

Sölter, Arno

**Article — Digitized Version**

## Die Nachfragemacht in der Praxis

Wirtschaftsdienst

*Suggested Citation:* Sölter, Arno (1962) : Die Nachfragemacht in der Praxis, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Verlag Weltarchiv, Hamburg, Vol. 42, Iss. 4, pp. 153-160

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/133205>

**Standard-Nutzungsbedingungen:**

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

**Terms of use:**

*Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.*

*You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.*

*If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.*

## NACHFRAGEMACHT UND WETTBEWERBSORDNUNG

*Angebot und Nachfrage sind die Komponenten des Marktes. Ihre Stellung ändert sich mit dem Ablauf der Konjunkturdynamik. Laut dem Gesetz der Marktwirtschaft ist es ein legitimes Recht beider Marktpartner, ihre Marktstellung zu verbessern. Der Versuch, der Machtballung auf der Angebotsseite ähnliche Ballungen auf der Nachfrageseite gegenüberzustellen, ist alt und findet bereits in der klassischen Kartellauseinandersetzung seinen Niederschlag. Die Diskussion darüber hat einen neuen Auftrieb erhalten durch die Vergrößerung des Wirtschaftsraumes, die zur Konzentration drängt, und durch die Herausbildung von Einkaufsringen und Kettenläden im Einzelhandel. Es wäre aber falsch, die Behandlung der Problematik auf diese Sonderfälle einzuschränken. Genauso, wie es auf der Angebotsseite mißbräuchliche Überschreitungen dieses an sich legitimen Rechts gibt, werden solche Auswüchse mit der Stärkung der Nachfragemacht auch dort zunehmen. Ob sie Kartelltatbestände berühren, muß dahingestellt bleiben. Offen bleibt auch, ob das zum Schutz des Verbrauchers notwendig ist, weil ja die Preiskonkzessionen nicht unmittelbar an den Endverbraucher weitergegeben werden. Wie viele wirtschaftspolitische Fragen, so wird auch diese Frage übermäßig dramatisiert. Die vorangegangene Diskussion und die beiden folgenden Abhandlungen versuchen, einen Beitrag zur Klärung des Problems zu geben.*

### Die Nachfragemacht in der Praxis

Arno Sölter, Köln <sup>1)</sup>

Anläßlich der Behandlung eines Gebietskartelles der britischen Konsumgenossenschaften vor dem Londoner Kartellgericht im Oktober 1960 hatte der Geschäftsführer des parlamentarischen Ausschusses der Zentralgenossenschaft in der Genossenschaftszeitung gedroht, daß jedes Mitglied, das sich der Regierung als Zeuge vor dem Kartellgericht zur Verfügung stellt, als „Verräter an der Genossenschaftsbewegung“ betrachtet werden würde. <sup>2)</sup> Nur mit Mühe konnte ein Verfahren wegen „Contempt of Court“ verhindert werden. Die Arbeitsgemeinschaft Freiwilliger Gruppen des Lebensmittelhandels der Bundesrepublik Deutschland hatte es im April 1960 abgelehnt, dem Bundeskartellamt auf eine formlose Anfrage bezüglich ihrer Praktiken Bericht zu erstatten <sup>3)</sup> — ein gegenüber den deutschen Kartellbehörden bisher wohl einmaliger Fall. Als diese Kettenorganisation ihre Meinung geändert und dem Bundeskartellamt doch berichtet hatte und daraufhin die Behörde die Ansicht vertrat, daß zumindest die Gebietsabsprachen der Kettengroßhändler eine verbotene Kartellabsprache darstellen und daß demnach ein Antrag

nach § 5 des Kartellgesetzes zu stellen sei, äußerte ein maßgeblicher Vertreter der Ketten: „Wir sind bereit, notfalls auf die Straße zu gehen“ <sup>4)</sup> (d. h.: wenn man die Ketten als „Kartell“ behandeln sollte. Der Verf.).

Diese Beispiele beleuchten die überaus schwierige geistige Situation der verschiedenartigen, zumeist im Bereich des „Mittelstandes“ entstandenen Organisationen im Hinblick darauf, daß sie nunmehr als Träger von „Nachfragemacht“ bezeichnet werden. Ihre z. T. überaus empfindliche Reaktion auf die Behandlung dieses Themas ist daher nur zu verständlich. Sie waren ausgezogen, zur Erhaltung ihrer Selbstständigkeit und Konkurrenzfähigkeit „Auftragskonzentration“ (Zusammenfassung der an die Industrie zu vergebenden Aufträge) zu betreiben, um damit für ihre Mitglieder günstigere Preise und Geschäftsbedingungen im Einkauf auszuhandeln. Als einst schwächste Glieder im Konzert der Marktkräfte wollen sie es aber heute nicht wahrhaben, daß die Summe vieler „Kleiner“ schließlich ein „Groß“ und die Summe vieler „Schwacher“ schließlich ein „Stark“ ausmachen kann.

<sup>1)</sup> Der Verfasser hat seine wesentlichen Überlegungen zum Problem der Nachfragemacht in seiner Schrift: „Nachfragemacht und Wettbewerbsordnung“ (Düsseldorf 1960) und in der anschließenden Abhandlung „Nachfragemacht und Gegengewichtsprinzip“, in: Der Markenartikel, 1961, S. 377 ff. niedergelegt. In diesem Aufsatz sollen vor allem praktische Beispiele für den Einfluß der Nachfragemacht des Handels auf die Industrie vermittelt werden.

<sup>2)</sup> „Nachfragemacht auch in England“, in: Industriekurier, Nr. 203, 20. Oktober 1960.

<sup>3)</sup> „Ketten antworten zunächst nicht“, in: Handelsblatt, Nr. 78, 25. April 1960.

<sup>4)</sup> Frankfurter Allgemeine Zeitung Nr. 53 vom 3. März 1961. Inzwischen ist das Ermittlungsverfahren eingestellt worden, ohne daß — entgegen der sonst üblichen Praxis des Bundeskartellamtes — Außenstehenden der Wortlaut des Einstellungsbeschlusses zugänglich gemacht wurde. Nur eine knappe Pressenotiz wurde vom Amt herausgegeben (z. B. Deutsche Zeitung vom 13. 2. 1962), die noch dazu von einem maßgeblichen Vertreter des Bundeskartellamtes als in einzelnen Punkten unrichtig bezeichnet wurde.

Die verschiedenartigsten Nachfragezusammenschlüsse des Handels haben in der Tat — besonders in den vergangenen Jahren — derart an Umfang und Einfluß zugenommen und sich auf so viele Gebiete ausgedehnt, daß sie sich zu einem gewichtigen Problem der industriepolitischen, aber auch der wirtschaftspolitischen und auch wirtschaftswissenschaftlichen Betrachtung entwickelt haben. Die Paradoxie der Entwicklung liegt in erster Linie darin, daß industrielle Anbieterzusammenschlüsse — selbst die allerlosesten Formen der Kooperation — durch das Kartellgesetz und seine Handhabung immer mehr erschwert oder gar unmöglich gemacht werden, während auf der anderen Seite der Handel und seine Vertretungen den Trend zur Kooperation unbehindert vom Kartellverbot intensiv fördern können. So richtete der Präsident der Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels in der Delegiertenversammlung dieses Wirtschaftszweiges am 25./26. Oktober 1960 zum wiederholten Male die nachdrückliche Aufforderung an den gesamten Einzelhandel, sich zum gemeinsamen Einkauf zusammenzuschließen und die Konzentration „mit einer machtvollen und leistungsstarken Gegenkonzentration zu beantworten. ... Nur wenn Sie so handeln, werden Sie sich in Zukunft im Konkurrenzkampf behaupten.“

#### DIE AUSWIRKUNGEN AUF DIE INDUSTRIE

Die Zusammenballung von Nachfragemacht im Handel (einschließlich der „konzentrierten“ Formen der Handelszusammenschlüsse) konnte nicht ohne Auswirkung auf die vorgelagerte Industrie, insbesondere auf die mittelständische Industrie, bleiben. Infolge ihrer Zersplitterung auf Grund des Kartellverbotes ist sie dem vollen Druck der Nachfragekonzentration ausgesetzt; sie ist also nicht in der Lage, eine wirksame Gegenmacht gegen den Nachfragedruck der großen „Handelsimperien“ (Herbert Groß) zu bilden. Dabei ist zu berücksichtigen, daß entgegen der landläufigen Meinung die deutsche Industrie vorwiegend mittelständisch strukturiert ist. Von ca. 90 000 Industriebetrieben haben 93 % weniger als 200 und 86 % weniger als 100 Beschäftigte. Trotz unverkennbarer Vorteile, die die neue Absatzstruktur auch für die Industrie bietet (Großaufträge und langfristige Dispositionsmöglichkeiten), wird daher die Zusammenschlußbewegung des Handels wegen ihres zunehmenden Marktgewichtes einerseits und wegen der Zersplitterung der Industrie andererseits von dieser mit wachsender Besorgnis betrachtet. Die Lage ist naturgemäß in den einzelnen Industriezweigen sehr unterschiedlich. Immerhin läßt die Entwicklung der letzten Jahre die Schlußfolgerung zu, daß auch viele der seither weniger betroffenen Bereiche der Konsumgüterindustrie sich bald einer ähnlichen Problematik gegenübergestellt sehen werden, in der sich andere Zweige schon seit einigen Jahren befinden.

Über das rein auf den Umsatz bezogene Ausmaß der Auftragskonzentration laufen umfangreiche Untersuchungen. Die nachfolgenden Angaben bieten jedoch

schon wesentliche Anhaltspunkte. In einer Aufsatzserie in der „Textil-Zeitung“ (Nr. 148/1961, 153/1961 und 4/1962) schildert Dr. Weinwurm-Wenkhoff, Geschäftsführer der Internationalen Vereinigung der Textileinkaufsverbände, die Entwicklung und strukturelle Wandlung bei den Einkaufsverbänden im Textil- und Lebensmittelbereich, wo die Kooperation am stärksten Eingang gefunden hat.

#### Gliederung des Gesamteinzelhandelsumsatzes im Nahrungsmittel- und Textilsektor 1959 (in %)

Position	Nahrungs- u. Genußmittel	Textilien
<b>A. Konzentrationssektor</b>		
1. Warenhauskonzerne einschl. Tochtergesellschaften	2,1	20,0
2. Filialbetriebe	12,8	6,5 <sup>1)</sup>
3. Konsumgenossenschaften	9,6	1,0
4. Versandgeschäfte	3,0 <sup>1)</sup>	10,0
	<u>27,5</u>	<u>37,5</u>
<b>B. Kooperationssektor</b>		
1. Einzelhändler von Einkaufsverbänden	27,5	26,5
2. Einzelhändler von freiwilligen Ketten	35,0—40,0	—, —
	<u>62,5—67,5</u>	<u>—, —</u>
<b>C. Nicht kooperierender Einzelhandel</b>		
	5,0—10,0	36,0
	<u>100,0</u>	<u>100,0</u>

<sup>1)</sup> Schätzung ohne genaue Unterlagen.

Danach sind nur noch 5 %—10 % der Einzelhandelsunternehmen des Lebensmittelbereichs und 36 % des Textilbereichs nicht in Konzentrations- oder Kooperationsformen zusammengeschlossen. Andererseits stehen auf industrieller Seite, z. B. im Lebensmittelbereich, den wenigen „Einkaufsblöcken“ des Handels 12 500 ganz überwiegend mittelständische und infolge des Kartellverbots atomisierte industrielle Unternehmen als Anbieter gegenüber!

Diesen beiden — sicherlich extremen — Beispielen sei angefügt, daß nach einer Befragung durch die Einzelhandelsorganisation<sup>5)</sup> schon im Jahre 1959 76 % des Schuhwareneinzelhandels und 45 % des Uhren-, Gold- und Silberwaren-, Galanterie- und Lederwaren- sowie des Papier- und Schreibwareneinzelhandels einer Einkaufsvereinigung angehörten. Nach der gleichen Umfrage waren „nach vorsichtigen Schätzungen“ etwas mehr als die Hälfte des gesamten Einzelhandels auf der Einkaufsseite zusammengeschlossen. Die Zusammenschlußtendenz hat sich seitdem stürmisch fortgesetzt, so daß die Prozentsätze heute wesentlich höher liegen dürften.

#### DIE „LATENTE“ MACHT

In neuerer Zeit haben sich zwei fachliche Gruppen der Industrie zum Problem der Nachfragemacht des Handels geäußert. Aus Kreisen der europäischen Kleiderindustrie verläutet, daß „die einstufigen Kleiderfabriken aller Größenklassen früher oder später, z. T. heute schon, von der Gefahr bedroht sind, in die wirtschaftliche Abhängigkeit einer immer kleiner werdenden Zahl großer Abnehmer zu geraten.“<sup>6)</sup> Im Ge-

<sup>5)</sup> Handelsblatt, Handelsbeilage Nr. 12/1959.

<sup>6)</sup> Aus: Textil-Zeitung, Nr. 138 vom 17. 11. 1961.

schäftsbericht des Deutschen Brauerbundes 1959/61 (S. 20/21) wird auf die „Zusammenballung von Nachfragemacht“ hingewiesen, die „eine besorgniserregende Entwicklung... insbesondere für die mittelständische Industrie infolge ihrer durch das Kartellverbot bedingten Zersplitterung“ darstellt. Derartige Verlautbarungen aus Industriekreisen sind höchst selten; ihre geringe Zahl steht jedoch in keinem Verhältnis zur tatsächlichen Lage. Als ein schwerwiegendes industrielles Handikap in der fachlichen und öffentlichen Diskussion dieses Themas ist nämlich der Umstand anzusehen, daß nicht nur Unternehmen, sondern auch deren Verbände aus geschäftlichen Gründen Bedenken haben müssen, über die der Industrie erwachsenden Beeinträchtigungen nach außen hin auch nur Andeutungen zu machen, geschweige denn, sie im einzelnen darzulegen.

Die Tatsache, daß die Nachfrageseite im Käufermarkt <sup>7)</sup> (und dieser lag in den letzten Jahren im Konsumgüterbereich überwiegend vor und stellt auch gewiß den wirtschaftspolitischen Idealfall dar) am längeren Hebelarm sitzt, wird zudem von den Nachfragezusammenschlüssen genutzt, um in industriellen Fachbereichen aufkommenden Diskussionen über das Thema „Nachfragemacht“ Einhalt zu gebieten. Diese „latente“ Macht der Nachfragezusammenschlüsse sei an folgendem Beispiel beleuchtet. Eine marktstarke Nachfrageorganisation hatte anlässlich von Presseberichten über die Diskussion dieses Themas folgendes Schreiben an die Lieferanten gerichtet <sup>8)</sup>:

„Wir wenden uns heute an die mit uns — teilweise seit vielen Jahrzehnten, d. h. seit Bestehen unserer Organisation — in Verbindung stehenden Vertragsfirmen mit der Bitte, uns Ihre Stellungnahme zu den Äußerungen (über die Nachfragemacht. Der Verf.) zukommen zu lassen. Wir haben bisher nicht nur die Auffassung vertreten, daß wir ein geachteter Wirtschaftspartner der Industrie sind, sondern glaubten auch mit einer gewissen Befriedigung feststellen zu dürfen, daß unsere Vertragsfirmen zu uns und wir umgekehrt zu ihnen in Geschäftsbeziehungen stehen, welche bezüglich des gegenseitigen Vertrauens und des beinahe freundschaftlichen Charakters weit über das Übliche hinausgehen und vor allen Dingen von einer 100%igen Verantwortung gegenüber dem Partner getragen sind.

Sie werden sicherlich Verständnis dafür haben, daß wir unter besagten Aspekten Wert darauf legen, von Ihnen ein kurzes Wort (zu den gefallenen Äußerungen) zu erhalten.

Wir hoffen, keine Fehlbitte getan zu haben, und sind Ihnen im voraus für Ihre Rückäußerung verbunden.“

<sup>7)</sup> Die Abstellung der Behandlung des Problems der Nachfragemacht auf die Käufermarktsituation ist dem Verfasser verschiedentlich zum Vorwurf gemacht worden (z. B. Karl B r a n d t, Zeitschrift für das gesamte Handelsrecht und Wirtschaftsrecht, 1961, S. 58 ff.). Es erscheint jedoch theoretisch einseitig und wirklichkeitsfremd, gegebene Verhältnisse ignorieren zu wollen, nur weil sie nicht in das überkommene theoretische Modellbild passen. Zudem übersehen diese Kritiker, daß bei ausgesprochener Verkäufermarktsituation sich der Staat in stärkstem Ausmaße der Abnehmer der Industrie annimmt und sie vor „Ausbeutung“ durch die Anbieter zu schützen pflegt (Preis- und Bewirtschaftungsvorschriften).

<sup>8)</sup> Der Leser möge Verständnis dafür haben, daß Namen und Sachverhalte in diesem und den späteren Briefzitierten entfallen müssen. Etwa sich betroffen fühlenden Organisationen sei erklärt, daß Übereinstimmungen mit tatsächlichen Vorgängen rein zufällig sind.

Daraufhin gingen selbstverständlich zahlreiche Schreiben von besorgten Lieferanten bei der betreffenden Organisation ein, die die gewünschte Bestätigung gaben. Es ist allerdings ebenso selbstverständlich, daß diese Bestätigungsschreiben keinerlei ernsthaften Aufschluß darüber geben konnten, ob auf der Abnehmerseite tatsächlich Macht vorliegt oder nicht. Eine amtliche Stelle, der diese „Bestätigungsschreiben“ von dem betreffenden Nachfragezusammenschluß als Beweis für die nicht vorhandene Nachfragemacht zugeleitet wurden, hat daher auch keinen Anlaß genommen, den Unterlagen irgendeinen Wert beizumessen.

#### DIE PROBLEMATIK DES MARKTANTEILES

Der Präsident des Bundeskartellamtes, Dr. Günther, hat verschiedentlich geäußert, daß seiner Ansicht nach das Problem Nachfragemacht von industrieller Seite „überbetont“ werde. Solange keine genauen Untersuchungen über das wirkliche Verhältnis von Auftragsbündelungen und Nachfragemacht vorlägen, lehne er es ab, Folgerungen zu ziehen. Hier gelangen wir an den Kern der Problematik der Nachfragemacht und seiner etwaigen wirtschaftspolitischen Wertung. Lange Erfahrungen haben den industriellen Anbietern gezeigt, daß bei Käufermarktsituation der „Marktanteil“ einzelner Nachfragezusammenschlüsse kaum einen Aussagewert über den „Grad“ ihrer Marktmacht darstellt, jedenfalls keinerlei Vergleich mit den Marktanteilen und ihrem Gewicht auf der Anbieterseite zuläßt. Schon Sätze von 10, 15 oder 20% einer Auftragsbündelung können einen erheblichen Machtfaktor darstellen. Der Grund liegt darin, daß die Nachfragemacht im Käufermarkt ungleich wirksamer ist als die entsprechende „prozentuale“ Anbietermacht. Da der Verfasser sich zu diesem Sachverhalt in seinen früheren Veröffentlichungen bereits geäußert hat, sei hier nur stichwortartig angeführt: bei einer Bezugsbündelung gibt es dem Prinzip nach im Käufermarkt kaum Konkurrenz und keine „Außenseiter“; jeder Nachfrager nimmt gern die Gelegenheit wahr, durch Inanspruchnahme einer Einkaufsorganisation preiswerter einzukaufen. Daß auf der Angebotsseite der Nachfrager heftiger Wettbewerb vorliegt, steht dieser Tatsache nicht entgegen. Je heftiger dieser Wettbewerb ist, desto mehr geht er sogar unter Führung des oder der „Nachfragepreisführer“ zu Lasten der Anbieter!

Bei den industriellen Anbietern ist dagegen bei jeder Art der kollektiven Beeinflussung des Angebots mit Außenseitern, latentem Wettbewerb der Mitglieder, Substitutionswettbewerb und dem „totalen Wettbewerb“ um die Gesamtkaufkraft zu rechnen. So sind Syndikate — die analoge Form zur Auftragskonzentration — nur in sehr wenigen industriellen Branchen denkbar und üblich gewesen.

In der folgenden Darstellung hat sich der Verfasser, wie eingangs bemerkt, nicht zum Ziele gesetzt, den Vergleich zwischen Angebots- und Nachfragemacht theoretisch weiter zu vertiefen, sondern es soll ledig-

lich seine These, daß durch Nachfragezusammenschlüsse angesichts des Verbotes der Angebotszusammenschlüsse ein ungebührlicher und weder volkswirtschaftlich noch rechtspolitisch vertretbarer Druck auf die zersplitterten Anbieter ausgeübt wird, durch praktische Beispiele erhärtet werden.<sup>9)</sup>

Ein marktstarker Einkaufszusammenschluß nimmt z. B. mit folgendem Schreiben eine „Streichung“ der bisher allgemein von den Anbietern berechneten Verpackungskosten vor:

„Wir möchten Sie mit dem heutigen Schreiben bitten, auf die Inrechnungstellung der Verpackungskosten zu verzichten. Da es sich in Anbetracht der jeweiligen Lieferwerte nur um geringfügige Beträge handelt, wird es Ihnen sicherlich nicht schwerfallen, darauf zu verzichten. Wir hoffen, daß sie für unseren Vorschlag Verständnis haben und daß sie mit uns der Auffassung sind, daß Ihr Einverständnis zu unserem Vorschlag unserer guten Verbindung nur förderlich ist.“

Was soll der einzelne machtlose Anbieter in solchen Fällen tun? Gewiß stellen Verpackungskosten in der Regel einen geringfügigen Posten dar; jedoch viele „Wenig“ machen ein „Viel“! In diesem Falle bedeutete der Verzicht auf die Verpackungskosten eine weitere Einbuße in der durch den geballten Nachfragedruck schon stark beschnittenen Nutzenspanne der Hersteller.

Nachfragezusammenschlüsse können nicht nur auf Preise und Konditionen, sondern auf die Sortiments- und Produktionspolitik der Hersteller einen nachhaltigen Einfluß ausüben. Hier ein Beispiel (Schreiben eines Lieferanten):

„Nachfragezusammenschlüsse üben dadurch einen besonderen Druck auf die Lieferanten aus, daß sie nur solche Artikel von den Vertragswerken kaufen, die sich schnell umschlagen lassen. Die Kalkulation der Hersteller ist aber auf das ganze Sortiment abgestellt, aus dem sich die Einkaufsblöcke die umsatzstarken Artikel herausuchen. Die Werke haben es andererseits schwer, ihr eigenes Sortiment unmittelbar bei den Mitgliedern der Einkaufszusammenschlüsse zu verkaufen, weil diese wiederum verpflichtet sind, vom Lager der Zentrale zu beziehen.“

Bezeichnend für die weitgehenden Einflußmöglichkeiten der Nachfragezusammenschlüsse auf die Geschäftspolitik der Hersteller ist auch folgendes Schreiben:

„Bekanntlich treten die Bestimmungen des neuen Lebensmittelgesetzes zum geringen Teil am 1. Juli 1960 und zum überwiegenden Teil am 23. Dezember 1960 in Kraft. Soweit an diesen Terminen noch X-Erzeugnisse im Handelsverkehr sind, die den neuen Kennzeichnungs- und

Beschaffenheitsbestimmungen nicht entsprechen, haben sie die Verkehrsfähigkeit verloren und dürfen dann weder von uns noch von unseren Einzelhändlern verkauft werden. Beim Einzelhandel liegen manchmal Waren recht lange, bis sie an den Verbraucher abgesetzt werden. Wir müssen daher vorsorglich alles tun, um zu vermeiden, daß an den genannten Stichtagen noch Waren unzulässiger Beschaffenheit und/oder ungültiger Kennzeichnung in unseren Geschäften sind. Den Einzelhändlern könnten sonst Unannehmlichkeiten und vielleicht sogar Strafen erwachsen, deren Folgen letztlich auf uns und auf Sie zurückfallen. Wir rechnen daher mit Ihrem Verständnis, wenn wir Sie hiermit dazu verpflichten, uns vom 1. April 1960 ab nur noch solche Waren und Pakungen zu liefern, die in bezug auf Beschaffenheit und Kennzeichnung dem neuen Lebensmittelrecht in jeder Hinsicht entsprechen.

Soweit diese Voraussetzungen unserer künftigen Aufträge an Sie nicht erfüllt sind, gehen alle Folgen zu Ihren Lasten, die sich im Hinblick auf das oben Gesagte später etwa ergeben.“

Damit nimmt also die Nachfrageorganisation drei Viertel der gesetzlichen Übergangsfrist<sup>10)</sup> für sich in Anspruch, während der Industrie nur ein Viertel zugestanden wird; dies, obwohl die Umstellungsprobleme und -kosten in diesem Falle bei der Industrie unverhältnismäßig höher lagen als beim Handel.

Industriekartellen wird bekanntlich vorgeworfen, sie tendierten dahin, unproduktive Grenzbetriebe am Leben zu erhalten. Daß diese Annahme seit jeher aus hier nicht zu erörternden Gründen nur in Ausnahmefällen zutrifft, weiß jeder Kartellpraktiker. Im Einkauf der Nachfragezusammenschlüsse kommt aber „automatisch“ jeder der angeschlossenen Betriebe ohne Rücksicht auf seine Abnahmeleistung in den Genuß der „Machtrabatte“.

„Die Einkaufsringe beschränken sich im allgemeinen darauf, den Gesamtbedarf der ihnen angeschlossenen Firmen zu einem dieser Menge entsprechenden günstigen Preis mit der Maßgabe abzuschließen, daß die Lieferung der sehr viel kleineren Einzelmengen an die zum Teil nur unbedeutenden Anschlussfirmen der Ringe zu den Abschlußpreisen erfolgen muß. Durch die Bedarfszusammenballungen haben die Ringe Bedingungen durchsetzen können, die alle anderen gleichartigen Abnehmer um X % bei gleicher Leistung schlechter stellen. Das gleiche gilt für verschiedene sonstige Großabnehmer. Durch das System der Ausmusterung und zentralen Bestellung erhalten die angeschlossenen Häuser auch bei kleinsten Einzelbestellungen günstigere Bedingungen als jeder andere noch so bedeutende Händler.“

Die Nachfragezusammenschlüsse bewirken also ein „Überspielen der bekannten Grenzbetriebsproblematik, wobei die Kalkulation der industriellen Anbieter den „Ausgleich“ schaffen muß. Hier wird also ein Kartell gehandhabt, das weit über die wettbewerbbeschränkende Bedeutung des Gesamtumsatzrabatt-Kartells von Anbietern hinausgeht, dabei aber völlig frei vom Kartellgesetz wirkt!

Alle diese Beispiele sollen selbstverständlich keinerlei Wertung der betreffenden Praktiken bedeuten. Es sollte nur die Wirklichkeit beschrieben werden. Durch

<sup>9)</sup> Wenn Burkhardt R ö p e r (Wirtschaftsdienst, 1961, S. 288) meint, der Vergleich des Verfassers zwischen Angebots- und Nachfragemacht sei „einseitig verzerrt und überspitzt“ und damit hätte er seine Argumentation „selbst diskreditiert“, so zeigt das, daß Röper weder ausreichende Tatsachenforschung noch theoretische Überlegungen in dieser Frage angestellt hat. Auch Karl Brandt (vgl. Fußnote <sup>8)</sup>) meint, der Verfasser hätte das die moderne Preistheorie begründende Werk von Cournot „völlig übersehen“ (S. 60). Dem ist entgegenzuhalten, daß der Verfasser sehr wohl auf S. 37 seiner Schrift „Nachfragemacht und Wettbewerbsordnung“ Cournot und ganz allgemein die Behandlung der Nachfrageseite durch die konventionelle Monopoltheorie erörtert hat, daß er aber zu dem Ergebnis kam, daß bisher in der gesamten Wirtschaftswissenschaft (Galbraith ausgenommen) die wirkliche Wirkung der Nachfragemacht in der Käufermarktsituation noch nicht sachgerecht gewürdigt worden ist.

<sup>10)</sup> Das Gesetz wurde am 19. Dezember 1959 verkündet.

eine Gegengewichts-Kooperation der Anbieter wäre es vielfach möglich, übermäßigen Forderungen der Nachfragezusammenschlüsse und sonstigen Formen von Marktmacht auf der Nachfrageseite zu begegnen. Dem stehen aber das Kartellgesetz und seine restriktive Handhabung sowie das lange und kostspielige Verfahren vor den Kartellbehörden nahezu prohibitiv entgegen — wenn es überhaupt zu einem Kartellantrag kommt! Hierzu wiederum ein Beispiel: Die einzelnen Unternehmen einer vorwiegend mittelständisch strukturierten industriellen Branche, die ein Rabattkartell als Gegengewicht gegen ständig höhere Rabattforderungen anzumelden beabsichtigten, erhielten folgenden Einschreibebrief von einem starken Nachfrageblock:

„Wir haben erfahren, daß sich eine Reihe von Unternehmen der X-Industrie zu einer Konvention zusammengeschlossen hat und beabsichtigt, ein X-Kartell beim Bundeskartellamt anzumelden. Da sich bisher die Geschäftsbeziehungen mit unseren Lieferfirmen immer reibungslos abgewickelt haben, können wir die Notwendigkeit der Anmeldung eines solchen Kartells nicht recht einsehen. Als Kartellträger kommen Verbände nicht in Frage. Daher kann jede einzelne Firma selbst darüber entscheiden, ob sie dem Kartell beitreten will oder nicht. Es bleibt also Ihrer persönlichen Entscheidungsfreiheit überlassen, ob Sie sich an einem solchen Kartell beteiligen oder nicht. Wir wären Ihnen sehr verbunden, wenn Sie uns Ihre Stellungnahme hierzu baldmöglichst mitteilen würden.“

Man wird verstehen können, daß dieses Schreiben die Weiterverfolgung des Projektes der Anbieter zu hemmen geeignet war. Auf diese Situation ist es denn auch zurückzuführen, daß sich Herstellerverbände vielfach scheuen, Konditionen- oder Rabattkartelle beim Bundeskartellamt anzumelden, obwohl sie die gebotenen Gegengewichts- und Ausgleichsinstrumente zwischen Angebots- und Nachfrageseite wären. Man fürchtet die unersprießlichen Auseinandersetzungen mit der Nachfrageseite und die starken Zugeständnisse, die schon vor Antragstellung zur Erreichung des Einverständnisses der Abnehmer gemacht werden müssen, geschweige denn die späteren Einbußen, die von Amts wegen zugunsten des Anhörberechtigten erfolgen.

Bei dieser Sachlage ist die Verwunderung des mit den tatsächlichen Marktverhältnissen Vertrauten verständlich, wenn Hans-Ulrich Fack in einem Vortrag<sup>11)</sup> über die Wettbewerbspolitik erklärte, Macht sei kein Phantom, sondern reale Wirklichkeit, und als Beispiel die in einem (industriellen) Konditionenkartell getroffene Verminderung des Zahlungszieles von 90 auf 30 Tage nannte. Es handelt sich nach Auffassung Facks hier um eine Machtverschiebung zu Lasten der Abnehmer. In Wirklichkeit wurden in diesem Fall durch das Kartell die durch den scharfen Wettbewerb unter den Anbietern und durch den Nachfragedruck verwilderten Zahlungsbedingungen wieder auf eine gerechte Größenordnung zurückgeführt! Die wenigen vom Bundeskartellamt zugelassenen Konditionen- und Rabattkar-

telle sind aber — wie auch die vorstehenden Ausführungen zeigen — nur ein erster schwacher Ansatz für eine wirksame und gerechte Gegengewichtspolitik in unserer Marktwirtschaft.<sup>12)</sup>

Auf einen besonderen Umstand muß hinsichtlich der Marktbeziehungen und des Machtvergleichs zwischen Industrie einerseits sowie Einzel- und Großhandel und auch Handwerk andererseits hingewiesen werden. In letzteren Fällen handelt es sich um Wirtschaftszweige, die sich nach ihrer Absatzseite hin auf lokalen oder allenfalls regionalen Märkten betätigen, wohingegen die Industrie in der Regel räumlich unbegrenzt konkurriert und daher auch dem Wettbewerb des EWG-Raumes und darüber hinaus des gesamten Weltmarktes ausgesetzt ist. Wenn nun die Industrie auf weltweiter Ebene in einem verschärften Wettbewerb steht und der Handel sich auf der anderen Seite — wie das in zunehmendem Maße geschieht — sogar international zu Einkaufsblöcken zusammenschließt, so muß das verhängnisvollste Folgen für die Industrie haben, weil sie wegen des Kartellverbots nicht in der Lage ist, größere Wettbewerbseinheiten zu bilden, um den Erfordernissen der Produktivitätssteigerung und Fortschrittsförderung zu dienen und damit wettbewerbsfähig oder gar lebensfähig zu bleiben.<sup>13)</sup>

#### DAS ARGUMENT DER FEHLENDEN BEZUGSVERPFLICHTUNG

Als maßgebliches Argument gegen die mit dem Stichwort „Nachfragemacht“ verknüpften Argumente wird immer wieder vorgebracht, daß die Mitglieder der Einkaufszusammenschlüsse im Einkauf „vollkommen frei“ seien.<sup>14)</sup> Zunächst sei hierzu gesagt, daß es in der Praxis vielfach anders aussieht oder ausgesehen hat. Oft vereinbart die Zentrale eines Nachfragezusammenschlusses mit einem oder mehreren Herstellern, daß sie für die Umsätze mit den ihr angeschlossenen Firmen einige Prozente Umsatzbonus erhält. Die Zentrale „weist“ dafür ihre Mitglieder an, bei den betreffenden Herstellern zu beziehen. Weitere Leistungen erbringt die Zentrale den Herstellern gegenüber nicht. In anderen Fällen sind die an dem Nachfragezusammenschluß beteiligten Unternehmen auf Grund der Satzung oder auf Grund sonstiger Absprachen „gehalten“, bei den Vertragslieferanten der Zentrale zu beziehen. Ein weiteres Problem stellt die Meistbegünstigung dar, die besagt, daß alle Vorteile, die freien Abnehmern gewährt werden, automatisch

<sup>12)</sup> Aus Raumgründen kann hier nicht auf den Einwand eingegangen werden, der Druck auf die industriellen Anbieter sei volkswirtschaftlich zu begrüßen, weil der Konsument dadurch in den Genuß niedrigerer Preise gelangt. Es sei hierzu insbesondere auf die Ausführungen des Verfassers in: Markenartikel, 1961, S. 337 (360) verwiesen. Nur stichwortartig sei erwähnt, daß die Weitergabe von ausgehandelten Preisvorteilen an die Konsumenten dem System der Nachfragezusammenschlüsse keineswegs immanent ist und daß es ferner abwegig ist, in der langen Kette von der Produktion bis zum Konsum einem einzigen Wirtschaftszweig allein, nämlich dem Handel, das Recht zuzubilligen, dem Konsumenteninteresse zu dienen.

<sup>13)</sup> Vgl. hierzu den Verfasser in: Wirtschaftsdienst Nr. 6, 1961, S. 269.

<sup>14)</sup> Aus diesem Grunde greift auch der Verbotsparagraph des Kartellgesetzes für sie nicht Platz. — Auf das weite Gebiet der Wettbewerbsbeschränkungen der Nachfragezusammenschlüsse auf ihrer Angebotsseite sei hier nicht eingegangen.

<sup>11)</sup> 17. Arbeitstagung der Aktionsgemeinschaft Soziale Marktwirtschaft (Motto: „Was nun?“) am 30./31. Januar 1962 in Bad Godesberg.

auch den Nachfragezusammenschlüssen zugute kommen müssen. Schließlich sind Verpflichtungen der Fabrikanten, bestimmte Absatzwege zu meiden, nicht unbekannt.

Ein unmittelbarer oder mittelbarer Zwang zum Gemeinschaftsbezug ist aber keineswegs erforderlich, um eine „Additionstendenz“ von Bezügen auszulösen. Nachfolgend sei ein Beispiel für einen „Additionsverein“ genannt. Die wirtschaftliche Funktion dieser Institution besteht in nichts anderem als in der geschickten Zusammenfassung der Nachfrage bestimmter Abnehmergruppen, wodurch diese in den Genuß höherer Rabatte gelangen, weil einmal ein größeres Umsatzvolumen und damit eine höhere Rabattstufe erreicht wird und weil zum anderen durch die Nachfragezusammenballung ein starker Machteinfluß auf das Angebot ausgeübt werden kann. Schreiben eines Nachfragezusammenschlusses an Firma X:

„Wir bestätigen Ihnen, daß wir Sie in die Liste unserer Vertragslieferanten aufgenommen haben. Unsere angeschlossenen Mitglieder setzen wir davon in Kenntnis. Die Auftragserteilung erfolgt unmittelbar durch unsere Mitglieder, die den Besuch Ihres Vertreters erwarten. Für alle Umsätze, die Sie mit den uns angeschlossenen Firmen tätigen, erhalten wir einen Bonus von 2%. Ferner verpflichten Sie sich, unseren Mitgliedern Ihre jeweils günstigsten Preise in Rechnung zu stellen.“

Dies ist nur ein Beispiel von vielen. Es beweist, wie wirklichkeitsnah das „vereinfachte wirklichkeitsferne theoretische Modell“ (so lautete eine Kritik an den Thesen des Verfassers) der Auftragssammlung ist.<sup>15)</sup> Wie locker die Bindungen sein können, um Nachfragemacht entstehen lassen zu können, zeigt auch das Open Price-System (OPS) der Nachfrageseite, das eine eminente Bedeutung zur Praktizierung und Stärkung der Nachfragemacht erlangt hat. Lassen wir hier zu wiederum die Praxis sprechen.<sup>16)</sup>

„Die Einkaufsringe fordern in kürzeren Abständen die äußersten Verkaufspreise für X-Erzeugnisse bei unseren Firmen und teilen diese allen ihren Mitgliedern mit. Der Erfolg ist, daß bei einzelnen Mitgliedern auch nur diese schärfstens kalkulierten Preise zu erzielen sind. Es kommt laufend vor, daß ein Mitglied eines solchen Einkaufsrings am Tage vor einer solchen Preisinformation einen Kontrakt über X-Erzeugnisse abgeschlossen hatte und, als am folgenden Tag ihm der neue Preis bekannt wurde, darauf bestand, daß dieser niedrigere Preis des Einkaufsrings auch für ihn Gültigkeit haben müsse. Um einen Bruch mit dem Kunden zu vermeiden, muß der Lieferant notgedrungen in den besonders niedrigen Preis eintreten.“

Bei dieser Sachlage nimmt es nicht wunder, wenn von seiten der Nachfragezusammenschlüsse in den letzten Jahren vielfach das Argument vorgebracht wurde, durch weitgehende Dezentralisierung des Einkaufes der Mitglieder von Nachfrageblöcken sei die behauptete Nachfragemacht noch geringer,<sup>17)</sup> als sie

<sup>15)</sup> Folgende Gerichte haben sich bisher mit „Additionsvereinen“ befaßt: OLG Düsseldorf, WuW/E OLG 230; LG Hannover, WuW/E LG/AG 174.

<sup>16)</sup> Vgl. hierzu den Verfasser in: Der Markenartikel, 1961, S. 357.

<sup>17)</sup> Angesichts der ständigen Beteuerungen von Nachfragezusammenschlüssen in den letzten Jahren, die Einkaufskonzentration sei bei ihnen nur sehr gering, muß man fast den Eindruck gewinnen, daß sie die Auftragssammlung nur widerwillig betreiben und geradezu das Gesetz verleugnen, unter dem sie angetreten sind!

ohnehin schon sei, wenn man die Einkaufszusammenschlüsse im ganzen erfaßt. Die Wirklichkeit sieht (nach einer Fachzeitschrift des Handels) so aus:

„Wir haben uns bestätigen lassen, daß manche in den Ketten arbeitenden Großhandlungen bedeutenden Ausmaßes sich an gemeinsamen Einkäufen deshalb nicht beteiligen, weil sie als einzelnes Unternehmen die gleichen Bedingungen erreichen, wie sie durch zusammengefaßte Einkäufe mehrerer Großhändler erzielt werden.“ (Lebensmittel-Zeitung Nr. 12 vom 18. 3. 1960).

Auch das Beispiel des Nachfrage-OPS macht deutlich, daß die Wirksamkeit der Angebotsmacht mit der Nachfragemacht nicht entfernt verglichen werden kann. Selbst ein einen gesamten Industriezweig umfassendes Angebots-OPS läßt das wettbewerbliche Spannungsverhältnis der daran beteiligten Unternehmer grundsätzlich unberührt. Wenn aber selbst nur ein Teilzusammenschluß auf der Nachfrageseite die erzielbaren Preise bekanntgibt, ist es einem Anbieter in aller Regel nicht möglich, günstigere Preise durchzusetzen, denn jeder Nachfrager wird sich auf die erzielten Preise des Nachfragepreisführers berufen.

#### UNGLEICHES RECHT

Angesichts dieser Entwicklung in den Strukturverhältnissen auf der Nachfrageseite der Industrie ergibt sich die schwerwiegende Problematik, daß das Kartellgesetz in seiner derzeitigen Fassung gleiche wirtschaftliche Tatbestände völlig unterschiedlich behandelt: die Anbieterkartelle des industriellen Mittelstandes einerseits und die zahlreichen Ausnahmereiche, die marktbeherrschenden Unternehmen bzw. Oligopole und vor allem die Nachfragekonzentration andererseits. Infolge der ungleichen Behandlung wirtschaftlich gleicher Tatbestände hat aber der industrielle Mittelstand zwangsläufig ungleiche Startbedingungen und Chancen der Entwicklung, ja sogar des Überlebens! Im Zuge des Integrationsprozesses ist dabei besonders auf das Handikap gegenüber den ausländischen Industrien hinzuweisen, bei denen Zusammenschlüsse nicht nur geduldet, sondern sogar noch gefördert werden.

Bei diesem Sachverhalt muß man die Frage aufwerfen, ob der Gleichheitsgrundsatz des Artikel 3 GG hier gewahrt ist. Er verbietet dem Gesetzgeber, gleiche Tatbestände ungleich und ungleiche Tatbestände gleich zu behandeln. Die Rechtsstaatlichkeit erfordert aber nach Ansicht des Verfassers nicht nur die Beachtung des formalen Gleichheitsgrundsatzes, sondern auch die Verwirklichung der materiellen Gerechtigkeit. Diesem Grundsatz entspricht es, daß der Gesetzgeber allen Unternehmen gleiche Startbedingungen gewähren muß. Diese könnten durch „Zerschlagung“ der Nachfragezusammenschlüsse oder durch eine strenge Mißbrauchsaufsicht geschaffen werden. Der Verfasser ist aber der Ansicht, daß eine einschränkende Kartellaufsichtspraxis gegenüber Nachfragezusammenschlüssen bzw. überhaupt der „Nachfragemacht“ grundsätzlich weniger wünschenswert erscheint als der Weg der Stärkung der Angebotsseite. Denn nicht nur betriebswirtschaft-

liche<sup>18)</sup>, sondern auch volkswirtschaftliche und gesellschaftspolitische<sup>19)</sup> Gründe stehen dem entgegen. Ferner ist es jedem Kartellrechtler klar, daß gesetzliche Regelungen gegen die Nachfragemacht wegen der (zwangsläufigen) Unbestimmtheit der Rechtsbegriffe die Kompliziertheit kartellrechtlicher Verfahren noch um ein Vielfaches erhöhen müßte. Außerdem erscheint es dem Verfasser nicht schlüssig, auf der einen Seite den immer stärkeren Einfluß des Staates auf dem Gebiet der Wettbewerbspolitik für abwegig zu halten, diesen Einfluß auf der anderen Seite aber gegen andere Wirtschaftszweige zu fordern.

Vorzuziehen wäre m. E. daher der Weg der Stärkung der industriellen Angebotsseite. Allerdings würden dabei nicht nur starke politische Bedenken zu überwinden sein, sondern oft auch soziologische und psychologische Hemmnisse auf Seiten der industriellen Unternehmer selbst. Besonders in nicht kartellfähigen Branchen (heterogene Güter!) müßte oft erst das Verständnis für die Kooperation gefördert bzw. deren Notwendigkeit in der Unternehmerschaft eingesehen werden. Falls dies nicht gelingt, würden m. E. die industriellen Anbieter auf vielen Gebieten — wie der derzeitige Trend zeigt — an Stelle der horizontalen Kooperation und Koordination unter Branchengenossen mehr und mehr einzeln in die Abhängigkeit (Subordination) von Nachfrageblöcken geraten. Es ergibt sich nämlich aus der Eigenart der Nachfragemacht heraus die Tatsache, daß auch Hersteller heterogener Güter vielfach ihre bisherige wettbewerbliche Überlegenheit im horizontalen Wettbewerb angesichts des Phänomens des „Stufenwettbewerbs“ (kollektiver oder oligopolistischer Druck auf die Anbieter<sup>20)</sup> einbüßen. Auch hier müßte also das individuelle Wirken zugunsten der branchenmäßigen Gemeinschaftsarbeit eingeschränkt werden, um die weitgehende Dispositionsfreiheit bzw. auch Selbständigkeit der Anbieter durch wirksame Gegengewichte zu erhalten. Andernfalls hätte Nieschlag mit seiner rhetorisch vorgebrachten Anspielung auf die frühkapitalistische Ara recht.<sup>21)</sup> „Lebt der Händler als ‚industrieller Verleger‘, der Fabrikant als ‚Empfänger von Lohnaufträgen‘, der auf die technische Funktion des Herstellers beschränkt ist, wieder in großem Umfange auf? Wiederholt sich die Wirtschaftsgeschichte?“

#### MOGLICHKEITEN DER ANBIETER-KOOPERATION

Vielfältig sind die Möglichkeiten für industrielle Klein- und Mittelbetriebe, ihre Leistungskraft, Kapitalkraft und damit ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen<sup>22)</sup>

<sup>18)</sup> Viele der Nachfragezusammenschlüsse betreiben neben der Auftragskonzentration in hervorragendem Maße Betriebs- und Verkaufsrationalisierung.

<sup>19)</sup> Die Kooperation ist grundsätzlich der Konzentration vorzuziehen, die auch hier die Folge wäre, wenn die Möglichkeit der Kooperation unterbunden würde.

<sup>20)</sup> „Stufenwettbewerb“ ist selbstverständlich auch im umgekehrten Verhältnis denkbar. Vgl. hierzu den Verfasser in: Der Markenartikel, 1961, 361 ff.

<sup>21)</sup> Vgl. Der Volkswirt vom 16. 1. 1960.

<sup>22)</sup> Vgl. hierzu Referat des Verfassers über „Gruppenwettbewerb und Wettbewerbsordnung“ vor dem 15. Deutschen Betriebswirtschaftertag, am 18. Oktober 1961 in Berlin.

und dem kollektiven Druck der Nachfrage zu begegnen. Hier seien sie nur stichwortartig genannt: Zunächst gibt es eine Reihe kartellrechtlich nicht oder in der Regel nicht relevanter Tatbestände, die Hilfe bringen. Gemeinsame Branchenanalysen und -prognosen können falsche Einschätzungen und Fehlinvestitionen vermeiden. Es ist volkswirtschaftlich eine Verschleuderung von Kraft und Kapital, wenn jeder Betrieb immer nur seine eigenen Erfahrungen machen muß. Ferner ist die Gemeinschaftswerbung ein bedeutendes Instrument der Kooperation. Besonders bei homogenen Massengütern führt die Individualwerbung oft nur zu einem Kampf um vorhandene Marktanteile, während die Gemeinschaftswerbung „Bedarfsweckungswerbung“ darstellt und zusätzlichen Absatz schaffen kann. Ferner ist die Markttransparenz, d. h. die weitgehende Kenntnis aller Marktfaktoren, gerade für die Klein- und Mittelbetriebe wichtig. Gegenseitige Information über Produktion, Umsatz, Lagerbestand und Preise sowie auch über Investitionsvorhaben sind für ihre Dispositionen von höchstem Nutzen. Des weiteren sind zu nennen: gemeinschaftliche Forschung und Entwicklung, gemeinsame Lagerhaltung, gemeinsame Transportdurchführung, gemeinsame Verwertung von Kuppelprodukten, gemeinsame Qualitätsbestimmungen usw.

Vielfach ist aber eine Kooperation erforderlich, die mehr oder weniger stark in die kartellrechtliche Sphäre eingreift, so wie § 1 des Kartellgesetzes jetzt beschaffen ist. Es seien vor allem gemeinsame Normung, Typisierung und Spezialisierung, gemeinsame Vertriebsgesellschaften (besonders in Fällen, in denen es auf dem Gemeinsamen Markt wettbewerbsfähig zu sein gilt) genannt. Auch wird es immer unerläßlicher, daß die einzelnen Wirtschaftsstufen miteinander verhandeln. Das Prinzip der Produktionsumwege, das der modernen Technik immanent ist, bedingt eine ständig wachsende Zeitspanne zwischen Planung, Produktion und letztem Umsatzvollzug. Aus diesem Grunde ist eine vertikale Kooperation zwischen den industriellen Stufen und dem Handel ein immer dringlicheres Gebot. Qualitäten, Verarbeitungsmodalitäten, Kennzeichnung, Verpackungsgrößen — all dies zwingt zu einer gemeinsamen Abstimmung, d. h. zu Empfehlungen oder Beschlüssen oder auch Verträgen auf horizontaler wie auf vertikaler Ebene. Diesen Bestrebungen ist gemeinsam, die Kundenwünsche rechtzeitig zu erfassen, Fehlplanungen, Fehlinvestitionen und Reibungsverluste zu vermeiden.

Hier setzt aber das Kartellgesetz nahezu unüberwindliche Barrieren. Horizontale Empfehlungen sind praktisch überhaupt nicht zulässig, und vertraglichen Abmachungen steht ein Gestrüpp von Vorschriften entgegen. Gleichgültig, ob im Anmeldeverfahren oder im Erlaubnisverfahren: Der Verkehr mit den Kartellbehörden ist in ein Prokrustesbett materieller und verfahrensmäßiger Vorschriften gezwängt. Dies ist alles oft genug beschrieben worden, so daß der Verfasser sich hier auf ein Zitat eines Altmeisters des



Kartellwesens beschränken kann. Max Metzner sagte 1954, also lange vor Erlaß des neuen deutschen Kartellgesetzes, die inzwischen eingetretene Entwicklung zutreffend voraus<sup>23)</sup>:

„Jahrzehntelange Erfahrungen haben gezeigt, daß die Handhabung derartiger Erlaubnisverfahren außerordentlich schwierig vor sich geht, lange Zeit dauert und dabei den Beteiligten derart viel Arbeit, Kosten und Ärger verursacht, daß das Verfahren nicht als eine Begünstigung, sondern als ein schweres Hindernis angesehen werden kann. Es geht nicht an, Rationalisierungsbestrebungen... einerseits zu begrüßen und zu fördern und andererseits gleichzeitig mit komplizierten und kostspieligen Verwaltungsverfahren zu beschweren.“

Der Kartellrechtsspezialist und Abgeordnete des derzeitigen deutschen Bundestages Wolfram Dörinkel hat zu Recht gefordert<sup>24)</sup>:

„Was in dem Katalog der Ausnahmen vom Kartellverbot völlig fehlt, ist die Berücksichtigung des Abwehrgedankens. In einer sehr großen Zahl von Fällen steht ein zersplittertes Angebot einer geballten Nachfragemacht gegenüber, ohne sich zusammenschließen zu dürfen. Der Gedanke, es sei möglich, die Nachfragemacht durch behördliche Aufsichtsmaßnahmen in Schach zu halten, ist praktisch undurchführbar, ja geradezu absurd. Das muß bei einer etwaigen Reform des Gesetzes bedacht werden!“

<sup>23)</sup> „Kostengestaltung, Preisbildung, Marktprobleme“, Berlin 1954.

<sup>24)</sup> „Kartellrecht im Zwielficht“, in: Industriekurier, Nr. 201, vom 30. 12. 1961.

Eine bloße Ausnahmenvorschrift, d. h. im Ergebnis eine Erlaubnispflicht für Abwehr- bzw. Gegengewichtskartelle, erscheint mir aber nach allen Erfahrungen mit unserer Kartellaufsichtspraxis nicht ausreichend.

Herbert Groß äußerte vor einiger Zeit<sup>25)</sup>:

„Im Einzelhandel verzeichnen wir also eine Entwicklung, die auch dem Selbständigen alle Chancen der modernen Technik und des Massenmarktes erschließt: sofern er sein Einzelgängertum aufgibt und den Wettbewerb im Rahmen der Gruppenarbeit anstrebt. Die Formen und Vorbedingungen der Selbständigkeit und des Wettbewerbs verändern sich aber. Das Einzelgängertum hat heute nur wenig Bestand, weil es sich nicht der Spezialisierung beugt, Selbständigkeit erwächst aus Spezialisierung, diese aber wiederum erfordert Kooperation, ob in vertikaler Richtung mit Großhändlern und Lieferanten oder in horizontaler Richtung mit Kollegen, deren Kundenbereiche sich nicht überschneiden.“

Erst wenn mehr als bisher erkannt werden wird, daß die „Chancen der modernen Technik und des Massenmarktes“ auch für die Industrie in Freiheit und Selbstverantwortung geboten sein müssen, um eine gerechte und ökonomisch sowie gesellschaftspolitisch zureichende Ordnung zu schaffen und zu erhalten, ist das Problem der „Nachfragemacht“ in grundsätzlicher Hinsicht als gelöst anzusehen.

<sup>25)</sup> Herbert Gross: „Die Konzentration im Handel und ihre wirtschaftspolitischen Aspekte“, in: Wirtschaftskonzentration in der Bundesrepublik, Norddeutscher Rundfunk, Sonderdruck 1961, S. 24.