

HERAUSGEGRIFFEN

Der Preisüberwacher im Kampf gegen Windmühlen

Sergio Aiolfi

Die an Schweizer Kiosken zu kaufenden deutschen Zeitschriften sind zu teuer; die veränderte Euro-Franken-Relation sollte sie längst verbilligt haben. Das ist offensichtlich die Meinung des hiesigen Preisüberwachers, Stefan Meierhans, der sich seit geraumer Zeit darum bemüht, etwas gegen diese angebliche «Abzockerei» zu tun – bisher allerdings ohne Erfolg.

Ein Vorstoss an der Heimfront erwies sich als Schuss in den Ofen. Zunächst musste Meierhans einsehen, dass der Kioskbetreiber Valora für Preis-Klagen nicht der richtige Adressat ist und deshalb auch nicht an den Pranger gestellt werden kann. Das Unternehmen betreibt das Pressegeschäft auf Kommissionsbasis, was den Manövrierraum beschränkt; die Verlage bestimmen den Verkaufspreis der Druckerzeugnisse, und der Vertreiber hat sich daran zu halten. Allfällige Rabatte müsste Valora aus der eigenen Tasche bezahlen.

Der in der Folge von Meierhans lancierte Versuch, Valora mit sanfter Gewalt dazu zu bringen, bei den deutschen Lieferanten auf Preisreduktionen für die in der Schweiz verkauften Erzeugnisse hinzuwirken, blieb ebenfalls erfolglos; die deutschen Pressekonzerne zeigten sich, nicht überraschend, unnachgiebig.

Nun will Meierhans das Übel an der Wurzel packen. In Begleitung des Schweizer Botschafters in Berlin hat er sich auf Deutschland-Tournee begeben und versucht auf diesem direkten Weg, die grossen Verlage im Nachbarland zu Preiskonzessionen zu bewegen. Wie man hört, ist es dem Preisüberwacher nicht zuletzt dank dem diplomatischen Flankenschutz gelungen, die Verlagsvertreter zu beeindrucken. Die Aufzählung seiner umfassenden Kompetenzen, die ihm erlauben, seine Preisvorstellungen notfalls per Verfügung durchzusetzen, und sein Leistungsausweis (die bei internationalen Konsumgüterkonzernen für die Schweiz «durchgesetzten» Preissenkungen) genügten offenbar, um die deutschen Gesprächspartner stutzig zu machen. Sollte der Vertreter einer Schweizer Behörde, so fragten sie sich, tatsächlich befugt sein, ihnen vorzuschreiben, wie sie das Schweizer Geschäft betreiben sollen?

Ein Preisdiktat wird nicht einfach willkürlich durchzusetzen sein. Trotz der scheinbaren Machtfülle, die der Preisüberwacher genießt, und dem populären Anliegen, das er vertritt (wer hat schon etwas gegen billigere Zeitschriften einzuwenden?), wird er erst einmal nachweisen müssen, dass in der Pressewelt überhaupt ein Handlungsbedarf besteht. Das schweizerische Preisüberwachungsgesetz sieht vor, dass eine Intervention nur angebracht ist, wenn ein Preismissbrauch vorliegt, oder genauer: «wenn die Preise auf dem betreffenden Markt nicht das Ergebnis wirksamen Wettbewerbs sind», oder noch genauer: wenn es den Käufern nicht möglich ist, «ohne erheblichen Aufwand auf vergleichbare Angebote auszuweichen».

Betrachtet man den Aushang eines Durchschnitts-Kiosks, wird man kaum auf die Idee kommen, dass das Angebot an Zeitschriften beschränkt ist. Auch wird man leicht erkennen, dass für die meisten Printprodukte – vom Politmagazin über die Regenbogenpresse bis zum TV-Programm- oder Mode-Heft – Alternativen bestehen, die «ohne erheblichen Aufwand» erstanden werden könnten. Überdies zeigt eine Stichprobe, dass deutsche Magazine oft billiger sind als vergleichbare Schweizer Produkte.

Was hofft der Preisüberwacher mit seinen Interventionen zu erreichen? Sollte es ihm gelingen, bei den deutschen Verlagen Vergünstigungen durchzusetzen, könnte er sich hierzulande als furchtloser Verfechter der Konsumenteninteressen feiern lassen. Das Unterfangen erinnert aber auch sehr an Don Quijotes Kampf gegen Windmühlen; der Gegner ist eine Chimäre. Ein Problem, das unter Einsatz massiver diplomatischer Unterstützung gelöst werden müsste, ist nicht zu erkennen. Dass der Botschafter dem Preisüberwacher dann auch noch – gleichsam als Sancho Pansa – zur Seite steht, lässt den Auftritt vollends ins Lächerliche abgleiten.