



DER GRAUE MARKT

Das Kartellamt sucht auf eigene Faust weiter, und die Firmen aller Branchen haben Kontrolleure engagiert, die das Bundesgebiet durchkämmen. Aber es ist ziemlich sicher, daß die Berliner Beamten bis heute nicht wissen, wieviel von einer Ware unter der Hand verkauft werden darf, bis sie den Festpreis aufheben können. Und die Hersteller glauben kaum daran, daß sie von allen Einzelhändlern im Kampf um die Preisbindung unterstützt werden. Ihr Gesamtverband finanziert darum eine Propagandawelle in Zeitungen, die sich an die Moral der Käufer richtet. Anzeigentext:

„Wer sich Markenartikel auf Um- und Schleichwegen unter den vorgeschriebenen Preisen beschafft, möchte sich nicht an den Kosten beteiligen, die der Vertrieb jeder Ware in ordentlichen Einzelhandelsunternehmen nun einmal verursacht. Würden aber alle Käufer so denken, gäbe es bald keine Ladengeschäfte mehr, die reiche Auswahl bieten...“

Zum Glück hat der sogenannte Graue Nebenhandel, den auch ein vom Bundestag bereits beschlossenes Gesetz verurteilt, längst nicht den Umfang, den ihm die Gegner fester Markenpreisartikel nachsagen...“

SPANNEN NICHT VERTRETBAR

Daß die Diskussion um den Grauen Markt ausgerechnet vor der Bundestagswahl laut wird, ist sicher kein Zufall. Man merkt es an den Auskünften der Politiker auf den Wahlversammlungen. Sie sind, je nach Herkunft der Zuhörer, für oder gegen den Kauf ‚unter der Hand‘.

Die Einkaufsgenossenschaften, Versandhäuser und Warenhäuser, die durch Massenumsätze billiger sein könnten als Einzelhändler, geben schon offen zu, daß die vorgeschriebenen Handelsspannen für Markenartikel häufig nicht vertretbar sind. Sie wissen, daß sie im freien Wettbewerb günstigere Preise machen können als die kleine Konkurrenz (Foto Seite 6). Sie drängen auf eine Lösung des Problems, weil ihre Kunden auch für ungebundene Waren auf den Grauen Markt abwandern.

WERBUNG KOSTET GELD

Der Verband der Einzelhändler hält nichts von Kampfpreisen gegen den illegalen Handel. Auch er hat sich zunächst für Anzeigenaktionen entschieden. Den Lesern wird in eindringlichen Worten der Vorzug des Einzelhandels geschildert. Der Tolpatsch läßt sich auf dem Grauen Markt übervorteilen. Der pffiffige Kunde geht zu seinem Kaufmann. Pffiffige Kunden haben aber auch ausgerechnet, daß diese Werbeprospekte mit ihrem Geld bezahlt werden. Und so lieferten die Ausgaben zur Bekämpfung des illegalen Handels auch den Beweis für die Berechtigung des Grauen Marktes. Das Geld für die Werbung der Verbände für Preisbindung muß schließlich in den Kalkulationen stecken.

Auch Kunden, die nicht nachrechnen, wird es immer schwerer, den Argumenten der Verbände für höhere Preise im Laden zu folgen. Zu viele Meldungen über das Zustandekommen der Preise laufen um.

ZU GERINGER VERDIENST

Ein Stuttgarter Händler, der auf Damenkleidern sitzengeblieben war, soll die Richtpreise noch um 20 bis 30 Prozent heraufgesetzt haben. Erst dann wurde er seine Ladenhüter los, weil Kunden glauben, hohe Preise garantieren gute Qualität.

Schallplattenfabrikanten boten den Fachhändlern Platten mit klassischer Musik zum Endverkaufspreis von 16 Mark an. Die Händler lehnten den Verkauf dieser Serien ab. Grund: 1. war die Verdienstspanne zu klein. 2. wollte man den Kunden nicht an geringe Preise gewöhnen. Hersteller und Händler haben sich selbst allerdings immer die Möglichkeit gelassen, mit den Preisen je nach Betriebslage zu jonglieren. Markenkleider und Anzüge werden bei Schlußverkäufen verramscht.

DIE FLUCHT NACH VORN

Die ‚Jungen Unternehmer‘ sehen für die Zukunft nur zwei Möglichkeiten, dem Grauen Markt beizukommen: „Entweder die Flucht nach vorn in die totale Marktordnung mit Preisbindung, Überwachungssystem und Rabattkartell, wie man sie heute mit mehr oder weniger Erfolg in manchen Branchen versucht, oder die Aufgabe der Preisbindung, die übrigens nicht unbedingt gleichbedeutend sein muß mit der Aufgabe jeden Einflusses auf den Verbraucherpreis.“ In der Fachzeitschrift „Der Volkswirt“ vertritt Dr. Peter Sweerts-Sporck diese Meinung: „... so mancher ehrliche Freund der vollständigen Konkurrenz wird bestürzt sein über die zahlreichen Hinweise des (Kartell-)Amtes auf mehr oder weniger gravierende Beschränkung des Wettbewerbs... nicht weniger als 840 schwebende... Verfahren zeigen, welche Arbeit sich das Amt zugemutet hat... Man muß sich das einmal plastisch vorstellen. Eine bürokratische Apparatur von 170 Personen will allen Ernstes die vollständige Konkurrenz entwickeln. Mit anderen Worten, die Wirtschaft gegen ihren Willen umzerlegen. Hier klingt doch eine Einstellung an, die ideologisch beeinflusst ist... erfahrungsgemäß scheitern solche Versuche.“

DER UMSATZ STIEG

Josef Vonhoff, der Lebensmittelhändler aus Bad Godesberg, der wie andere Kollegen vom Grauen Markt bedroht wird, denkt nur an die Praxis. Er will geringe Gewinnspannen. Vonhoff: „Ich hätte den Grauen Markt in meinem Einzugsgebiet garantiert ruiniert, aber man hat es mir verboten. In der Woche, in der ich billig verkaufte, setzte ich über 400 Flaschen ab. In dem Halbjahr zuvor, hatte ich nicht mehr als 48 Flaschen angebracht.“

Kampf dem „grauen Markt“!

Als selbst kaufen Sie bei uns die

1/1 Fl. Chantré für nur 7,75

... DM 2,-- unter dem bisher üblichen Ladenpreis!

Eine weitere Preis-Sensation!

Schwarzer Johannisboersüßmost 1,55

... und auf alles 3 Prozent Rabatt!

Erwin Thieshahn

VERBOTEN

Publikum vor der Zeit

wurde dem Godesberger Händler Vonhoff der billige Verkauf von Chantré. Er bekam die einstweilige Verfügung am 7. Juli aus Wiesbaden. Zur gleichen Zeit prüften die Kontrolleure von Chantré im ganzen Ruhrgebiet den Verkaufspreis für Weinbrand ihrer Firma. Sie fanden 72 Preisbrecher, denen sie mit dem Richter drohten. Alle Händler erhöhten sofort wieder den Preis.

- 6.Q. 566/61 -

Beschluß.

In Sachen

der Firma Peter ECKES Weinbrennerei, Generalvertrieb der Chantré-Erzeugnisse, Nieder-Olm bei Mainz, -vertreten durch ihre Gesellschafter, die Herren Peter und Ludwig Eckes-

Antragstellerin,

- Prozeßvollmächtigte: RAe.Gaedertz und Henn, Wiesbaden- gegen

die Firma Feinkost VONHOFF, Inh.: Josef Vonhoff, Vonhoff, Bad Godesberg, Hans-Böckler-Allee 19, 19,

Antragsgegnerin,

wird der Antragsgegnerin im Wege der einstweiligen Verfügung wegen Dringlichkeit ohne mündliche Verhandlung durch den Vorsitzenden nach den §§ 940, 944 ZPO, 25 UWG i.V. mit den §§ 1 UWG, 823, 826 BGB bei Weidung höchstzulässiger Geld- oder Haftstrafen verboten:

1. in ihrem Hauptgeschäft und in ihren Filialen die Erzeugnisse der Antragstellerin zu anderen als den gebundenen Preisen, insbesondere die 1/1 Flasche "Chantré" zum Preis von 7,75 DM statt 9,75 DM an Endverbraucher zu verkaufen,
2. das Erzeugnis "Chantré" Endverbrauchern unter dem vorgeschriebenen Endverbraucherpreis durch Zeitungsinserte oder in anderer Weise anzukündigen.

Die Kosten des Verfahrens trägt die Antragsgegnerin.

Anspruch Dringlichkeit sind glaubhaft gemacht durch Verpflichtungserklärung B 28036 der Antragstellerin vom 29.9.58 i.V. mit einem Abnahmevertrag der Antragsgegnerin in der "Sonner Kundenzeitung" vom 30.6.1961, worin die Antragsgegnerin 1 Flasche "Chantré" für DM 7,75, also unter dem gebundenen Preis im Einzelhandel angeboten hat.

Wiesbaden, den 5. Juli 1961
L a n d s r i c h t
Kammer für Handelssachen
Der Vorsitzende:

Prof. Dr. J. J. J.
Landgericht