

Professor Achim Wambach
- Monopolkommission -
Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung
L 7, 1
68161 Mannheim

eBuch eG

Falkengasse 8
69123 Heidelberg

Tel.: 06221 / 647 94 90

Fax: 06221 / 647 94 99

kontakt@ebuch.com

www.ebuch.com

Postalisch: An die Mitglieder der Monopolkommission (Dr. Angelika Westerwelle, Thomas Nöcker (K+S AG), Dagmar Kollmann, Prof. Dr. Jürgen Kühling), Bundesministerin für Verbraucherschutz Katharina Barley, Bundesministerium für Wirtschaft, Bundesministerium für Finanzen, Kulturstatsministerin Monika Grütters, überregionale Presse (SPIEGEL, ZEIT, Süddeutsche Zeitung, Kölner Stadtanzeiger, NZZ) sowie HBS, SteglitzMind, netz-haut.

Elektronisch (nach Posteingang): An die Branchenpresse (Börsenblatt, BuchMarkt, Buchreport, Langendorfs Dienst).

eine elektronische Kopie dieses Briefes finden Sie unter
<http://portal.ebuch.net/index.php?id=22>

Betrifft: Buchpreisbindung - Entgegnung zum Gutachten Prof. Wambach

Guten Tag Herr Professor Wambach,

gestatten Sie mir, mich kurz vorzustellen: Lorenz Borsche, 63, Gründer und Vorstand der eBuch eG, einer Einkaufsgenossenschaft mit 850 Mitglieds-Buchhandlungen und eigenem Zentrallager mit ca. 120 Mio. Euro Jahresumschlag (VK) und einem bundesweiten Onlineshop, der besonders die Abholung in der lokalen Buchhandlung unterstützt (www.genialokal.de). Meine Vita finden Sie auf meiner Homepage unter www.Borsche.de / [Dies & Das](http://www.Borsche.de/Dies&Das) / [Berufliches](http://www.Borsche.de/Berufliches).

Sie werden unschwer verstehen, dass die Buchpreisbindung ein Thema ist, mit dem ich mich seit Jahrzehnten beschäftige, denn es war Ende der 90iger Jahre die Drohung von EU-Kommissar Karel von Miert, diese Preisbindung abzuschaffen, die überhaupt zur Gründung dieser Genossenschaft geführt hat.

Sie und Ihre KollegInnen der Monopolkommission haben sich in einem Gutachten gegen die Preisbindung bei Büchern ausgesprochen. Nein, ich möchte nicht mit Ihnen diskutieren, wie kulturelle Vielfalt sinnvoll geschützt werden kann, auch nicht, ob alles, was zwischen zwei Buchdeckel gepresst wird, unbedingt als Kultur zu gelten hat oder ob der Buchhandel per se ein schutzbedürftiges Biotop sei, all das nicht.

Und wenn ich nicht wüsste, dass Sie zunächst (wie ich auch) Physik und Mathematik studiert hätten, würde ich Ihre Empfehlung an die Bundesregierung nur für ein Beispiel des unter Wirtschaftswissenschaftlern mittlerweile weit verbreiteten Neoliberalismus' (eigentlich: Marktfundamentalismus) halten, dass nämlich der Markt sich am besten von selbst nach Angebot und Nachfrage ausbalanciert und deshalb regulatorische Eingriffe zu vermeiden seien. Das Beste, postulieren Sie, sei doch der von EU-Recht geschützte "unverfälschte Wettbewerb".

Diese These basiert vor allem auf dem seit John Stuart Mill bekannten Begriff des "homo oeconomicus", der unterstellt, dass die auf einem Markt handelnden Personen allumfassend informiert und absolut rationale Egoisten seien, die ihre Produktauswahl ausschließlich nach der Summe ökonomischer Kriterien richten. Daraus folgt nach Adam Smith, dass Märkte sich zum Wohle aller selbst regulieren, wenn man sie nur lässt.

Aber den postulierten "homo oeconomicus" gibt es nicht, das sagt uns nicht nur der gesunde Menschenverstand, mittlerweile haben viele psychologische Studien diese These mehr als einmal falsifiziert. Dann müssen aber auch alle Theorien und Voraussagen, die darauf basieren, mehr oder weniger falsch sein. Leider hat dieses Denkmodell in der Nationalökonomie, die heute Wirtschaftswissenschaft heißt, zu vielen falschen Voraussagen - Stichwort Pareto-Optimum, das es niemals gegeben hat und niemals geben kann - und daraus folgend irrigen Handlungsanweisungen an Politiker geführt, von denen sich lösen zu können sehr schwer scheint.

Nun endlich, nach über 200 Jahren, ist auch in den Wirtschaftswissenschaften die Erkenntnis gereift, dass es den rein rational entscheidenden Optimierer noch nicht mal als Manager in der Wirtschaft gibt, geschweige denn im Privatleben, und es deshalb so gut wie keinen Sinn hat, ihn in irgendwelche Theorien einzubauen. Wir alle handeln zu einem großen Teil nur teilinformiert und emotionsgesteuert und damit in Summe auch unvorhersehbar.

Die Börsen z.B. sind reines Glücksspiel - seit dem Tulpenfieberwahn 1637 in Holland, einer der bekanntesten Finanzblasen der Geschichte, ist das für jeden Laien unschwer erkennbar, auch wenn Nationalökonomien das lauthals bestreiten. Wenn ein Aktienportfolio, von Affen per Dartwürfen ausgewählt, zu einem besseren Ergebnis führt, als die Summe der Erfahrung vieler Fondsmanager, dann ist das ein eindrucksvoller Beleg dafür, dass Börsenerfolge tatsächlich unvorhersehbar, eben rein zufällig und damit Glücksspiel sind - Sie werden die entsprechende Studie der renommierten Cass Business School in London kennen. Und was ist die Börse anderes als ein riesengroßer Markt? Die falsche neoliberale Theorie von den sich selbst regulierenden Märkten aber, die gibt es immer noch, trotz aller Finanzblasen und Börsencrashes, die es gemäß dieser Theorie doch gar nicht geben dürfte?

Aus der Physik wissen Sie, dass die Gültigkeit von Theorien an ihren Voraussagen gemessen werden, sie werden überprüft und entweder falsifiziert und verworfen, oder erstmal nicht. Je öfter sie nicht widerlegt werden, desto eher könnte es sich dabei um eine gültige Theorie, gar ein (Natur)Gesetz handeln - Wissenschaftler folgen da heute ausnahmslos alle dem Falsifikations-Modell von Raimund Popper.

Hat Ihre "Wissenschaft" auch nur eine der schweren Börsenblasen resp. den unvermeidbar folgenden Crash jemals übereinstimmend und richtig vorausgesagt? Wenn sich die Physik in

aus Theorien abgeleiteten Voraussagen solche Fehleinschätzungen erlaubt hätte wie die Wirtschaftswissenschaften - niemand würde Einstein jemals Glauben geschenkt haben, und das zu Recht. Aber Eddington konnte 1919 die Jahre vorher aufgestellte Behauptung, dass Masse nicht nur den Raum, sondern damit auch die Lichtstrahlen krümmt, bei einer Sonnenfinsternis eindrücklich belegen. In der Physik gibt es auch nicht, wie in den Wirtschaftswissenschaften, viele miteinander konkurrierende, sich teilweise diametral widersprechende "Denkschulen"; wenn es nachweisbare Abweichungen von den Voraussagen gibt, führen diese über kurz oder lang zu einem Paradigmenwechsel, wie z.B. beim Übergang von der Newton'schen zur Einstein'schen Gravitationstheorie.

Können Sie, lieber Professor Wambach, auch nur ein Beispiel aus den Wirtschaftswissenschaften anführen, bei der große Theorien durch die Wirklichkeit auch nur annähernd so eindrucksvoll bestätigt wurden, wie Einsteins Relativitätstheorie oder auch Plancks Quantenphysik? Mir ist keines bekannt, dafür aber sehr viele Falsifikationen.

Ja, ich stelle die Voraussagekraft der Wirtschaftswissenschaft in Frage. In anderen Fächern wissen die Forscher um die Unzulänglichkeit jeder Prognostik, kein Historiker würde sich erlauben, aus in der Vergangenheit beobachteten Abläufen eine Theorie über die Zukunft zu schnitzen. Noch nicht mal die reinen Statistiker in der Soziologie würden sich so weitreichende theorieabgeleitete Empfehlungen erlauben, wie das die Wirtschaftswissenschaftler tun, denn die Soziologen wissen, dass selbst das genau nachgezählte Verhalten der Menschen in der Vergangenheit leider keine zuverlässige Voraussage für die Zukunft erlaubt.

Insofern also muss ich ein Wirtschaftsgutachten, dass sich eine solche Vorhersage zu machen traut (nämlich, dass die Abschaffung der Preisbindung zum Wohle aller sei) schon ganz grundsätzlich in Frage stellen. Cui bono ist die allerwichtigste Frage und die wird hier nur unzureichend bzw. gar nicht beantwortet.

Ist das, was dem einzelnen Verbraucher kurzfristig dienen könnte - ein eventuell reduzierter Preis durch Konkurrenz der Händler - auch schon gleich gesamtgesellschaftlich von Nutzen? Gilt das denn auch langfristig? Welche Strukturveränderungen werden induziert oder verstärkt und sind diese wünschenswert, auch für eben jenen Einzelnen? Und gibt oder gäbe es nicht vielleicht etwas, das besser für alle ist, als ausgerechnet die Preiskonkurrenz durch die Händler? Auch in anderen Branchen? Nämlich die Preiskonkurrenz durch die Hersteller, wie wir sie mit der Buchpreisbindung haben, weil da wirklich die Produkte miteinander konkurrieren, der Verbraucher damit viele wirtschaftliche, aber auch handfeste psychologische Vorteile erzielt, während die sogenannte Schnäppchenjagd durch Preiskonkurrenz der Händler bei ein und demselben Produkt nicht nur zu psychologischer Belastung der Käufer führt, sondern langfristig auch Strukturbrüche hervorbringt, die wir gesamtgesellschaftlich vielleicht gar nicht wollen?

Würden Sie sich erlauben, nur für ein kurzes Gedankenexperiment alle verfestigten Dogmen Ihrer Wissenschaft (freier Handel ist gut, Preis-Konkurrenz auch, also ist die Preis-Konkurrenz im Handel auch gut) zu vergessen bzw. in Frage zu stellen? Und wenn nicht, dann können Sie mir sicher die von meiner kleinen Geschichte aufgeworfenen Fragen beantworten. Hier kommt sie:

Da haben wir A-Dorf und den allwöchentlichen Markt. Und natürlich auch B-Dorf. In A-Dorf backt der Bäcker Müller sein Landbrot und verkauft es auf dem Markt um drei Taler. Und obwohl der Bäcker Meier sein Hofbrot gleicher Größe um nur zwei-einhalb Taler anbietet, kaufen viele Menschen das Müllersche Landbrot, es schmeckt einfach besser, und der höhere Preis für eine gleichartige Ware wird gerne bezahlt. Das viel kleinere B-Dorf hat keinen Bäcker, also lässt Bäcker Meier seine Frau dort auf dem Markt sein Hofbrot verkaufen, auch dort für zweieinhalb Taler.

Nun kommt der Händler Schulze, der auf beiden Märkten Gemüse und Eier verschiedener Bauern verkauft, zum Bäcker Müller und spricht: Mein lieber Müller, warum gibst Du mir nicht zwei Körbe voll von Deinem Landbrot, wenn ich nach B-Dorf fahre; das lässt sich dort sicher gut verkaufen. Gesagt, getan, Schulze kauft die Landbrote für zweieinhalb Taler bei Müller ein, um sie in B-Dorf für drei Taler zu verkaufen, ein gutes Geschäft für beide. Aber der Verkauf läuft schleppend, die etwas wohlhabenderen B-Dörfler sind es gewohnt, ohnehin öfter nach A-Dorf auf den Markt zu fahren, weil dort das Angebot größer ist, und da nehmen sie doch gleich das Müllersche Landbrot mit. Schulze ärgert sich. Er beschließt, mal eine Zeitlang nichts am Müller-Brot zu verdienen und senkt den Preis auf zweieinhalb Taler, um das Geschäft anzukurbeln.

Das klappt auch gut, jetzt muss er sogar seine Einkaufsmenge erhöhen, weil nicht nur mehr B-Dörfler das Müller-Brot kaufen, sondern sogar manche A-Dörfler gezielt auf Schnäppchenjagd nach B-Dorf fahren, um das dort günstigere Müller-Brot zu erwerben. Mittlerweile hat Schulze seine Abnahmemenge so gesteigert, dass Müller gar nicht mehr wüsste, wie er seine - natürlich erhöhte - Produktion anders absetzen könnte als mit Hilfe von Schulze, während der Ex-Konkurrent Meier schon um seine Existenz kämpfen muss. Dann setzt Schulze das Messer an: auf seinem großen Stand in A-Dorf hängt jetzt ein fettes Schild: "Aktion: Das Original-Müller-Brot für nur zweieinhalb Taler!" Die A-Dörfler jubeln, endlich überall Müller-Brot für einen halben Taler weniger! Müller schäumt vor Wut, aber was soll er machen, der Händler Schulze hat den viel größeren und schöneren Stand und viel mehr Zulauf - und jetzt kommt er auch noch und fordert, die Brote um nur noch zwei Taler einzukaufen, sonst könne er nichts verdienen.

Bei Müller geht das an die Existenz, aber er muss nachgeben, ohne den Schulze'schen Absatzkanal könnte er morgen zusperren. Aber er kann die hohe Qualität für diesen Preis nicht mehr aufrechterhalten, er muss die Gehzeit des Teigs verkürzen, damit er schneller und mit weniger Aufwand produzieren kann. Am Ende ist sein Landbrot kaum noch besser als das Hofbrot von Meier - aber das merkt keiner, denn den Meier gibt es schon gar nicht mehr. Schulze aber hat sich aus den realisierten Gewinnen nicht nur schönere, größere Stände mit noch mehr Waren für die Kunden gebaut, sondern auch nach C-Dorf und D-Dorf filialisiert. Die Dörfler halten das für großartig, Schulze everywhere. Mittlerweile hat Schulze auch das Müller-Brot wieder verteuert, er nimmt jetzt 2 Taler und 70 Groschen. Ach ja, alles wird teurer, sagen die Leut' und murren auch nicht, als er den Preis auf die ursprünglichen 3 Taler anhebt.

Nur irgendwie, sagen die Alten, hat das Landbrot früher doch besser geschmeckt, und man konnte noch wählen zwischen dem Hofbrot vom Meier, das etwas günstiger war, und dem leckeren, aber teureren Müller-Brot. Die Jungen halten das für das typische "Früher-war-alles-besser"-Geschwätz der Alten und fügen sich in die Realität. Und Schulze baut sich eine schöne

Villa und experimentiert in seinem Gartenschuppen mit teuren Feuerwerksraketen, ein Hobby, das er sich früher niemals hätte leisten können.

Das alles dringt dem Landvogt ans Ohr, der sich manchmal unerkannt unter die Dörfler mischt. Er sieht den Müller und den Meier verarmen, Verkaufsstände haben beide schon lange nicht mehr, die Dörfler essen nurmehr mittelmäßiges Brot, aber zum teuren Preis und der Schulze wird reicher und reicher. Und das mit dem schlechteren Müller-Brot ist ja sogar ihm selbst schon aufgefallen. Der Landvogt denkt nach. Alles hat doch damit begonnen, dass Schulze erstmal das Müller-Brot so verbilligt hat, bis alle Kunden bei ihm kaufen. Und er dann über Preis und Qualität und vor allem seine Gewinnspanne frei bestimmen konnte. Der Landvogt findet das nicht richtig, dass - nur weil Schulze sehr bauernschlau war - die Menschen jetzt, egal ob in A-Dorf oder B-Dorf weniger Qualität bekommen, aber dasselbe bezahlen müssen und obendrein noch Müller und Meier fast am Hungertuch nagen, der Schulze aber immer fetter wird.

Und so macht der Landvogt ein Gesetz, das dem Treiben des Schulze - der mittlerweile auch die Gemüsebauern und Eierproduzenten voll unter seiner Fuchtel hat - Einhalt gebieten und anderen Händlern, die nicht so raffgierig sind wie Schulze, eine Chance geben soll, damit die Menschen frei wählen können, was und wo, sprich bei wem sie kaufen.

Er verfügt, dass der jeweilige Hersteller einen Endpreis für seine Produkte festlegen muss, für die Kartoffeln und die Eier der Bauer, für das Brot der Bäcker und so fort. Und bei Strafe des Teerens und Federns allen Händlern verboten ist, die Herstellerpreise zu umgehen, zu unter- oder zu überbieten.

Sofort senkt Bäcker Müller den Verkaufspreis für sein Brot 2. Qualität auf zweieinhalb Taler, stellt aber auch wieder das gute alte Brot für 3 Taler her und nennt es jetzt Landgutbrot. Und er findet andere Markthändler, die ihm mehr bezahlen, als der Schulze es tut, wenn sie nur Ware bekommen. Es ist ein harter Kampf, aber Schulze muss von seinem hohen Ross herunter und faire Einkaufspreise bezahlen, die Müllers Kosten für gutes Brot decken. Die unsinnigen Feuerwerksexperimente muss er auch einstellen, seitdem er keine Wuchergewinne mehr einstreichen kann. Der Sohn vom Bäcker Meier hat die Bäckerei wieder angefangen und macht mit einem neuen Vielkornbrot dem Müller Konkurrenz. Die Menschen haben wieder eine Auswahl zwischen mehreren Broten und mehreren Händlern und müssen auch nicht mehr nach B-Dorf fahren um ein Schnäppchen zu machen, denn jede Brotsorte kostet ja nun überall dasselbe.

Schöne Geschichte, oder? Leider nicht wahr, denn der "Landvogt" (aka Gesetzgeber) hat, von wenigen noch existierenden Ausnahmen abgesehen (Bücher und Medikamente), die früher z.B. für Lebensmittel geltende Herstellerpreisbindung in den 70er Jahren aufgehoben. Der Erfolg? Kleinbauern und selbst größere Milchgenossenschaften haben keine Chance, werden gar mit Kartellgesetzen gepiesackt, die Preise aber dürfen Aldi und Lidl bestimmen. Fibronil-Eier und Hühner-Elend? Wie das oben geschilderte "schlechtere" Müller-Brot eine Folge irrwitzigen Preisdrucks durch die Großabnehmer, der zu überdimensionierten Großbetrieben führen muss, wo Tierwohl und Qualität nachrangig sind.

Warum wurde denn die Preisbindung bei Lebensmitteln aufgehoben? Weil sie nicht mehr beachtet wurde und die "Großen" ungeniert und ungestraft Preiskämpfe angezettelt haben. Das hat zu einer starken Machtkonzentration im Lebensmittelhandel geführt, und heute

bestimmt nicht mehr die Berchtesgadener Milchbauerngenossenschaft darüber, was sie an einem Liter Bergmilch verdient, sondern Aldi, Lidl, Edeka und Rewe. Und solange der Konzentration von Einkaufsmacht nicht Einhalt geboten wird, haben Hersteller so gut wie keine Chance, es sei denn sie hätten ein Monopol, was so gut wie nie der Fall ist. Ja selbst ein multinationaler Konzern wie Nestlé muss sich von Rewe, der viele Nestlé-Produkte einfach aufgelistet hat, vorführen lassen.

Wenn ich mir heute ein TV kaufen will, dann werde ich zu einer "Schnäppchenjagd" fast gezwungen, zu tief ist der Jagdinstinkt in uns verankert, zu stark ist die "Belohnung", die mein Stammhirn signalisiert, wenn ich nur das Wort Rabatt oder das Prozentzeichen sehe. Ganz irrational, aber dutzendfach von Psychologen immer wieder belegt. Sie wissen das alles, oder? Und Sie halten den "homo oeconomicus" und das Pareto-Optimum immer noch für valide Theorien? Genau wie die von Adam Smiths sich selbst regulierenden Märkten? Das wäre so, als würden Sie schwarze Löcher mit Newtons Gravitationsgesetzen beschreiben wollen.

Von den ganzen unappetitlichen Ausformungen der Schnäppchenjagd mal ganz abgesehen, als da wären:

- Amazon zeigt iPhone-Nutzern höhere Preise, als wenn man sich mit einem Android-Smartphone auf der Website bewegt - Apple-Jünger haben mehr Geld, meint Amazon, und sind bereit, mehr für genau dasselbe Produkt, verbunden mit genau derselben Dienstleistung zu bezahlen

- Produktbezeichnungen sind mittlerweile so kryptisch, aber ähnlich, dass der Verbraucher sich gerne mal von einem Superpreis für das 75-Zoll-TV von Hersteller X ködern lässt, weil er gar nicht merkt, dass sich unter einem unwesentlich anderen Produktcode (HB 1573 AI statt HB 1573 AL) eigentlich das Vorjahresmodell verbirgt und der tolle Preis in Wirklichkeit gar nicht toll ist (Verbraucherzentralen haben das in hunderten von Fällen nachgewiesen).

- lokale Händler sterben aus, zu Lasten der Innenstädte, in denen es viele Leerstände gibt, obwohl die Konjunktur brummt

So, lieber Herr Wambach, sehen unregulierte Märkte aus. Ist es das, was die Bevölkerung sich wünscht?

Die Hersteller-Preisbindung dagegen fördert die gesunde Konkurrenz der Erzeuger um das bessere Produkt zu einem fairen Preis. Sie würde auch dem wirklich amoralisch anmutenden Geschäftsgebaren von Amazon, Preise zu "personalisieren" sofort einen Riegel vorschieben. Bei überall gleichem Preis können die Händler mit Service punkten, zum Beispiel: einfach zu Fuß um die Ecke erreichbar zu sein und ein freundliches Gesicht zu haben, nicht nur ein Smiley auf einem Karton.

Die Händler-Konkurrenz bei freier Endpreisgestaltung erzeugt völlig absehbar unsinnige Rabattschlachten, unsinnig, weil dem Verbraucher ja das nicht verdiente Geld irgendwo anders aufgeschlagen werden muss, und einen Konkurrenzkampf, der schlimmer ist, als der im Dschungel: jeder Alpha-Löwe wird mal alt und muss weichen, außerdem kann er auch nicht mehr als ein begrenztes Revier "beherrschen". Händler? Händler wird es, wenn das so weitergeht, nur noch wenige geben, der Mittelstand wird marginalisiert werden und die

Bevölkerung sich in reiche "Schulzes", gerade noch überlebende Müllers und Meiers, und - das fehlt in der Geschichte - die unterbezahlten Paketausfahrer spalten.

Wenn Sie so eine Ellenbogen-Gesellschaft wollen, verbunden mit vielleicht sogar Ihnen unangenehmen Wahlentscheidungen der darob erzürnten Bürger, dann lassen Sie einfach das Recht des Stärkeren gelten und heben Sie alle Kontrollen auf. Das ist dann Marktfundamentalismus - bis in die späten 40er Jahre war der heute so geschmähte "Neoliberalismus" nämlich begrifflich der Vorläufer und Ideengeber der sozialen Marktwirtschaft - und die kannte die Preisbindung!

Wenn Sie aber eine mittelstandslastige Gesellschaft bevorzugen, in der sich die große Mehrheit wohl und geborgen fühlt, dann geben Sie dem kleinen Händler nebenan - und den Kunden - auch eine Chance, nämlich die der Herstellerpreisbindung. Dann konkurrieren Produkte miteinander, nicht Einkaufs-Machtzentralen.

Sie meinen, eine Hersteller-Preisbindung sei nicht zu kontrollieren? Ja, in den 70iger Jahren war das so, mit ein Grund, warum ungestraft dagegen verstoßen werden konnte und damit das Gesetz obsolet wurde. Heute ist das, dank Internet, ganz anders, wir haben schon viele, viele Verfahren gegen "Große" unserer Branche, ja auch gegen Amazon geführt und so oft gewonnen, dass unsere Rechtsabteilung nicht mal mehr Kosten verursacht. Ja, lieber Herr Professor, die Überwachung der Preisbindung durch die Konkurrenz ist der Schlüssel, sie auch wirklich flächendeckend und dauerhaft durchzusetzen, ohne dabei den Staat bemühen zu müssen - was ja keiner will.

In unserer Branche darf man das Vorhaben als gelungen bezeichnen, auch wenn es stetiger Nacharbeit bedarf. Und mal ganz ehrlich: nervt es Sie nicht auch, dass der Sprit im Nachbardorf manchmal 5 Cent billiger ist, und Sie jedes Mal neu überlegen müssen, ob Sie den Umweg machen, ob sich das rechnet, oder ob nicht kurz vorher der Preis umspringt? Wäre es nicht enorm erleichternd für alle, wenn der Benzinpreis je Marke im ganzen Lande und für mindestens vier Wochen Gültigkeit hätte, man sich also keinerlei Gedanken darüber machen müsste, sondern einfach zur Tanke fahren könnte? So wie sich der Buchkäufer keine Gedanken machen muss, wo er sein Buch kauft, ob in der kleinen Buchhandlung um die Ecke oder dem Buchgroßkaufhaus in der Stadtmitte, im Buchshop im Einkaufszentrum oder beim Internetversender. Wäre das nicht die wahre Entscheidungsfreiheit, wenn auch das seriell abgepackte Kilo neue Kartoffeln im kleinen, fußläufigen City-Markt um die Ecke genau dasselbe kostete wie beim Edeka auf der grünen Wiese - solange sie vom selben Hersteller kommen? Das wäre doch so viel leichter für alle!

Wir haben so etwas Ähnliches für die Buchhändler realisiert, und sie danken es uns mit großem Zulauf und der rhetorischen Frage: "Warum habe ich mich Euch nicht schon Jahre früher angeschlossen"? Unser System ist ganz einfach: aus den unterschiedlichen Konditionsangeboten der Verlage (aka Rabatte) haben wir ("big data" im Vorfeld) eine statistisch untermauerte Durchschnittskondition ermittelt, und genau die bekommt bei uns jeder Buchhändler, ob groß oder klein, und zwar für jedes Buch. Nun muss er nicht mehr grübeln, ob er nur wegen der besser scheinenden Verlagskondition dieses oder doch lieber jenes Buch auswählt, und er kauft ein, was er dann auch gerne aktiv verkauft. Sie können über die vielen Rationalisierungs-Vorteile des Anabel-Modells hier einen Artikel aus dem Börsenblatt des deutschen Buchhandels nachlesen: <https://borsche.de/page/Bb20.pdf>

Ganz nebenbei ist unser Modell leider auch ein Beleg dafür, dass der "homo oeconomicus" so nicht existiert: Jeder fragt uns, warum, wenn unser Einkaufs-Modell doch so überlegen ist, sich nicht längst alle unabhängigen Buchhändler angeschlossen haben? Darum. Weil sie nicht rational ökonomisch entscheiden, sondern weil viele andere Faktoren, auch völlig irrationale, mit hineinspielen, wie zum Beispiel die "Treue" zu einem bestimmten Lieferanten, die Angst, bevormundet zu werden (bei uns muss niemand irgendetwas), die Unfähigkeit, die Zahlen mal wirklich zu hinterfragen, die Verführung durch den nominell besseren Rabatt, die nicht konsequent zu Ende gerechnet wird, auf dem Papier erstmal toll aussieht, aber Folgekosten erzeugt, die alles konterkarieren, etc. pp.

Wie wäre es, wenn es über die Frage Hersteller-Preis-Konkurrenz vs. Händler-Preis-Konkurrenz mal eine allumfassende Untersuchung gäbe, die unter Beteiligung von Psychologen, Soziologen, Sozialforschern und Wirtschaftswissenschaftlern versucht *alle* Aspekte, auch und vor allem die gesellschaftsdynamischen zusammenzutragen und dabei eben nicht Einzelaspekte im Fokus hat, sondern das Gesamtwohl der ganzen Gemeinschaft? In ökologischen Themenbereichen gibt es solche "Audits", die themen- und bereichsübergreifend, also interdisziplinär arbeiten, schon lange, wir kennen auch die TAFs, die sogenannten Technikfolgenabschätzungen, für die ähnliches gilt. Aus den Wirtschaftswissenschaften sind mir Studien, die auf die Summe aller Faktoren und dabei aufs Allgemeinwohl abstellen, nicht bekannt. Ihr Gutachten jedenfalls erfüllt eine solche Forderung nicht.

Last-not-least: Nur weil das EU-Recht angeblich den "freien Wettbewerb" und damit eben auch den Preis-Wettbewerb der Händler untereinander "schützt", heißt das noch lange nicht, dass hier das Richtige geschützt wird. Natürlich sagen uns alle Experimente mit jeder Form von Planwirtschaft, dass nur Konkurrenz die besten Ergebnisse bringt; die Frage ist nur: wer konkurriert und zu welchen Bedingungen? Führen bestimmte Formen von Konkurrenz nicht fast zwangsläufig zu exorbitanten Machtkonzentrationen, die wiederum jede echte Konkurrenz aushebeln?

Viel zu lange haben sich die neoliberalen Wirtschaftstheoretiker vor der Beantwortung dieser Fragen gedrückt, es wird Zeit, dass Sie mal ganz grundsätzlich darüber nachdenken, was eine kluge Wirtschaftspolitik bewirken kann und bewirken sollte. Einfach nur alle Zäune niederreißen wollen, weil sie da sind, das hat schon '68 ff. nicht funktioniert. Ich muss das wissen, denn ich war dabei, genauso wie bei den durch unsinnige Deregulation verursachten Börsen- und Finanzkrisen der letzten 30 Jahre, bei denen wir Steuerzahler für die falschen Theorien der von uns hoch alimentierten Marktfundamentalisten, wie z.B. dem Deregulierer der SPD, Jörg Asmussen viele, viele Milliarden haben bezahlen müssen. Die Hoffnung, dass man in der Wirtschaftswissenschaft wenigstens aus solchen Katastrophen die richtigen Schlüsse zieht, die habe ich - wie viele andere Unternehmer und normale Steuerzahler auch - längst aufgegeben. Aber ich lasse mich gerne eines Besseren belehren, man soll ja niemandem das Recht auf späte Einsicht absprechen ;-)

Beste Grüße,



Lorenz Borsche