

## Editorial Oktober 2001

### **Rabatt-Freiheit**

Vielleicht denken Sie ja wie die meisten mit gemischten Gefühlen an den Wegfall des Rabattgesetzes und der Zugabeverordnung. Das liegt sicher daran, dass wir zunächst bei keiner Neuerung wissen, ob sie sich positiv oder negativ auswirken wird. Bilanz ziehen können wir erst später, wenn wir eine zeitlang Erfahrung gesammelt haben. Jetzt geht es also erst mal darum, die neue Rabatt-Freiheit auszuprobieren und die Gunst der Stunde zu nutzen.

Wie alle Änderungen birgt auch diese Chancen und Risiken. Aus meiner Sicht ist das größte Risiko, dass alles beim alten bleibt. Immerhin ändert sich ja nicht von heute auf morgen die oft zitierte *allgemeine Verkehrsauffassung*, nur weil ein Gesetz entfällt. Im übrigen werden die neuen Rabatt- und Zugabefälle nach dem nach wie vor gültigen Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb beurteilt werden.

Die Chance ist, dass Sie als Direktmarketer die neue Situation dazu nutzen, kreativere Ideen als die siebenunddreißigste Variante der Kundenkarte zu finden. Denn nur mit wirklich neuen Ideen wird es möglich sein, einerseits die allgemeine Rechtsauffassung weiter zu entwickeln und andererseits keine ruinösen Rabatte geben zu müssen. Ich für meinen Teil bin jedenfalls gespannt, was an echten Kundenbindungsmaßnahmen demnächst in die Briefkästen und Mailboxen flattert. In diesem Sinne freue ich mich auf jede *Zugabe!*

Ihre

**Gabriele Baron** arbeitet als freiberufliche Texterin und Journalistin sowie als Trainerin mit dem Schwerpunkt Kundenorientierung in Text, Korrespondenz und Verkaufsgespräch. Sie ist Autorin des IM-Fachbuches "Mailings einfach und erfolgreich durchführen". Anfragen richten Sie bitte an: Gabriele Baron Text & Training, Innere Wiener Straße 12, 81667 München. Telefon (089) 48 95 27 82. Fax (089) 48 95 28 23. E-Mail: [info@baron-texttraining.de](mailto:info@baron-texttraining.de)