

„Die Untersuchung hat ergeben, daß unter wettbewerbsspolitischen Gesichtspunkten die rechtliche Sonderstellung der Markenartikel bedenklich ist.“

Jahresbericht des Bundeskartellamts 1960

Halt!“ Das Taxi stoppt . . . Ein Mann im Lodenmantel klettert heraus. Geld klumpert! „Eine Quittung!“ Der Fahrer kritzelt auf seinen Block. Der Beleg ist ein Beweisstück für das Gericht in Wiesbaden. Der Wagen steht vor dem Haus Hans-Böckler-Allee 19 in Bad Godesberg. An der Fassade hängt das Schild: „Feinkost Vonhoff“. Auf dem Schaufenster klebt das Plakat „Kampf dem Grauen Markt“.

Der Mann im Lodenmantel schiebt den Zettel in die Tasche. Die Ladentür fliegt auf. Er legt vor Josef Vonhoff eine Urkunde auf die Theke. Das Landgericht Wiesbaden verbietet dem rheinischen Kaufmann

Weinbrand, Marke Chantré, billiger zu verkaufen als die Fabrikanten es vorschreiben. Wenn Vonhoff den Preis nicht sofort erhöht, kann er in Haft genommen werden. Er hatte in seinem Geschäft den Preis für eine Flasche Chantré von 9,75 Mark auf 7,75 Mark herabgesetzt. Jetzt erklärt ihm der Gerichtsvollzieher: Wer zu billig ist, wird heutzutage bestraft! Es ist der 7. Juli.

JEDE FÜNFTE FLASCHE IST BILLIGER

Josef Vonhoff ist einer der 600 Händler, denen in den letzten Wochen von westdeutschen Richtern untersagt wurde, Markenschnaps zu billigeren Preisen zu verkaufen. Die Aktion wurde ausgelöst als Statistiker behaupteten,

- jeder fünfte Händler bietet Alkohol freiwillig unter dem Festpreis an und
- jede fünfte Flasche Markenschnaps wird unter dem vorgeschriebenen Preis verkauft.

Wenn es den Fabrikanten nicht schnell gelingt, alle Preisbrecher zu ermitteln, bricht die Preisbindung für 1443 Alkoholabfüllungen, die 66 Markenherstellerverkaufen, zusammen. Ihnen wurde nämlich nur gestattet, einen festen Preis für ihre Flaschen einzuführen, wenn er auch überall garantiert ist. 180000 Händler verkaufen Alkohol; unterbietet wirklich jeder Fünfte die Preise, müssen noch 35 400 Verkäufer ermittelt und wie Josef Vonhoff vom Gerichtsvollzieher belehrt werden.

ES WAR IMMER NOTWEHR

Um ihre Kalkulation sind nicht nur die Hersteller von Branntwein besorgt. Alle Branchen zittern um die vorgeschriebenen Preise für Markenartikel - vom Regenschirm bis Dauerbackwaren. Denn Händler und Kunden haben Kniffe gefunden, die Preisvorschriften zu umgehen:

Einwandfreie Markenwaren werden billiger geliefert, nachdem auf die Preisschilder der Vermerk „beschädigt“ gemalt ist.

Die Rabattsätze bei größeren Einkäufen steigen automatisch bis zu 15 Prozent, ohne daß es ausdrücklich gesagt wird.

Großhändler liefern direkt an Verbraucher, die so die Einzelhandelsspanne sparen. Die Käufer werden behandelt als wären sie Händler.

Betriebe und Behörden geben ihren Angestellten Bescheinigungen, mit denen sie beim Großhändler erheblich preisgünstiger einkaufen können.

In Großstädten tauchen private Vermittler auf, die „zufällig“ Restposten von Markenwaren — vom Feuerzeug bis zum Auto — billiger abgeben. Dieser Handel, bei dem die 200000 Markenartikel unter ihrem Festpreis beschafft werden

können, ist ein fester Begriff: Grauer Markt. Er unterscheidet sich vom Schwarzen Markt der Nachkriegszeit durch die neue Stellung des Käufers. Vor 1948 mußte er um Lieferung betteln. Heute werden ihm Waren von allen Seiten aufgedrängt.

VONHOFF: BEAMTE KAUFEN GRAU

Gegen diesen Grauen Markt führte auch Josef Vonhoff seinen Privatkampf, den er so begründet: „In jeder Hausbar, in jedem Schnapsschrank sehen Sie heute eine Flasche Dujardin, Chantré oder französischen Cognac. Wo kaufen die Leute ihn bloß? Bei mir nicht und bei anderen Einzelhändlern auch nicht. Meine Kundschaft besteht zum größten Teil aus Beamten und Angestellten, und die meisten Familien beziehen ihren Schnaps über den Behörden- und Betriebshandel. in Godesberg und Bonn kostet eine Flasche Chantré durchschnittlich 7,60 Mark. Klar, daß ich auf meinem Chantré zum Markenpreis von 9,75 Mark sitzenbleibe. Ich muß einen Preis machen, der mit dem Grauen Markt konkurriert. Nur so kann ich den illegalen Handel beseitigen!“

Die Kalkulation für eine Flasche Chantré ist vorgeschrieben:

- 1 Abgabepreis der Fabrik — einschließlich der Steuer: 6,05 Mark.
- 2 Spanne für den Großhändler von elf Prozent des Endpreises: 1,07 Mark.
- 3 Spanne für den Einzelhändler von 27 Prozent des Endpreises: 2,63 Mark.

Der Preis von 9,75 Mark ist beim Bundeskartellamt in Berlin angemeldet und genehmigt worden.

PREISENKUNG OHNE OPFER

Die 170 Beamten, Angestellten und Arbeiter des Kartellamts haben die Aufgabe, darauf zu achten, daß angemeldete Preise auch eingehalten werden. Kann der Hersteller nicht dafür sorgen, wird die Preisbindung für seine Erzeugnisse von Staats wegen wieder aufgehoben.

Für Händler sind die Abmachungen der Fabrikanten mit dem Kartellamt desto uninteressanter, je größer die Konkurrenz ist. Jeden Tag machen in Deutschland rund 50 Geschäfte pleite. Die Jagd um Kunden ist scharf. Als bestes Lockmittel erweisen sich Preissenkungen, die jeder sofort bemerkt, also bei Markenartikeln, deren vorgeschriebener Preis bekannt ist. Dabei bedeutet eine Preissenkung nicht einmal ein großes Opfer für den Händler, denn die Spannen zwischen Fabrik und Einzelhandelspreisen sind bei uns reichlich bemessen:

Schreibmaschinen 40 Prozent; elektrische Rasierapparate 39 bis 48,9 Prozent, Schallplatten 44 bis 45,4 Prozent, Armbanduhren 50 bis 60 Prozent, Mülleimer 40 bis 50 Prozent, Schokolade 36 bis 47 Prozent und Zahnpasta 43 bis 51 Prozent.

EIN FÜNFTEL GESPART

Daß der Graue Markt floriert und der Godesberger Vonhoff Gleichgesinnte haben muß, die den illegalen Handel durch spürbare Preissenkungen zerstören wollen, beweist eine Rechnung, die Professor Rudolf Seyffert, Universität Köln, aufgestellt hat. Danach werden heute in Westdeutschland billiger gekauft:

Mehr als die Hälfte aller Rundfunkapparate, Fernsehgeräte, Waschmaschinen, Kühlschränke und Elektro-Küchengeräte.