

16.03.94

Antrag

der Länder Bayern und Hessen

zum

Entwurf eines Gesetzes zur Aufhebung des Rabattgesetzes und der
Verordnung zur Durchführung des Rabattgesetzes
(Rabattgesetzaufhebungsgesetz - RabattGAufhG)

Punkt 23 der 667. Sitzung des Bundesrates am 18. März 1994

Der Bundesrat möge beschließen:

1. Der Bundesrat lehnt die ersatzlose Aufhebung des Rabattgesetzes ab.
2. Der Bundesrat bittet die Bundesregierung und den Bundestag, im weiteren Gesetzgebungsverfahren zu prüfen, welche differenzierenden Lösungen als Alternative zur vollständigen Aufhebung des Rabattgesetzes in Betracht kommen.
3. Das Rabattgesetz ist integraler Bestandteil des geltenden Rechts gegen den unlauteren Wettbewerb. Sein Ziel ist es unter anderem, zu Preiswahrheit und Preisklarheit beizutragen, übermäßige Anlockeffekte zu verhindern und die Gefahr einer Irreführung und Ungleichbehandlung der Verbraucher zu vermeiden.

Ausgeliefert am 16. MRZ. 1994

...

116/1/94

Eine Novellierung des Rabattrechts muß deren Rückwirkungen auf den lautereren Wettbewerb sowie auf die Zuverlässigkeit und Vergleichbarkeit von Preisangaben berücksichtigen. Sie ist in ein harmonisches und geschlossenes Konzept zur Reform des Unlauterkeitsrechts, das das Rabattgesetz, die Zugabeverordnung und das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb umfaßt, einzubeziehen. Ein derartiges Gesamtkonzept ist derzeit nicht erkennbar. Weder die Begründung zum Gesetzentwurf der Bundesregierung noch deren "Bericht zur Zukunftssicherung des Standortes Deutschland (BT-Drucksache 12/5620, S. 50 f.) lassen eine abgestimmte Lösung erkennen, die Rückwirkungen auf lautereren und leistungsgerechten Wettbewerb berücksichtigt.

Für eine schnelle Änderung des Rabattgesetzes - vor Erarbeitung des notwendigen Gesamtkonzepts zur Reform des Unlauterkeitsrechts - besteht nach der Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs in der Rechtssache Keck vom 24. November 1993 kein Anlaß mehr. Entgegen der bisherigen Rechtsprechung ist die Anwendung nationaler Rechtsvorschriften, die bestimmte Verkaufsmodalitäten beschränken oder verbieten, nicht geeignet, den Handel im Sinne von Art. 30 EG-Vertrag zu beschränken, sofern die Regelung inländische und ausländische Erzeugnisse gleichermaßen betrifft.

4. Das Rabattgesetz leistet - im Interesse der Verbraucher, der Mitbewerber und der Allgemeinheit - einen wichtigen Beitrag zu Preiswahrheit, Preisklarheit und zur Lauterkeit des Handelsverkehrs. Eine vollständige Aufhebung führt zu wettbewerbspolitisch nicht vertretbaren Schutzlücken, die durch das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb nicht vollständig aufgefangen werden können. Sie wird darüber hinaus die Verhaltensspielräume großer Unternehmen erweitern und damit den Konzentrationsprozeß im Handel zu Lasten mittelständisch geprägter Marktstrukturen zusätzlich beschleunigen.

...

5. Der Bundesrat verkennt nicht, daß das Rabattgesetz in Teilbereichen von der wirtschaftlichen Entwicklung überholt worden ist. Vor allem beim Erwerb höherpreisiger Waren, hier wiederum insbesondere beim Erwerb langlebiger Gebrauchsgüter, wird das Rabattgesetz von allen Beteiligten, einschließlich der Verbraucher, nicht mehr anerkannt; individuelle Preisverhandlungen werden hier von allen Beteiligten erwartet und akzeptiert.

Dagegen hat das Rabattgesetz bei anderen Waren sowie bei der wettbewerbspolitisch problematischen Ankündigung von Rabatten Wirkung gezeigt, da die Marktbeteiligten es insoweit ganz offenbar als überzeugende und berechnete Lauterkeitsregel anerkennen.

6. Der Bundesrat bittet Bundesregierung und Bundestag, im weiteren Gesetzgebungsverfahren zu prüfen, in welchem Umfang und nach welchen Gesichtspunkten das Verbot der Gewährung und Ankündigung von Rabatten als Alternative zur vollständigen Aufhebung des Rabattgesetzes im Rahmen eines Gesamtkonzepts zur Reform des Rechts gegen den unlauteren Wettbewerb eingeschränkt werden kann, um den genannten wettbewerblichen Bedenken Rechnung zu tragen, zugleich aber den Weg zu einer maßvollen Lockerung des Rabattrechts zu öffnen. Für eine differenzierende Lösung kommt nach Auffassung des Bundesrates insbesondere eine Beschränkung des Rabattverbots auf Waren und Leistungen eines ständig auftretenden und von neuem zu deckenden Bedarfs in Betracht.
7. Der Bundesrat bittet die Bundesregierung weiterhin, im Verlaufe des Gesetzgebungsverfahrens zu prüfen, ob nicht folgende Regelungen beibehalten werden sollten:

...

- Verbot der Gewährung von Sonderpreisen wegen Zugehörigkeit zu bestimmten Verbraucherkreisen (§ 1 Abs. 2 RabattG); dieses Verbot dient demselben Schutzzweck wie § 6 b UWG, der verhindern soll, daß über die Bevorzugung bestimmter Verbraucherkreise Irrtümer über die Preiswürdigkeit der jeweiligen Angebote hervorgerufen werden. Daher könnte es in § 6 b UWG integriert werden.
 - Verbot von nach Umsätzen gestaffelten (Jahres-)Rabatten. Solche Rabatte führen zu wettbewerbspolitisch unerwünschten Kundenbindungen an Unternehmen und Unternehmensgruppen mit breit gefächertem Angebot, ohne daß die Rabatte ein echtes Leistungsentgelt darstellen. Mit der Zulassung solcher Rabatte würden die genannten Großunternehmen ungerechtfertigt privilegiert, da eine entsprechende Kooperation kleiner und mittlerer Unternehmen nicht nach § 3 GWB legalisierbar wäre (vgl. BGH Beschl. v. 2.10.1984 WuW/E BGH 2130).
8. Ferner bittet der Bundesrat um Prüfung, ob künftig im Rahmen eines geänderten § 1 der Preisangabenverordnung diejenigen Preise anzugeben sein sollten, die sich "nach Abzug allgemein angekündigter oder gewährter Rabatte" ergeben. Mit einer solchen Regelung würde den Bedenken gegen großangelegte Rabattwerbeaktionen im Hinblick auf die Grundsätze der Preisklarheit und Preiswahrheit Rechnung getragen. Außerdem wäre die Werbung mit Pauschalrabatten nicht attraktiver als nach geltendem Recht die Werbung mit Preissenkungen.