



Mehr als ein Drittel aller Öfen, Lampen und Anzugsstoffe.

Mehr als ein Viertel aller Polster-, Küchen- und Zimmermöbel, Waschmittel und Seifen.

#### DER BILLIGE BÄCKER BAUTE

Nach den Untersuchungen des Kölner Wissenschaftlers beträgt der Rabatt durchschnittlich 21 Prozent vom offiziellen Ladenpreis, das sind mehr als ein Fünftel. Seine Zahlen, die niemand bestritten hat, beweisen: Jede Familie, die über Beziehungen verfügt und in eine Einkaufszentrale kommt, spart an jedem fünften Tag das Haushaltsgeld. Die Händler haben etwas dagegen.

Jedes Jahr werden bei uns Konsumgüter für 83 Milliarden Mark umgesetzt. Davon fließen mindestens 14 Milliarden auf den Grauen Markt. Hans Schmitz, Präsident des Deutschen Einzelhandelsverbandes, glaubt sogar, daß dieser illegale Umsatz noch größer ist. Und durch Massenerbefragungen haben Konsumforscher inzwischen ermittelt, daß der Graue Markt heute nicht nur in den Großstädten existiert, sondern auch auf Dörfern. Die Gegenmaßnahmen der Fabrikanten waren bisher ziemlich wirkungslos. Nur ein paar Kaufleute holten die Kunden des Grauen Marktes wieder in ihre Läden zurück, weil sie die Methoden des Grauen Marktes übernahmen: Sie senkten freiwillig und selbständig die Preise.

Hans Küppers, Mönchen-Gladbach, richtete nach dem Vorbild amerikanischer Läden ein primitives Verkaufslager ein. Seine Unkosten waren so gering, daß er Markenwaschmittel nicht für 2,15 Mark, sondern für 1,75 Mark verkaufte, und Chantré für 7,60 Mark. Als die Markenhersteller ihn durch Einstweilige Verfügung zwingen wollten, die Preise zu erhöhen, wechselte Küppers die Lieferanten. Heute kaufen seine Kunden billige markenlose Ware.

Julius Schürmann, Bäckermeister in Helmarshausen, verkauft ein Kilo Brot für 70 Pfennig und jedes Brötchen für fünf Pfennig, zwei Pfennig unter dem offiziellen Preis. Schürmanns Verdienst reichte trotzdem aus, um das Unternehmen erheblich auszubauen. Die Innung hat es aufgegeben, gegen den Preisbrecher zu protestieren. Seitdem ist Brot in Helmarshausen billig.

#### KOMMT DER PREISSTURZ?

Aber nicht die Preise allein sind schuld am Wachstum des Grauen Marktes. Eine Inflation an Markenwaren hat das Vertrauen zum Markenzeichen erschüttert. Fast 200000 Markenartikel sind beim Bundeskartellamt zur Preisbindung angemeldet. Darunter

1318 Heiz- und Kochgeräte, 2637 Filme und Platten für Photoapparate, 6014 Spielwaren, 21 verschiedene Packungen Schreibpapier, 789 Seifen- und Waschmittel, 135 Backwaren und 663 Dauerbackwaren.

Über 80000 Artikel sind allein für den Kraftfahrzeug-Bedarf. Ein Teil dieser und ein Teil der restlichen über 100000 verdient sicher nicht die Qualitätsbezeichnung „Markenware“. Fabrikanten, die ihre Produkte beim Kartellamt anmelden, werden nur zurückgewiesen, wenn sie ausgesprochenen Schund mitbringen. Das Gesetz gibt keinen Anhaltspunkt dafür, wie zwischen höheren und minderen Qualitäten eine Grenze zu ziehen ist. Es fehlen bei uns



Die deutschen Einzelhändler kalkulieren ihre Waren mit durchschnittlich 40 Prozent Aufschlag. In Frankreich liegt die Handelsspanne bei 33 Prozent, in England bei 27,3 Prozent, in Belgien bei 24 Prozent und in Dänemark bei 25 Prozent. Die angeblich typischen Händler Europas, die Italiener (Foto) sind mit zwei Drittel des Gewinns ihrer deutschen Kollegen zufrieden.