gilt.

Denn es braucht viel Mühe und Arbeit, um sich in diesem Erwerbszweig zu behaupten. Das gilt für die Händler ganz allgemein, und es gilt noch mehr für die Direktimporteure, die zur Belebung des Wettbewerbs beitragen, aber nicht auf die schützende Hand eines Generalimporteurs zählen dürfen.

10-Prozent-anteil Roger Kunz, CEO Auto Kunz AG in Wohlen AG und VFAS-Präsident, wies einleitend darauf hin, dass es in der Schweiz rund 5000 Garagisten gebe. Davon sei ein Drittel ohne Markenvertretung, mit steigender Tendenz. Er bezeichnete es als die Aufgabe der Direktimporteure, in ihrer Eigenschaft als freie Unternehmer zu mehr Wettbewerb im Autohandel beizutragen. Der Anteil der direkt oder parallel importierten Autos sollte nach Auffassung von Experten bei rund 10 Prozent liegen. Dies sei eine Quote, die einen vernünftigen Wettbewerbsdruck im Automarkt ermögliche. Das entspricht bei 300 000 Neuwagenzulassungen pro Jahr rund 30 000 Fahrzeugen.

Bremsspuren 10 Prozent oder zuweilen auch noch etwas mehr betrug der Marktanteil im Boomjahr 2012. Indes ist nach Einführung des CO₂-Gesetzes vom 1. Juli 2012 der Marktanteil der direktimportierten Autos merklich zurückgegangen und dürfte heute etwa zwischen 7 und 8 Prozent liegen. Zu diesem Umstand trug und trägt bei, dass auch die Grossen im Direktimport weniger Fahrzeuge als Generalimporteure einführen und somit von der im Gesetz festgeschriebenen Möglichkeit der Flottenbildung (Verrechnung spritsparender Modelle oder gar Marken gegen solche mit höherem Verbrauch) nicht in vollem Masse profitieren können.

Ausserdem, so Kunz, würden diverse Marktsegmente (amerikanische Fahrzeuge) benachteiligt, da für diese nicht wie für diverse andere europäische Kleinserien- oder Nischenhersteller Spezialziele über 130 g CO₂/km genehmigt wurden.

Steigender Druck Kunz ist überzeugt, dass der Margendruck in allen Bereichen weiter zunehmen werde. Deshalb gelte es, innovativ zu sein und das Augenmerk auch auf das sogenannte Cross-Selling zu legen. Sich also zu bemühen, nicht nur ein Auto zu verkaufen, sondern ebenso Reifen und anderes Zubehör. Schliesslich gelte es, den Kunden einen ausgezeichneten Service zu bieten. Das erhöhe die Chance, dass sie bleiben. Denn Kundenzufriedenheit sei das wertvollste Gut.

KFZ-Bekanntmachung Patrik Ducrey, stellvertretender Direktor der schweizerischen Wettbewerbskommission (Weko), verwies auf die KFZ-Bekanntmachung, die den Wettbewerb stark

gefördert habe. Heute seien Direkt- und Parallelimporte unbeschränkt möglich, wovon der Konsument profitiere. Diese Wettbewerbsregeln mit besonderen Vorschriften für die Autobranche gibt es in der Schweiz seit 2002, im Jahr 2012 wurden sie letztmals verlängert.

So hat die Weko den deutschen Autohersteller BMW wegen der Behinderung von Direkt- und Parallelimporten gebüsst. Er soll ausländischen Händlern verboten haben, Autos in die Schweiz zu exportieren. Die Sanktion beläuft sich auf 156 Mio. Franken. Die Busse ist allerdings noch nicht rechtskräftig, da BMW den Fall an das Bundesverwaltungsgericht weitergezogen hat.

Dieser Fall zeige, dass die Weko durchaus entschlossen sei, hart durchzugreifen, wenn es ihr angezeigt erscheine. Mit den Jahren habe die Weko, so Ducrey, eine Art Auskunftsfunktion bekommen. Anfragen aller Art würden an sie herangetragen. So kämen oft Anfragen bezüglich Werksgarantie. Diese gelte auch beim Kauf eines Autos aus dem EU- oder EWR-Raum, unterstrich der Weko-Mann.

Keine Aufhebung Was die Weiterführung der KFZ-Bekanntmachung angeht, hat die Weko eine Umfrage bei den interessierten Kreisen durchgeführt. Als Nächstes findet im November eine Anhörung statt, zu der etwa die Schweizer Automobil Importeure sowie AGVS (Auto Gewerbe Verband Schweiz), TCS und Direktimporteure eingeladen werden.

Unbestritten sei, dass sich die KFZ-Bekanntmachung bewährt habe. Mittelfristig soll eine EU-Kompatibilität angestrebt werden.

In welcher Richtung es mit der KFZ-Bekanntmachung genau weitergehen soll, darauf wollte sich Ducrey nicht festlegen. Doch ihre gänzliche Aufhebung dürfte kein Thema sein. Denn dies würde den Einfluss der Importeure massiv stärken, und die Zahl der Mehrmarkenvertriebe dürfte abnehmen. Ducrey machte aber auch klar, dass es nicht Aufgabe der Weko sein könne, Strukturhaltung zu betreiben. Tatsache sei, dass es im Garagengewerbe Überkapazitäten gebe. Das bedeute, dass sich nicht alle werden behaupten können.

Mehr Partnerschaft Nach Patrick Krauskopf, Rechtsanwalt und Leiter Zentrum Wettbewerbsrecht (ZHAW), haben sich die Rahmenbedingungen der Weko bewährt. So seien Mehrmarkenvertriebe möglich und die Kündigungsfristen seien verlängert worden. Die Rahmenbedingungen ermöglichen es den rund 10 000 KMU des Autogewerbes, einen erfolgreichen Job zu machen. Aber er erinnerte auch daran, dass sich Händler so verhalten sollten, dass der Konsument davon profitiert.

Ferner machte Krauskopf darauf aufmerksam, dass ein Minimum an Partnerschaft zwischen den Generalimporteuren und den Händlern wichtig sei. Diese Partnerschaft fehle zuweilen auf Seiten der Generalimporteure, hielt Krauskopf abschliessend fest.

Trotz aller Einschränkungen darf das Fazit gezogen werden, dass die Autobranche mit Zuversicht in die Zukunft blicken darf.

Im Autohandel verhandeln erwachsene Menschen. Ob der Wettbewerb durch staatliche Eingriffe zu fördern ist, darüber gehen die Meinungen auseinander. Foto: zvg

Die Forums-Teilnehmer gespannt auf die Debatten.

Forum für die Branche

swiss auto forum In inspirierender Umgebung, im Zentrum Paul Klee, Museum und Kongressort zugleich, trafen sich letzten Montag Branchenprofis zum ersten Swiss Auto Forum. Im Vordergrund standen Themen, die den Vertrieb besonders interessiert: Was ist von der Konjunktur zu erwarten, was hat der Bund mit dem Wettbewerbsrecht in der Autobranche vor, wie rüstet sich der Garagenbetreiber auf die Herausforderungen der nächsten Jahre? Die Experten schilderten ihre Erkenntnisse und diskutierten auf dem Podium auch kontrovers.

Die AR berichtet demnächst ausführlich über die Inhalte des Forums. Unter den Rednern: Timo Ohnmacht, Uni-Dozent und Mobilitätsspezialist, Jonathan Möller, Pionier des E-Commerce, Thomas Halbeisen von McKinsey & Company und Konjunkturforscher Jan-Egbert Sturm. dr