

Liberalisierungspotentiale im deutschen Einzelhandel konsequent nutzen

Vanessa von
Schlippenbach
vschlippenbach
@diw.de

Christian Wey
cwey@diw.de

Im Zuge der Föderalismusreform wurden die gesetzlichen Ladenschlussbestimmungen in den meisten deutschen Bundesländern kürzlich gelockert. Dies ist ein Schritt in die richtige Richtung, um einen Anstieg von Produktivität und Wachstum im deutschen Einzelhandel zu bewirken. Allerdings birgt die Teil-Liberalisierung auch Gefahren. So könnten die im Markt befindlichen Unternehmen die neuen Spielräume für mehr Differenzierungen bei den Öffnungszeiten nutzen. Dadurch würde der Preiswettbewerb abgeschwächt und die Verbraucher würden insgesamt schlechter gestellt. Eine effektivere Liberalisierung des Einzelhandels sollte daher den Abbau von Regulierungen fördern, die Marktzutritte – insbesondere auch neuer großflächiger Einzelhandelsformate – verhindern. In diesem Zusammenhang sind auch die restriktiven Bau- und Planungsvorschriften zu entschärfen.

Wachstumspotentiale für den Einzelhandel durch Deregulierung

Die Schaffung eines gemeinsamen Marktes zur Förderung des wirtschaftlichen Wachstums ist eine der Hauptaufgaben der Europäischen Union. In diesem Zusammenhang konzentrierte sich die Europäische Kommission zunächst auf den Abbau von Handelsbarrieren beim grenzüberschreitenden Warenverkehr. Erst in den 90er Jahren gerieten die nationalen Märkte für Dienste (insbesondere die Netzindustrien, wie Telekommunikation, Energie oder Post, aber auch die Märkte für freie Berufe) in das Visier der „europäischen Wettbewerbschüter“.¹ Während in einigen Sektoren eine wettbewerbsfördernde Harmonisierung nationaler Regulierungssysteme durch Verabschiedung entsprechender Verordnungen betrieben wurde und folglich eine starke Konvergenz zwischen den Ländern zu verzeichnen ist, blieb die Gestaltung des Regulierungsrahmens für den Einzelhandel eine ausschließlich nationale Angelegenheit.

Dies ist erstaunlich, da der Einzelhandel in neueren Produktivitätsstudien wiederholt als wesentlicher Treiber für wirtschaftliches Wachstum identifiziert wurde.² Während die totale Faktorproduktivität³ des Einzelhandels in den USA in den

¹ Die Liberalisierungstendenzen in Europa hinsichtlich des Abbaus von wettbewerbsbeschränkenden Regulierungen auf nationalen Dienstleistungsmärkten sind jüngst Gegenstand einer internationalen Studie der Fondazione Rodolfo DeBenedetti gewesen: Faini, R., Haskel, J., Navaretti, G.B., Scarpa, C., Wey, C.: *Contrasting Europe's Decline: Do Product Market Reforms Help?*, in: Boeri, T. et al. (Hrsg.): *Structural Reforms Without Prejudices*, Oxford, 2006, 15–139.

² Vgl. z.B. van Ark, B., Inklaar, R., McGuckin, R.H.: *The Contribution of ICT-Producing and ICT-Using Industries to Productivity Growth: A Comparison of Canada, Europe, and the United States*. *International Productivity Monitor*, Bd. 6, 2003, 56–63.

³ Die totale Faktorproduktivität ist ein Maß für die Produktivität, das sich aus dem Verhältnis von Umsatz zu Gesamtkosten ergibt und angibt, welcher Teil des Wachstums auf den technischen Fortschritt zurückzuführen ist.

Nr. 49/2006

73. Jahrgang/6. Dezember 2006

Inhalt

Liberalisierungspotentiale
im deutschen Einzelhandel
konsequent nutzen
Seite **705**

Breitbandkommunikation:
Herausforderung für die
Medienindustrie
Seite **709**

Jahren von 1995 bis 2000 um 6,9 % stieg, waren es im selben Zeitraum in der EU lediglich 1,4 %. Darüber hinaus ist der Anteil des Einzelhandels an der Gesamtwirtschaft in den USA (6,3 %) wesentlich höher als in der EU (4,8 %), so dass sich die Produktivitätssteigerungen im US-amerikanischen Einzelhandel auch merklich auf die gesamtwirtschaftliche Entwicklung auswirken konnten. Für die im Vergleich zu den USA schwache Leistungskraft des europäischen Einzelhandels scheinen vor allem restriktive Regulierungen in den europäischen Ländern verantwortlich zu sein.⁴ In Europa weist das Vereinigte Königreich die geringste Regulierungsintensität im Einzelhandel und von 1980 bis 2001 einen wesentlich höheren Produktivitätszuwachs (64,4 %) auf als Deutschland (47,1 %) und Italien (29,6 %).

Zur Überprüfung der Hypothese, dass in Deutschland die Branchenentwicklung durch die bestehende Regulierung gehemmt wird,⁵ soll nachfolgend eine Analyse der Wettbewerbswirkung von gesetzlichen Ladenschlussbestimmungen sowie von Bau- und Planungsregulierungen durchgeführt werden. Umrissen werden die Einzelhandelsmärkte im Vereinigten Königreich, Italien und Deutschland. Die drei Länder unterscheiden sich in ihren Marktstrukturen und der Regulierungsdichte erheblich.

Marktstruktur und Regulierung im europäischen Einzelhandel

Vereinigtes Königreich

Im Vereinigten Königreich setzte der Strukturwandel hin zu Großflächen bereits in den 80er Jahren ein. Inzwischen lassen sich dort kaum noch kleine Einzelhändler finden. Stattdessen ist der britische Einzelhandel von einem hohen Konzentrationsgrad und einer hohen Bedeutung großflächiger Vertriebsformen gekennzeichnet. So stiegen beispielsweise die Marktanteile der fünf größten britischen Lebensmitteleinzelhändler im Zeitraum von 1973 bis 1997 von 30 % auf nahezu 70 %; der Marktanteil der drei größten Anbieter lag 2002 bei 47 %.⁶ Im Vergleich der drei untersuchten Länder weist das Vereinigte Königreich die geringsten Restriktionen im Einzelhandel auf, wobei inzwischen der Versuch erkennbar wird, dem Trend zum großflächigen Einzelhandel durch staatliche Eingriffe entgegenzuwirken. Im Zuge intensiver Deregulierungsbemühungen seit den 80er Jahren wurden 1994 nahezu alle Bestimmungen zum Ladenschluss aufgehoben. Lediglich an Sonn- und Feiertagen verbietet der „Sunday Trading Act“ von 1994 Geschäften mit mehr als 280 qm Verkaufsfläche Öffnungszeiten von mehr als sechs Stunden. Die Standortplanung des Einzelhandels unterliegt erst seit Mitte der 90er

Jahre Beschränkungen, wobei diese insgesamt weniger strikt sind als in Deutschland. Die planungspolitische Richtlinie „PPG 6: Town Centres and Retail Development“, die in ihrer ersten Fassung 1988 verabschiedet und in den Jahren 1993 und 1996 reformiert wurde, sieht bei der Planung einer neuen Verkaufsstätte ein sequentielles Verfahren vor, wonach innerstädtische Standorte denen im Außenbereich liegenden vorzuziehen sind. Diese Regelung wurde durch die Einführung eines „test of need“ im Jahr 1996 noch verschärft, wonach Kommunen Änderungen des aktuellen Bebauungsplans nur bei einem nachweislichen Bedarf für die aufgezeigte Planveränderung vornehmen dürfen. Dies beschneidet sowohl den Einzelhandelswettbewerb am Stadtrand als auch die Hypermarkt-Entwicklung, da in den Innenstädten die Handelsflächen generell knapper und kleiner sowie erheblichen baulichen Zwängen unterworfen sind.

Italien

Italien weist im Vergleich der drei untersuchten europäischen Länder die niedrigste Konzentration im Einzelhandel auf.⁷ Auch der Strukturwandel vollzieht sich hier nur langsam. Die größeren italienischen Unternehmen sind traditionell eher genossenschaftlich organisiert und meist stark lokal verankert.⁸ Italien weist mit einer Verkaufsstätte je 500 Einwohnern die höchste Dichte im Einzelhandel auf; demgegenüber kommen in Deutschland auf 1 111 Einwohner und in Großbritannien auf 1 667 Einwohner eine Verkaufsstätte. Mit Inkrafttreten des „Legge Bersani“ von 1998 wurde der Ladenschluss gelockert, so dass Geschäfte werktags generell von 7 bis 22 Uhr geöffnet sein dürfen. Der Eintritt in den italienischen Einzelhandelsmarkt wurde bis 1998 durch ein öffentliches Lizenzierungssystem⁹ aus dem Jahr 1926 und ein Stadtplanungsgesetz¹⁰ aus dem Jahr 1942 zum Schutz der fragmentierten Handelsstruktur reglementiert. Um den Markteintritt mittlerer und großflächiger Einzelhandelsunternehmen zu erleichtern, wurde dieses System zwar 1971 reformiert und im

⁴ Vgl. z. B. Boylaud, O., Nicoletti, G.: Regulatory Reform in Retail Distribution. OECD Economic Studies, Bd. 32, 2001, 253–274; McKinsey Global Institute: U.S. Productivity Growth, 1995–2000. Washington D.C., Okt. 2001; sowie Faini, R., et al., a.a.O.

⁵ Omahony, M., van Ark, B. (Hrsg.): EU Productivity and Competitiveness: An Industry Perspective: Can Europe Resume the Catching-Up Process? Luxemburg, 2003.

⁶ Ogbonna, E., Harris, L.C.: Organizational Culture: a Ten Year, Two-phase Study of Change in the UK Food Retailing Sector. Journal of Management Studies, Band 39, 2002, 673–706; KPMG: Internationalisierung im Lebensmitteleinzelhandel: Status quo und Perspektiven. Consumer Markets, 2004.

⁷ Die drei größten italienischen Einzelhändler kamen 2001 auf einen Marktanteil von 14 %. Vgl. KPMG, a.a.O.

⁸ Potz, P.: Die Regulierung des Einzelhandels in Italien: Grundlagen und Einfluss auf die Handelsstruktur. WZB Discussion Paper FS I 2002 – 104.

⁹ Königliches Gesetzesdekret 2174 vom 16.12.1926.

¹⁰ Legge Urbanistica Nr. 1150 vom 17.08.1942.

Zuge der „Bersani-Reform“ schließlich ganz abgeschafft; Handelskonzessionen müssen nicht mehr erworben werden. Die Bauleitplanung blieb aber erhalten.¹¹

Deutschland

Rund 41 % des Gesamtumsatzes des deutschen Einzelhandels entfielen im Jahr 2002 auf die drei größten Unternehmensgruppen.¹² Dabei lässt sich die Entwicklung hin zu großflächigen Vertriebstypen mit einer Verkaufsfläche ab 1 500 qm sowie zu Discountern¹³ beobachten. Während die Discounter ihren Marktanteil im Jahr 2005 um 1,5 Prozentpunkte auf 24,5 % steigerten und die großflächigen Formate immerhin noch einen Zuwachs von 0,5 Prozentpunkten verbuchen konnten, reduzierte sich der Marktanteil kleinerer Vertriebsformen bis 800 qm um 2 Prozentpunkte.¹⁴

In den bislang geltenden Bestimmungen zu den Ladenöffnungszeiten wurde dem Gebot der Sonntags- und Nachtruhe Rechnung getragen, wobei zahlreiche Ausnahmeregelungen für bestimmte Gewerbe, Örtlichkeiten oder Warengruppen vorgesehen waren.¹⁵ So wies das Bundesverfassungsgericht im Jahr 2004 eine Verfassungsbeschwerde der Galeria Kaufhof AG hinsichtlich der restriktiven Ladenschlusszeiten und insbesondere des Verkaufsverbots an Sonn- und Feiertagen mit der Begründung ab, dass ein grundsätzliches Verkaufsverbot an Sonntagen mit dem Grundgesetz vereinbar sei und die bestehenden Ausnahmeregelungen nicht gegen den Gleichheitsgrundsatz verstoßen.¹⁶ Im Zuge der Föderalismusreform haben jedoch inzwischen die Länder die Kompetenz über die Ladenschlussregelungen erhalten und die bisher geltenden Regelungen bereits teilweise aufgeweicht. Vollständig aufgehoben hat den gesetzlichen Ladenschluss bisher nur Mecklenburg-Vorpommern, während die übrigen Länder meist eine Teil-Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten an Werktagen verfolgen.

Hinsichtlich der Standortplanung des Einzelhandels sind in Deutschland bisher keine Liberalisierungstendenzen erkennbar. Nach § 11 Abs. 3 BauNVO (Baunutzungsverordnung) sind großflächige Einzelhandelsbetriebe mit einer Geschossfläche von mehr als 1 200 qm bzw. einer Verkaufsfläche von mehr als 800 qm in ihrer Standortwahl beschränkt.¹⁷ Ihre Zulässigkeit ist grundsätzlich auf sogenannte Kern- und gesondert ausgewiesene Sondergebiete reduziert, um negative städtebauliche und insbesondere verkehrliche Auswirkungen zu vermeiden.¹⁸ Gleichzeitig stellt diese Regulierung eine Markteintrittsbarriere dar und soll damit dem Schutz kleiner Einzelhändler in verbrauchernahen Gebieten dienen. Insgesamt kennzeichnen den deutschen Einzelhan-

del kleine Vertriebsformen und eine im internationalen Vergleich niedrige Produktivität.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der europäische und insbesondere der deutsche Einzelhandel im Vergleich zu den USA starken Regulierungen hinsichtlich der Gestaltung der Öffnungszeiten sowie der Bebauung von Grundstücken unterworfen ist. Im europäischen Vergleich zeigt sich ferner, dass der britische Einzelhandel sowohl die vergleichsweise beste Produktivitätsentwicklung in den Jahren von 1980 bis 2001 als auch die niedrigste Regulierungsintensität aufweist. Allerdings zeigen die jüngsten Entwicklungen insbesondere in Italien und Deutschland eine starke Tendenz zur Liberalisierung des Einzelhandels.

Wettbewerbsbeschränkende Regulierung des Einzelhandels

In Deutschland wurden für den Erhalt des gesetzlichen Ladenschlusses bislang die Wahrung der Sonntags- und Nachtruhe, der Schutz von Arbeitnehmerinteressen oder auch die Aufrechterhaltung der Vielfalt des innerstädtischen Angebots angeführt.¹⁹ Kleine und mittlere Einzelhändler, so die Argumentation, könnten sehr lange Öffnungszeiten kaum anbieten und müssten daher vor Supermarktketten geschützt werden, die aufgrund ihrer Größe eine höhere Flexibilität aufweisen und lange Öffnungszeiten daher eher anbieten könnten. Aus ökonomischer Sicht stellt die Einschränkung der Öffnungszeiten allerdings eine Einschränkung des Wettbewerbs dar und kann daher auch zum Erhalt ineffizienter Angebotsstrukturen beitragen.

Die vielerorts geplante oder beschlossene Lockerung des gesetzlichen Ladenschlusses bewirkt eine

¹¹ Potz, P., a.a.O.

¹² Die drei umsatzstärksten Einzelhandelsunternehmen in Deutschland 2001 waren (1) die Metro-Gruppe, (2) die Rewe-Gruppe und (3) die Edeka/AVA-Gruppe.

¹³ Unter Discountern werden jene Einzelhändler verstanden, die eine Vielzahl von Kategorien bei gleichzeitig geringer Vielfalt innerhalb der einzelnen Kategorien und unter Verzicht auf zusätzliche Serviceleistungen sowie zu niedrigen Preisen anbieten.

¹⁴ Bundesverband des deutschen Lebensmitteleinzelhandels. Branchenreport, 2005, 17 und 21.

¹⁵ Gesetz für den Ladenschluss (LadSchlG) vom 28.11.1956 (BGBl I, S. 875) in der Fassung vom 15. Mai 2003 (BGBl I S. 658); §§ 4 bis 6, 8, 9, 10, 14 und 23 LadSchlG, § 23 Abs. 1 LadSchlG.

¹⁶ BVerfG, 1 BvR 636/02 vom 09. Juni 2004. Staatlich anerkannte Feiertage als Tage der Arbeitsruhe und der seelischen Erhebung sind verfassungsrechtlich durch Art. 140 GG in Verbindung mit Art. 139 WRV geschützt.

¹⁷ Vgl. BverwG Urteil vom 24.11.2004 – 4C 10.04.

¹⁸ Als Kerngebiet wird in der Regel der Innenstadtbereich verstanden, der aufgrund seines hohen Mietzinses für die Ansiedelung großflächigen Einzelhandels wenig geeignet ist. In diesem Zusammenhang verfügen die Gemeinden durch die Festlegung des Bauleitplanes nach § 1 Abs. 3 BauGB über einen gewissen Spielraum.

¹⁹ Deutscher Bundestag: Unterrichtung durch die Bundesregierung: Erfahrungsbericht der Bundesregierung zu den Auswirkungen des im Jahre 1996 in Kraft getretenen Änderungsgesetzes zum Ladenschlussgesetz. Drucksache 14/2489, 1999.

höhere Markttransparenz und damit mehr Wettbewerb, weil den Konsumenten mehr Zeit verbleibt, Güter hinsichtlich Preis und Qualität zu vergleichen. Zudem können die Einzelhändler ihre Öffnungszeiten besser an den Bedürfnissen der Verbraucher ausrichten.

Um einen intensiven Preiswettbewerb zu vermeiden, werden Unternehmen jedoch auch versuchen, ihre Öffnungszeiten möglichst zu differenzieren (z. B. kann im Extremfall ein Händler von null bis zwölf Uhr und ein anderer von 12 bis 24 Uhr öffnen). Hierdurch wird der Wettbewerb eingeschränkt; Händler haben die Möglichkeit, ihre Preise zu erhöhen.²⁰ Die jetzige Liberalisierung der Öffnungszeiten wird erst dann zu besseren Marktstrukturen führen, wenn konkurrenzfähige Unternehmen auch tatsächlich in den Markt eintreten können. Eine solche Entwicklung wird jedoch durch die Verlagerung der Regelungskompetenz auf Länderebene erschwert. Bundesweit operierende Handelsketten können aufgrund bestehender regionaler Unterschiede die verlängerten Öffnungszeiten nicht vollständig nutzen. Zudem hat sich hiermit der Handlungsspielraum auf der Politikebene ausgeweitet, was eine Reduktion der Planungssicherheit für längerfristige Investitionen der Handelsunternehmen erwarten lässt.

Bau- und Planungsrichtlinien

Neben dem gesetzlichen Ladenschluss stellt auch das Baurecht eine fundamentale Barriere in der Entwicklung des Einzelhandels dar. Bau- und Planungsregulierungen haben einen erheblichen Einfluss auf das Wachstum im Einzelhandel. Sie bestimmen mit über die Entstehung, den Standort und die Größe neuer Verkaufsflächen. Markteintritte großflächiger Einzelhandelsunternehmen können dadurch erschwert oder gänzlich verhindert werden. Für die USA wurden die Wettbewerbseffekte eines großflächigen Einzelhandels geschätzt.²¹ Dabei wurde deutlich, dass der Markteintritt von großflächigen Einzelhandelsunternehmen den Wettbewerb erhöht und zu Preissenkungen führt. Hiervon profitieren insbesondere solche Verbraucher, die einen überproportional hohen Anteil ihres Einkommens auf die Beschaffung von Gütern des täglichen Bedarfs verwenden.

Fazit

Für den Einzelhandel in Deutschland bestehen noch erhebliche Wachstumspotentiale, die durch weitere Deregulierungen im Bereich der Ladenöffnungszeiten und bei den Planungs- und Bauvorschriften erschlossen werden können.

Während im Vereinigten Königreich bereits in den 80er Jahren erste Deregulierungsmaßnahmen durchgeführt wurden, setzte eine vergleichbare Entwicklung im deutschen und italienischen Einzelhandel deutlich später ein. Die relativ hohen Produktivitätszuwächse im Vereinigten Königreich seit Beginn der Deregulierung können somit als Indiz dafür genommen werden, dass durch eine konsequente Liberalisierungspolitik auch in Deutschland Wachstumspotentiale besser genutzt werden könnten. Eine Stärkung von Wachstum und Produktivität bedarf folglich der Beachtung der Konsequenzen von Regulierungsmaßnahmen auf Wettbewerb und Marktentwicklung. Insbesondere sollten direkte Eingriffe in den Markt einer Entwicklung des Wettbewerbs dienen, und nicht im Gegenteil Beschränkungen künstlich aufbauen, die einer wettbewerbsfähigen Einzelhandelsstruktur im Wege stehen und damit dauerhaft den ökonomischen Interessen der Verbraucher schaden. Ein gesetzlicher Ladenschluss und die Einschränkung der Standortwahl für Einzelhandelsunternehmen sind staatliche Eingriffe, die einer ökonomisch effizienten Einzelhandelsstruktur entgegenwirken. Eine Teil-Liberalisierung wie sie derzeit in Deutschland praktiziert wird, kann die wirtschaftliche Leistungskraft des Einzelhandels verringern, wenn die neuen Spielräume von den im Markt befindlichen Unternehmen für mehr Differenzierungen in den Öffnungszeiten genutzt werden. Der Preiswettbewerb würde so abgeschwächt und die Verbraucher insgesamt schlechter gestellt. Um Investitionen und neue Markteintritte zu unterstützen, wäre eine deutschlandweite, einheitliche Liberalisierung der Öffnungszeiten sowie eine Entschärfung der restriktiven Bau- und Planungsvorschriften notwendig.

²⁰ Irmen, A., Inderst, R.: Shopping Hours and Price Competition. *European Economic Review*, 49, 2005, 1105–1124.

²¹ Hausman, J., Leibtag, E.: Consumer Benefits from Increased Competition in Shopping Outlets: Measuring the Effect of Wal-Mart. mimeo, 2005.

Breitbandkommunikation: Herausforderung für die Medienindustrie

Breitbandkommunikation bedeutet eine flexible, konsumentenspezifische Distribution von Medieninhalten mit großen Datenmengen wie Videos über das Internet. Sie hat in den angelsächsischen Ländern eine breite Diskussion über die Zukunft der Medienmärkte ausgelöst. Auch in Deutschland offerieren große Anbieter wie Zeitungsverlage oder Fernseh- und Radioanstalten ihre traditionellen Inhalte zunehmend auch im Internet. Zudem kann jeder Internetnutzer Multimediadateien über einen Server ins Netz stellen. Damit wird einem Massenpublikum weltweit der Marktzugang zu traditionell stark reglementierten Märkten des Radios und Fernsehens wesentlich erleichtert. Die rasch steigende Vielfalt des Multimediaangebots dürfte zu einem verstärkten Wettbewerb der Inhalteanbieter im Internet untereinander führen. Dies könnte insbesondere die Situation der werbefinanzierten privaten TV-Sender negativ beeinflussen.

Georg Erber
gerber@diw.de

Konvergenz der Medien

Die Digitalisierung von Medieninhalten (Text-, Audio- und Video-Content) hat seit der Einführung des Internets als Medium der Massenkommunikation Mitte der 90er Jahre rasch zugenommen. Tageszeitungen,¹ Zeitschriftenmagazine und Zeitschriften – insbesondere im Wissenschaftsbereich – bieten ihre Inhalte zunehmend online an. Durch standardisierte Formate für Textdokumente wie PDF und kostenlose Zugangssoftware zum Lesen und Drucken entsprechender Textdokumente machen derartige Zugangsmöglichkeiten den traditionellen Vertriebswegen zunehmend Konkurrenz.

Bücher werden neben der Printausgabe häufig auch als eBooks oder Hörbücher angeboten.² Enzyklopädien wie der Brockhaus oder die Encyclopedia Britannica werden um kleine Audio- und Videosequenzen zu multimedialen Plattformen erweitert. Gleiches gilt für jegliche Art von Nachschlagewerken wie Wörterbüchern, deren Dienste allgemein zugänglich gemacht und stetig aktualisiert werden. Der Werbemarkt im Internet entwickelt sich bereits dynamischer als der in den traditionellen Print-, Rundfunk- und Fernsehmedien.³

¹ Durch die Einführung von elektronischem Papier als neuartiger Zugangsform wird insbesondere der Vertrieb von Tageszeitungen einen grundlegenden Wandel erfahren. Vgl. Podewils, C.: Ein Stift zum Lesen – Lange wurde über die elektronische Zeitung geredet. Jetzt gibt es sie – bald auch in Deutschland. Berliner Zeitung vom 23. Februar 2006, 34. Die Netzeitung erscheint nur noch online und nicht mehr in gedruckter Form. Vgl. www.netzeitung.de/.

² Vgl. die Website des größten eBook-Händlers im deutschsprachigen Raum: Ciando. Durch Text-to-Speech-Programme (TTS) können Texte direkt maschinell in Sprachdateien umgewandelt werden.

³ Der Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) hat aktuelle Zahlen zum deutschen Internet-Werbemarkt bekannt gegeben, nach denen im Jahr 2006 für Online-Werbung 1,3 Mrd.

Traditionelle Geschäftsmodelle der Vermarktung von Inhalten – in Form von Reprints oder als CD/DVD –, für die das Copyright abgelaufen ist, werden damit in Frage gestellt. Neuauflagen, die bisher verlässliche Einnahmequellen für Medienanbieter waren, können – wenn sie als digitale Güter einmal im Internet kostenlos verfügbar sind – nur noch an Kunden verkauft werden, die nicht nur am Inhalt, sondern insbesondere an der spezifischen Art des Medienträgers interessiert sind (z. B. Bücher für bibliophile Kunden). Durch neue Web-2.0-Technologien⁴ wie bei Wikipedia wird zudem die Schranke zwischen den Anbietern von Inhalten und deren Nutzern beseitigt. Nutzer von derartigen Angeboten werden selbst zu Produzenten. Man spricht dann auch von „user-generated content“. Allerdings werden derzeit auch Missbräuche beobachtet, etwa Manipulationen von Informationen oder eine Zensur durch Regierungen einzelner Länder.⁵ Eine andere Form von user-generated content sind „Blogs“.⁶

Mit iTunes ist es Apple erstmals gelungen, Musikdateien über den Internet-Download einem breiten Massenpublikum kommerziell erfolgreich anzubieten.⁷ Durch das Angebot einer vertikal integrierten Lösung für Musik-Downloads einerseits und hierfür speziell entwickelter Endgeräte wie der iPod-Familie andererseits wurden die Koordinationsprobleme zwischen den verschiedenen Akteuren vermieden. Durch Video-on-Demand soll dies nun auf Videoinhalte ausgeweitet werden. Die Video-Broadcasting-Webseite Youtube in den USA und Mytube in Deutschland haben eine große Nutzergemeinde angezogen, die dort kostenlos Videoinhalte ins Internet stellen können. Sie sind damit zu Plattformen bzw. Portalen für entsprechende Interessengruppen geworden, die sich hierüber organisieren und untereinander Videoinformationen austauschen. Einzelne Beiträge erreichen bereits ein Millionenpublikum. Google hat YouTube im Herbst 2006 für 1,65 Mrd. US-\$ übernommen.

Myspace hat als Portal für „user-generated“ Multimedia-Inhalte rasch eine große weltweite Nutzergemeinde, insbesondere unter Jugendlichen, gewonnen. Die Firma wurde im Jahr 2005 von Rupert Murdoch für 580 Mill. US-\$ erworben, und Google hat in diesem Jahr 900 Mill. US-\$ an Murdoch gezahlt, um die exklusive Bereitstellung von Suchdienstleistungen und On-Line-Werbung über das MySpace-Portal zu erlangen. Damit haben Web-2.0-Start-ups in den USA sehr rasch einen außerordentlich hohen Marktwert auf den Kapitalmärkten erzielen können. Vielfach wird bereits darüber diskutiert, dass es sich hierbei um eine erneute Spekulationsblase wie beim ersten Internet-Boom handeln könnte.

Aufgrund der erheblichen Leistungssteigerungen bei mobilen Abspielgeräten kann multimedialer

Content jederzeit auf mobile Endgeräte, d. h. mobile Multimediaplayer (MMP), übertragen und dauerhaft gespeichert werden. Ein MMP-Player mit 30 GByte Festplattenkapazität kann mehr als 10000 Musikstücke enthalten. Gleichzeitig lassen sich dort Bilder, Videos oder Textdateien speichern, mittels entsprechender Archivsoftware verwalten und über eingebaute Farbbildschirme abspielen.

Derartige Inhalte können durch weitere Steigerungen der Bandbreiten im mobilen Internet in angemessener Geschwindigkeit auf die Massenspeicher geeigneter Endgeräte (z. B. Notebooks, Handys, iPod) über drahtlose Verbindungen transportiert werden. Es werden bereits jetzt MMPs mit eingebautem drahtlosen Internetzugang in Deutschland im Handel angeboten. DVB-T und DVB-H sind weitere Transportplattformen, die insbesondere drahtlose mobile Fernsehübertragungen ermöglichen.

Reformbedarf bei der Regulierung elektronischer Medien

Traditionell entwickelten sich die elektronischen Medien im Rahmen einer starken gesellschaftspolitischen Regulierung. So sollte der Einsatz der Massenmedien dem Leitbild der pluralistischen Meinungsbildung Rechnung tragen, insbesondere nach den Erfahrungen mit dem Nationalsozialismus in Deutschland. Mit dem Entstehen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und Fernsehens wurden daher im Rahmen des Medienrechts Kontrollgremien zur Wahrung des Meinungspluralismus eingesetzt.⁸ Aufgrund der Frequenzknappheit galt das öffent-

Euro umgesetzt werden. Dies bedeutet einen Anstieg von 46 % gegenüber 2005. Online-Werbung ist damit eine der wachstumsstärksten Branchen der deutschen Wirtschaft. Wesentliche Gründe für die starke Zunahme seien eine zunehmende Verbreitung breitbandiger Internet-Anschlüsse, die zunehmende Nutzungsintensität sowie eine steigende Akzeptanz des Online-Handels.

⁴ „Im Web 2.0 dienen die statischen Inhalte von Webseiten nicht mehr der Übermittlung der eigentlichen Information (wie bei einer Zeitung), sondern lediglich der Herstellung einer Kommunikationsplattform für Nutzer mit denselben Interessen. Entscheidend ist der Gedanke der Plattform, unter der verschiedene Dienste (Blogs, Foren, redaktionell aufbereitete Nachrichten, Unterhaltungsmedien) zusammengefasst werden.“ Vgl. hierzu de.wikipedia.org/wiki/Web_2.0.

⁵ Vgl. hierzu die Manipulation von Einträgen von US-Kongressabgeordneten und anderer politisch sensibler Inhalte in den USA durch Mitarbeiter des US-Kongresses. Stöcker, C.: US-Kongressangestellte manipulieren Wikipedia. Spiegel Online vom 31. Januar 2006, und Pan, P.P.: Wikipedia Falls Victim to Censors in China. The Wall Street Journal, 21. Februar 2006, 11.

⁶ Ein Weblog, oft einfach Blog genannt, ist eine Webseite, in die periodisch neue Einträge von Internet-Nutzern direkt über den Webbrowser erfolgen können. Damit können Internet-User jederzeit miteinander auf einfachste Weise weltweit kommunizieren. Blogging ist eine neue Form des Broadcasting über das Internet. Es erfordert keinerlei zusätzliche Software und Vergabe von Zugangsrechten. Die Identität des Bloggers kann anonym bleiben, da eine beliebige selbstdefinierte Nutzerkennung verwendet werden kann.

⁷ Im vergangenen Jahr betrug der Anteil der mobil geladenen Musik bereits über 10 % aller Musik-Downloads, ermittelte Media Control/GfK in Baden-Baden. Vgl. hierzu de.internet.com/dynamic/print.php?id=2041421.

⁸ Im föderalen System in Deutschland nehmen diese Aufgabe derzeit die Landesmedienanstalten wahr.

lich-rechtliche Monopol als die für Rundfunk und Fernsehen angemessene Form der Ausgestaltung der Rahmenbedingungen. Durch Fortschritte in der Hochfrequenztechnik und der Digitalisierung der Übertragungswege ist Frequenzknappheit heute jedoch eine weitaus weniger bindende Restriktion.⁹ Andererseits wächst die Nachfrage nach drahtloser Breitbandkommunikation. Effizientere Modelle zur Frequenznutzung können hier ein zusätzliches Frequenzangebot schaffen.¹⁰ Insbesondere könnten weitere Bereiche des Frequenzspektrums dereguliert werden, also ohne Lizenz jederzeit bei Bedarf von allen Bürgern genutzt werden. Die Bundesnetzagentur (BNA) plant außerdem, ab dem kommenden Jahr Kurzzeitlizenzen zu vergeben, wenn diese Frequenzen nur vorübergehend, beispielsweise für lokale Sportveranstaltungen, Messen oder Konferenzen, benötigt werden.

Auch im Festnetz schreitet der Ausbau der Breitbandnetzinfrastrukturen bei den Telekommunikations- und Kabelfernsehnetsbetreibern zügig voran. Nach einer aktuellen Studie von Booz, Allen und Hamilton wird in Deutschland mit 12 Mill. Triple-Play-Haushalten bereits im Jahr 2012 gerechnet.¹¹

Probleme bei der Wahrung der Rechte an geistigem Eigentum

Die traditionellen Formen des Urheberrechts gingen immer von einem Trägermedium aus, das mit dem Inhalt direkt verbunden ist und damit einen exklusiven Zugang zum Inhalt gewährleistete. Der Text eines Buches war an das Buch, die Musik an die Schallplatte und das Video an die Videokassette oder DVD materiell gebunden. Digitale Inhalte im Internet haben diese materielle Bindung an ein Trägermedium vollständig verloren. Die Fragen hinsichtlich der Sicherung der Rechte an geistigem Eigentum (Intellectual Property Rights, IPR) muss daher entsprechend der technischen Möglichkeiten neu geregelt werden.

Die jetzigen Bemühungen um die rechtliche Neuregelung und einen verbesserten traditionellen Urheberschutz – sichtbar in den Novellen zum Urheberrechtsschutz in Deutschland und auf Ebene der EU – werden andererseits den sich rasch wandelnden technischen Gegebenheiten voraussichtlich nur unzureichend gerecht.¹²

Das Rechtssystem als Institution eignet sich unter den gewandelten technischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen der Breitbandkommunikation nur bedingt zur Wahrung der jeweiligen Eigentumsrechte, da diese nur zu hohen Kosten und aufgrund der langwierigen Verfahren der Justiz kaum effizient weltweit durchgesetzt werden können.

Da es in breiten Bevölkerungskreisen, insbesondere unter Jugendlichen, derzeit ein geringes Unrechtsbewusstsein hinsichtlich der Verletzung der Urheberrechte von Anbietern von Medieninhalten gibt, wird eine Kriminalisierung größerer Bevölkerungsteile befürchtet.

Anbieter von urheberrechtlich geschützten Medieninhalten sind daher dazu übergegangen, nach technischen Lösungen zu suchen, die durch die Integration eines Schutzmechanismus in Endgeräte oder hierfür eingesetzte Software automatisch eine digitale Rechteverwaltung (Digital Rights Management, DRM) gewährleistet. Diese Bestrebungen stoßen jedoch auf heftigen Widerstand von Verbrauchern sowie deren Organisationen.

DRMs operieren in der Regel nicht auf der Grundlage der jeweils von Land zu Land unterschiedlichen gesetzlichen Regelungen, sondern schaffen im Sinne der normativen Kraft des Faktischen technische Schutzvorrichtungen, die den Wünschen der Eigentümer nach einem umfassenden Schutz ihrer Medieninhalte entsprechen. Dabei besteht oft die Gefahr, dass bisher bestehende Nutzerrechte, z. B. das Recht an der Privatkopie oder die Abspielbarkeit einer Musik-CD auf jedwedem CD-Player, nicht mehr in der jeweils gesetzlich zugelassenen Form ausgeübt werden können. Ein DRM, das sich nationalen Rechtslagen anpasst, wäre jedoch in der Regel zu aufwendig.

Hinzu kommt, dass derzeitige rechtliche Regelungen, insbesondere im Bereich von Rundfunk und Fernsehen, Aufzeichnungen gestatten. So ist ein Mitschnitt von Musikstücken einer digitalen Radio-Sendung im MP3-Format rechtlich zulässig. Eine Kopie des gleichen Musikstücks von einer urheberrechtlich geschützten CD unter Umgehung des Kopierschutzes des Herstellers ist jedoch strafbar. Da es aufgrund der Digitalisierung keinen Qualitätsverlust wie bisher bei analogen Kopien gibt, ist diese rechtliche Situation paradox.

⁹ Vgl. Bauer, J.: Spectrum Management: Private Property Rights or Commons. cbdd.wsu.edu/edev/edp/bauer-spectrum-commons.pdf.

¹⁰ Vgl. Bundesnetzagentur (BNA): Eröffnung des Frequenzteilungsverfahrens für Broadband-Wireless-Access-Anwendungen. Aufgrund der starken Nachfrage wurde auf eine zunächst angedachte kostenfreie Frequenzvergabe bei Broadband Wireless Access Frequenzen (BWA) im Bereich 3 400 bis 3 600 MHz verzichtet. Stattdessen sollen diese jetzt mittels einer Auktion zum Jahresende 2006 vergeben werden. Dabei können Einzellizenzen für 28 Regionen in Deutschland erworben werden. Hierdurch könnte eine sehr heterogene Struktur kommerzieller regionaler Anbieter entstehen, da diese Frequenzen im Vergleich zu den UMTS-Frequenzen kostengünstig erworben werden können.

¹¹ Vgl. hierzu Pressemitteilung von Booz, Allen und Hamilton vom 18. Oktober 2006.

¹² Vgl. hierzu z. B. das Diskussionsforum zur Urheberrechtsnovelle beim Bundesministerium für Justiz, www.bmj.de/phpBB2/, oder die Richtlinie der EU-Kommission zur Durchsetzung von Urheberrechten, www.fotorecht.de/publikationen/durchsetzung-ri.html.

Bisher ist nicht das Endprodukt, das spezifische Musikstück, urheberrechtlich geschützt, sondern nur die spezifische Form, mit der digitale Kopien erstellt werden. Insbesondere bei MP3-Playern müssen auch vorhandene CDs in MP3-Dateien umgewandelt werden, um diese dort abspielen zu können. Mithin muss für diese Endgeräte der Kopierschutz einer CD zwangsläufig verletzt werden.

Die Hersteller solcher Abspielgeräte haben bisher jedoch ein starkes wirtschaftliches Interesse, das Kopieren von Musikdateien von jedweder CD oder DVD auf MP3-Player zu ermöglichen, da dies den Kundenwünschen entspricht.

All dies zeigt, wie kompliziert das Ausbalancieren der berechtigten Ansprüche der verschiedenen Akteure hinsichtlich der Nutzungsrechte von digitalen Gütern ist.

Die von der WTO bzw. WIPO verabschiedeten Regelungen zum Schutz geistigen Eigentums sind bisher noch kaum weltweit durchsetzbar. Insbesondere Entwicklungsländer verweigern hier die Kooperation, da sie bzw. ihre Bürger zu Nettozahlern gegenüber den führenden OECD-Ländern würden. Probleme in Ländern wie China oder Thailand aber auch in Osteuropa zeigen deutlich, wie schwierig es ist, den Kopierschutz sowie alle anderen IPRs dort wirkungsvoll durchzusetzen. Eine rasche einvernehmliche Lösung ist derzeit kaum zu erwarten.¹³

Fazit

Der rasche technologische Fortschritt bei der Entwicklung innovativer Internetdienste schafft für die gesamte Medienindustrie neue Herausforderungen. Durch die Loslösung der digitalen Medieninhalte von einem physischen Träger und exklusiven Wiedergabesystemen entsteht ein Kontrollverlust; die

Schutz- und Eigentumsrechte sind in der bisherigen Form immer schwerer durchzusetzen.

Dies könnte die Produktion von Medieninhalten auf kommerzieller Basis nachhaltig beeinträchtigen. Es wird künftig darum gehen, Finanzierungsmodelle zu entwickeln, die auch auf Seiten der Nutzer eine Zahlungsbereitschaft für digitale Medieninhalte schafft. Das Geschäftsmodell von Apple erscheint hierfür geeignet. Allerdings wird im Wesentlichen nur bei Premium-Content eine direkte Finanzierung möglich sein. Einem großen Teil des Angebots an digitalen Medieninhalten wird es hingegen kaum gelingen, einen direkten Beitrag von dessen Nutzern zu erlangen. Hier können jedoch durch intelligente Strategien der Bündelung mit anderen Informationsgütern, z. B. der Bereitstellung von Kundeninformationen oder Online-Werbung, Finanzierungsmodelle entwickelt werden, die die privatwirtschaftlichen Produktions- und Bereitstellungskosten decken.

Die rechtlichen Rahmenbedingungen für weltweite Breitbandkommunikation müssen den dabei auftretenden Interessenkonflikten der beteiligten Akteure angepasst werden, so dass einerseits der Zugang und die Nutzung von freien Inhalten gewahrt werden kann, und andererseits ein angemessener Urheber-schutz die Refinanzierung von Produktionskosten im kommerziellen Bereich gewährleistet.

Da diese Entwicklung weltweit rapide voranschreitet, sind auch die beteiligten Akteure in Deutschland aufgefordert, in Abstimmung mit der EU zu einem zukunftsweisenden Konzept der World Intellectual Property Organization (WIPO) beizutragen.

¹³ Vgl. hierzu Callan, B.: Pirates on the High Seas. The United States and Global Intellectual Property Rights. Council of Foreign Relations, New York 1998; Council of Economic Advisors: Economic Reports of the President, Washington D. C., 2006, Kapitel 10, 211–230.

Aus den Veröffentlichungen des DIW

Christoph Wunder, Johannes Schwarze, Gerhard Krug, Bodo Herzog

Welfare Effects of the Euro Cash Changeover

Using merged data from the British Household Panel Survey (BHPS) and the German Socio-Economic Panel (SOEP), this paper applies a parametric difference-in-differences approach to assess the real effects of the introduction of the Euro on subjective well-being. A complementary nonparametric approach is also used to analyze the impact of difficulties with the new currency on well-being. The results indicate a severe loss in well-being associated with the introduction of the new currency, with the predicted probability that a person is contented with his/her household income diminishing by 9.7 percentage points. We calculate a compensating income variation of approximately one-third. That is, an increase in postgovernment household income of more than 30 % is needed to compensate for the rather drastic decline in well-being. The reasons for the negative impact are threefold. First, perceived inflation overestimates the real increase in prices resulting in suboptimal consumption decisions. Second, money illusion causes a false assessment of the budget constraint. Third, individuals have to bear the costs from the conversion and the adjustment to the new currency. Moreover, it is thought that losses are smaller when financial ability is higher. However, the impact of difficulties in using and converting the new currency is rather small, and the initial problems were overcome within one year of the introduction of Euro cash.

Discussion Paper No. 646

November 2006

Jiri Slacalek

What Drives Personal Consumption?

The Role of Housing and Financial Wealth

I construct a new dataset with financial and housing wealth in 16 countries and investigate the effect of wealth on consumption. The baseline estimation method based on the sluggishness of consumption growth implies that the long-run marginal propensity to consume out of total wealth averaged across countries is 5 cents. I find substantial heterogeneity in the wealth effects: the individual country estimates typically lie between 0 and 10 cents. The wealth effects are more powerful in market-based, Anglo-Saxon and non Euro area economies. The effect of housing wealth is somewhat smaller than that of financial wealth for most countries, but not the US and the UK. The housing wealth effect has risen substantially after 1988 as it has become easier to borrow against housing wealth.

Discussion Paper No. 647

November 2006

Die Volltextversionen der Diskussionspapiere liegen als PDF-Dateien vor und können von den entsprechenden Webseiten des DIW Berlin heruntergeladen werden (<http://www.diw.de/deutsch/produkte/publikationen/index.html>).

The full text versions of the Discussion Papers are available in PDF format and can be downloaded from the DIW Berlin website (<http://www.diw.de/english/produkte/publikationen/index.html>).

Aus den Veröffentlichungen des DIW

DIW Berlin: Politikberatung kompakt

Nr. 24

Evaluierungsuntersuchungen zur Bewertung der Aufsicht der Kreditwirtschaft und Erstellung eines Erfahrungsberichts (Erfahrungsbericht Bankenaufsicht)

Patricia Alvarez-Plata, Hella Engerer, Ingo Pfeiffer, Mechthild Schrooten

Unterauftragnehmer:

Lehrstuhl für Finanzierung und Kreditwirtschaft, Ruhr-Universität Bochum

Stephan Paul, Stefan Stein

dimap

Projektkoordination DIW Berlin

Ansprechpartnerin:

Dr. Mechthild Schrooten

DIW Berlin

Königin-Luise-Str. 5

14195 Berlin

Tel. 030/89789-344

Fax 030/89789-108

mschrooten@diw.de

Auszüge aus der Kurzfassung des jetzt veröffentlichten Gutachtens zeigen die hohe Politikrelevanz.

Darin heißt es:

Das Ziel der Studie ist es, die Beurteilung der Arbeit der Bankenaufsicht in Deutschland durch die Kreditinstitute zu ermöglichen. (...)

Zentrale Ergebnisse sind:

1. Zufriedenheit der Kreditinstitute mit der Aufsicht

Alles in allem ist nur eine Minderheit der Kreditinstitute mit der derzeitigen Aufsichtspraxis explizit unzufrieden; die Hälfte der Kreditinstitute steht der gegenwärtigen Aufsichtspraxis neutral gegenüber. (...)

2. Kommunikation mit der Aufsicht – Bewertung der Aufsichtsstrategie

Zahlreiche Kreditinstitute geben an, dass sie von sich aus kaum Kontakt zu den Aufsichtsbehörden suchen. Gleichzeitig wird klar, dass im Sparkassensektor und bei der Kreditgenossenschaften der jeweilige Verband der erste Ansprechpartner in aufsichtsrechtlichen Fragen ist. Aus diesen Gruppen ist etwa jedes 4. bzw. 5. Kreditinstitut nicht in der Lage, ein Urteil über die aufsichtsrechtliche Strategie von BaFin und Deutscher Bundesbank zu fällen. (...)

3. Qualitative Aufsicht als Chance

Die Kreditwirtschaft befindet sich derzeit in der Übergangsphase zur qualitativen Aufsicht (Basel II). Etwa drei Viertel der Kreditinstitute sieht in einer künftig stärker qualitativ ausgerichteten Aufsicht eher eine Chance als ein Risiko. (...)

4. Erfahrungen mit Aufsichtsgesprächen

(...)Die Befragten bewerten Aufsichtsgespräche in zahlreichen inhaltlichen und formalen Aspekten positiv. Allerdings werden der Nutzen als relativ gering, die Kosten dagegen als relativ hoch eingeschätzt; dies gilt insbesondere bei den Sparkassen und den Genossenschaftsbanken. Vieles deutet darauf hin, dass bei dem Instrument „Aufsichtsgespräch“ Potentiale für Effizienzgewinne bestehen könnten.

5. Erfahrungen mit Prüfungen gemäß § 44 Abs. 1 KWG – Einfluss auf die Geschäftspraxis

(...) Das Instrument „Prüfung“ wird wie das der Aufsichtsgespräche in zahlreichen Einzelaspekten positiv bewertet. Wiederum werden allerdings ein relativ geringer Nutzen und relativ hohe Kosten konstatiert; dies gilt über alle Bankengruppen hinweg. Auch bei diesem Instrument bestehen offenbar Potentiale für Effizienzgewinne.

Insgesamt gibt die Mehrzahl der Kreditinstitute an, dass die Prüfungen des Kreditgeschäfts gemäß § 44 Abs. 1 KWG keinen Einfluss auf ihre Kreditvergabe haben. Vielfach wird betont, dass sich die Kreditver-

gabe ohnehin an Risikokriterien orientiere. Damit ist kaum Evidenz für die Hypothese zu finden, dass die Prüfungspraxis flächendeckend zu einem credit crunch beiträgt.

6. Aufgabenteilung zwischen Deutscher Bundesbank und BaFin

Jedes vierte Kreditinstitut gibt kein Urteil zur Frage ab, ob die Aufgabenteilung zwischen der Deutschen Bundesbank und der BaFin transparent ist. (...) Von den Kreditinstituten, die sich ein Urteil zutrauen, geben mehr als die Hälfte an, dass die Aufgabenteilung zwischen der Deutschen Bundesbank und der BaFin für sie nicht transparent sei; etwa 30 % halten die Arbeitsteilung zwischen der Deutschen Bundesbank und der BaFin für nicht angemessen. Auch fällt den Befragten die Beurteilung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der BaFin verhältnismäßig schwerer als die Beurteilung der Vertreter der auch regional aufgestellten Deutschen Bundesbank. Die Erfahrungen mit den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen der Deutschen Bundesbank sind durchgängig besser als die Erfahrungen mit denen der BaFin. Nach Angaben der Befragten wechseln die Ansprechpartner bei der Deutschen Bundesbank seltener, werden als kompetenter und vertrauter mit dem Geschäftsmodell eingestuft.

7. Finanzierung der BaFin

Jede fünfte Bank traut sich kein Urteil über die derzeitige Finanzierung der Bankenaufsicht zu. (...) Bei denjenigen, die ein Urteil abgeben, ist offensichtlich, dass sich die Meinung je nach Zugehörigkeit zum privaten Kreditbanken-, Sparkassen- oder Genossenschaftsbankensektor unterscheidet. Gerade die beiden letztgenannten Gruppen plädieren relativ stark für eine Modifikation des bestehenden Systems. (...)

8. Entbürokratisierung

Die überwältigende Mehrzahl der Kreditinstitute gibt an, dass sich der bürokratische Aufwand seit der Gründung der BaFin erhöht hat. Dies melden insbesondere die Sparkassen und die Kreditgenossenschaften. Zugleich erklären die Befragten besonders häufig, dass ihnen ein hoher Aufwand durch die Anwendung des Geldwäschegesetzes entsteht. Erst an zweiter Stelle wird der Aufwand aus dem aufsichtsrechtlichen Meldewesen genannt. Aus diesen Angaben kann geschlossen werden, dass es einen besonders hohen Entbürokratisierungsspielraum in einem Bereich gibt, der nicht unmittelbar dem Kern der bankenaufsichtsrechtlichen Regulierungen zuzuordnen ist.

9. Internationale Wettbewerbsposition

Benachteiligungen gegenüber dem Ausland durch die Praxis der Aufsicht werden selten angemerkt. Etwa 70 % der Kreditinstitute geben an, dass sie keinen aus der bankenaufsichtsrechtlichen Praxis in Deutschland resultierenden Wettbewerbsnachteil ihres Kreditinstituts gegenüber dem Ausland sehen. Unter den übrigen Instituten weisen insbesondere viele mit grenznahem Standort darauf hin, mit dem Abzug von Einlagen, oder der Abwanderung von Kreditnehmern konfrontiert zu sein. (...).

10. Verbesserungsvorschläge

Abschließend wurden die Kreditinstitute um Verbesserungsvorschläge gebeten. Dabei wurde vielfach ein allgemeiner Wunsch nach Bürokratieabbau formuliert; explizit wurde der Bereich Geldwäsche nur selten angesprochen. Weitere wesentliche Forderungen bestanden darin, die Prüfungen stärker an der Risikosituation der Institute zu orientieren und allgemein die individuellen Gegebenheiten der Kreditinstitute besser zu berücksichtigen. Darüber hinaus wurde die „Doppelaufsicht“ von Deutscher Bundesbank und BaFin kritisiert.

Die Volltextversionen der Reihe „DIW Berlin: Politikberatung kompakt“ liegen komplett als PDF-Dateien vor und können von der entsprechenden Website des DIW Berlin heruntergeladen werden (www.diw.de/deutsch/produkte/publikationen/diwkompakt/index.html).

Nachrichten aus dem DIW Berlin

Kuratoriumssitzung des DIW Berlin

Gute wirtschaftliche und fachliche Entwicklung des Instituts

Am 16. November 2006 fand die Kuratoriumssitzung des DIW Berlin in den Räumen der Deutschen Bank Repräsentanz Berlin statt. Dabei nahm das Kuratorium die wirtschaftliche und fachliche Entwicklung des DIW Berlin mit großer Zufriedenheit zur Kenntnis.

In der anschließenden Mitgliederversammlung des DIW Berlin wurden als neue Mitglieder des Kuratoriums mit großer Mehrheit gewählt: Edelgard Bulmahn (MdB), Dr. Carsten Kreklau (BDI), Prof. Dorothea Kübler (TU Berlin), Claus Matecki (DGB), Prof. Lars-Hendrik Röller (HU und ESMT), Prof. Bert Rürup (TU Darmstadt) sowie Prof. Günter Stock (BBAW).

Die bisherigen Kuratoriumsmitglieder Prof. Charles Blankart (HU), Ludolf von Wartenberg (BDI), Prof. Jürgen Wolters (FU Berlin), Prof. Josef Zweimüller (Uni Zürich) und Wolfgang Roth standen für eine Wiederwahl nicht zur Verfügung. Der Vorstand des DIW Berlin dankt den ehemaligen Mitgliedern für ihren Einsatz und die wertvollen Anregungen für das Institut. Zugleich begrüßt der Vorstand die Wahl der neuen Mitglieder und freut sich auf eine fruchtbare und vertrauensvolle Zusammenarbeit.

Impressum

DIW Berlin
Königin-Luise-Str. 5
14195 Berlin

Herausgeber

Prof. Dr. Klaus F. Zimmermann (Präsident)
Prof. Dr. Georg Meran (Vizepräsident)
Dr. Tilman Brück
Dörte Höppner
Prof. Dr. Claudia Kemfert
Dr. Bernhard Seidel
Prof. Dr. Viktor Steiner
Prof. Dr. Alfred Steinherr
Prof. Dr. Gert G. Wagner
Prof. Dr. Axel Werwatz, Ph. D.
Prof. Dr. Christian Wey

Redaktion

Kurt Geppert
Dr. Elke Holst
Manfred Schmidt
Dr. Mechthild Schrooten

Pressestelle

Renate Bogdanovic
Tel. +49 – 30 – 89789-249
presse@diw.de

Vertrieb

DIW Berlin Leserservice
Postfach 7477649
Offenburg
leserservice@diw.de
Tel. 01805 – 198888, 12 Cent/min.

Reklamationen können nur innerhalb von vier Wochen nach Erscheinen des Wochenberichts angenommen werden; danach wird der Heftpreis berechnet.

Bezugspreis

Jahrgang Euro 180,–
Einzelheft Euro 7,– (jeweils inkl. Mehrwertsteuer und Versandkosten)
Abbestellungen von Abonnements spätestens 6 Wochen vor Jahresende

ISSN 0012-1304

Bestellung unter leserservice@diw.de

Konzept und Gestaltung

kognito, Berlin

Satz

eScriptum, Berlin

Druck

Walter Grützmacher GmbH & Co. KG, Berlin