

Disch, Wolfgang K. A.

**Article — Digitized Version**

## Freiwillige Ketten im Europamarkt: Über 120 Organisationen in 15 Ländern

Wirtschaftsdienst

*Suggested Citation:* Disch, Wolfgang K. A. (1962) : Freiwillige Ketten im Europamarkt: Über 120 Organisationen in 15 Ländern, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Verlag Weltarchiv, Hamburg, Vol. 42, Iss. 5, pp. V-XII

This Version is available at:

<http://hdl.handle.net/10419/141721>

**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.*

# Freiwillige Ketten im Europamarkt

## Über 120 Organisationen in 15 Ländern

Wolfgang K. A. Disch, Hamburg

Freiwillige Ketten sind freiwillige Zusammenschlüsse eines oder mehrerer selbständiger Großhändler mit mehreren selbständigen Einzelhändlern zum Zwecke einer engen institutionellen, beschaffungs- und absatzwirtschaftlich ausgerichteten Zusammenarbeit unter einem einheitlichen Organisationszeichen, wobei die rechtliche und wirtschaftliche Selbständigkeit der Mitglieder gewahrt bleiben soll. Die Freiwilligen Ketten zählen neben den Einkaufsgruppen des Groß- bzw. Einzelhandels sowie den Einkaufsgenossenschaften zu den Kooperationsformen des Handels, deren Entstehung als Verteidigungsreflex auf die zunehmende Machtentfaltung der Großunternehmen, der Konzentrationsformen des Handels (Waren- und Kaufhäuser, Filialbetriebe, Einheitspreisgeschäfte und Konsumgenossenschaften) zurückzuführen ist. Die dem immer stärker werdenden Konkurrenzdruck der Konzentrationsformen ausgesetzten Klein- und Mittelbetriebe des Groß- und Einzelhandels schlossen sich in der Organisation der Freiwilligen Kette zusammen, um die Arbeitsweise der Konzentrationsformen nachzuahmen, um durch die systematische Kooperation der Groß- und Einzelhändler eine Rationalisierung der Geschäftsbeziehungen der beiden Handelsstufen, eine Konzentration im Bereich der Beschaffung und damit eine Senkung der Einkaufspreise des Groß- und Einzelhandels, eine Bereinigung der Sortimente und Beschleunigung des Lagerumschlages, eine Erhöhung der Absatzeffizienz — mit einem Wort: eine Senkung der Kosten und Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit zu erreichen.

Freiwillige Ketten wurden zuerst im Nahrungsmittelhandel gegründet. Heute sind sie in folgenden weiteren Branchen anzutreffen: Textilwaren, Hausratwaren, Drogeriewaren, Papier- und Schreibwaren, Fahrräder.

In dieser Untersuchung wollen wir uns nicht mit der allgemeinen Problematik der Organisationsform der Freiwilligen Kette auseinandersetzen; dies ist in der Literatur bereits in größerem Umfang geschehen. Unsere Aufgabe wird es sein, zu untersuchen, in welchem Stadium sich die Entwicklung der Freiwilligen Ketten in den bisher noch mehr oder weniger abgeschlossenen nationalen Märkten in Europa befindet, welche Wirkungen von der zunehmenden Integration dieser Märkte auf die Kettenbildung ausgehen, wie sich die Freiwilligen Ketten selbst auf den größeren Markt einstellen, in welcher Form eine Zusammenarbeit mit der Industrie möglich ist, welche Sortimentspolitik sie betreiben und wie sie werben.

Einen Überblick über den Stand der Konzentration — des Faktors, von dem die Impulse zur Bildung Freiwilliger Ketten ausgehen — in den Ländern der EWG gibt eine im Geschäftsbericht (1958/59) der belgischen Aktiengesellschaft „Les Grands Magasins a l'Innovation“ veröffentlichte Schätzung. Danach haben im Jahre 1957 die Konzentrationsformen folgende Anteile am gesamten Einzelhandelsumsatz:

Umsatz der Konzentrationsformen in % des gesamten Einzelhandelsumsatzes (1957)

| Konzentrationsform             | Belgien | Bundesrepublik | Niederlande | Frankreich | Italien | Luxemburg       |
|--------------------------------|---------|----------------|-------------|------------|---------|-----------------|
| Konzentrationsformen insgesamt | 19,5    | 18,4           | 15,0        | 12,0       | 1,8     |                 |
| davon:                         |         |                |             |            |         |                 |
| Filialbetriebe                 | 8,5     | 5,7            | 9,0         | 4,5        | 0,1     |                 |
| Kaufhäuser                     | 4,5     | 7,3            | 3,5         | 2,7        | 0,1     | — <sup>1)</sup> |
| Einheitspreisgeschäfte         | 3,0     | 1,4            | 0,5         | 2,3        | 0,3     | — <sup>1)</sup> |
| Konsumgenossenschaften         | 3,5     | 4,0            | 2,0         | 2,5        | 1,3     |                 |

<sup>1)</sup> In Luxemburg verbietet die derzeitige Gesetzgebung die Errichtung von Unternehmen in dieser Form.

Ogleich diese Zahlen den Stand des Jahres 1957 widerspiegeln und sich für spätere Jahre höhere Anteile ergeben, so zeigen die dennoch, daß allein im Bereich der EWG ein sehr unterschiedlicher Grad der Konzentration erreicht ist. Welchen Einfluß dies auf die Entwicklung der Freiwilligen Ketten hat, wird die empirische Analyse zeigen.

Wenn auch eine Koordination der nationalen Statistiken auf Grund der Unterschiede in der Definition und Gewichtung wirtschaftlicher Gegebenheiten gewisse Schwierigkeiten bereitet, soll dennoch eine vergleichende Betrachtung der Entwicklung der Freiwilligen Ketten in 15 europäischen Ländern versucht werden, um ihre Bedeutung in den einzelnen Volkswirtschaften zu veranschaulichen.

Bezüglich der Umsatzschätzungen sei bemerkt, daß sich diese auf die Gesamtumsätze der angeschlossenen Einzelhändler beziehen, also auch die Umsätze der Waren einschließen, die diese von nicht angeschlossenen Großhändlern bezogen haben. A & O sowie Spar geben beispielsweise an, daß ihre Einzelhändler in der Bundesrepublik ca. 50 % ihrer Waren bei angeschlossenen Großhändlern kaufen.

### Belgien

Obwohl erst per 1. Januar 1961 ein das „Loi de Cadenas“ fortsetzendes Gentleman's Agreement zwischen den „Großen“ und den „Kleinen“ auslief, das die Gründung von Großbetrieben in Gemeinden mit weniger als 50 000 Einwohnern verbot, weist Belgien unter den EWG-Ländern bereits 1957 den höchsten Stand der Konzentration im Handel auf. Der Grund dafür, daß die Freiwilligen Ketten — obwohl die erste bereits 1947 gegründet wurde — im Vergleich zur Bundesrepublik und den Niederlanden trotzdem noch keinen höheren Anteil am belgischen Handelsapparat einnehmen, ist in der Struktur des belgischen Einzelhandels zu suchen. In Belgien bedient ein Einzelhändler durchschnittlich 32 Einwohner (Bundesrepublik 83, Niederlande 54). Ein großer Teil der Einzelhandelsbetriebe sind Ein-Mann-Betriebe, die ihrem Inhaber als Nebenberufsquelle dienen und an einer Aufnahme in eine Freiwillige Kette nicht interessiert sind.

1961 bestanden im Nahrungsmittelhandel 9 Freiwillige Ketten. Centra, Excella, Grosco, Lido, Panda, Spar, T.I.P., Végé und Vivo zählten 80 Großhändler und 17 300 Einzelhändler zu ihren Mitgliedern, 0,9 % aller Großhändler (rd. 9000) und 27 % aller Einzelhändler (rd. 65 000) dieser Branche.

Der Umsatz der genannten Organisationen — außer Grosco und T.I.P. — belief sich 1959 auf 9225 Mill. bfrs, 11,9 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes in Nahrungsmitteln. Der Umsatzanteil der 9 Freiwilligen Ketten dürfte heute bei 15 % liegen.

Im Bereich der Nicht-Nahrungsmittel sind für Hauswaren Catena und Textilwaren Seldis gegründet worden. In der Catena sind 5 Großhändler und 300 Einzelhändler vereinigt. Zur Seldis zählen 6 Großhändler und 400 Einzelhändler.

Ein der Organisationsform der Freiwilligen Kette ähnlicher Zusammenschluß auf der Groß- und Einzelhandelsstufe ist von der S.A. des Magasins Prisunic, Uniprix et Priba gegründet worden. Der Warenhausgruppe, die die Großhandelsfunktion ausübt, sind eine Reihe von selbständigen Einzelhandelsbetrieben angeschlossen, denen der Warenbezug zu besonderen Bedingungen ermöglicht wird. Ferner übernimmt die Warenhausgruppe Funktionen der Beratung, der Modernisierung der Absatzmethoden und der Kreditierung des Einzelhandels.

#### Bundesrepublik Deutschland

In der Nahrungsmittelbranche der Bundesrepublik konnten 1960 die Konzentrationsformen 25 % (Warenhäuser 3 %, Filialbetriebe 12 %, Konsumgenossenschaften 10 %) des gesamten Einzelhandelsumsatzes auf sich vereinigen (1950: 14 %). Damit haben in dieser Branche die Konzentrationsformen der Bundesrepublik innerhalb Europas eine führende Stellung eingenommen.

Diese Entwicklung hat zu einer starken Ausbreitung der Freiwilligen Ketten im Nahrungsmittelhandel geführt. 1961 bestanden 21 Organisationen (davon 5 mit nur 1 Großhändler): AFU, A & O, Backring, BMA, Centra, Edelstolz, Eika, Fachring, geba, Hill, Himmelreich, Insel, KOMA, Lutter, Mess, Spar, T.I.P., Util, Végé, VIVO und Vorteil. Zu ihnen zählten 540 Großhändler und 87 300 Einzelhändler, d. h. 0,9 % der 57 892 Großhändler (Umsatzsteuerstatistik 1957) und 34,7 % der 251 834 Einzelhändler (Umsatzsteuerstatistik 1957). Am gesamten Einzelhandelsumsatz in Nahrungsmitteln von rund 33 Mrd. DM (1960) hatten die 21 Freiwilligen Ketten einen Anteil von rund 43 %.

A & O, Centra, Fachring, Spar, Végé und VIVO haben im November 1956 eine „Arbeitsgemeinschaft Freiwillige Gruppen des Lebensmittelhandels“ gegründet, die insbesondere die Interessen der Freiwilligen Ketten gegenüber der Industrie, den Verbänden und dem Bundeskartellamt vertreten sollte. Die Ermittlungen des Kartellamtes wurden im Februar 1962 eingestellt.

In der Textilwarenbranche sind der Seldis 25 Großhändler und 600 Einzelhändler angeschlossen. Mitglieder sind nur Fachgeschäfte, die Wirk-, Strick- und Webwaren führen sowie einige Sortimentsgeschäfte, die neben Nahrungsmitteln das Textil-Vollsortiment aufweisen. In derselben Branche ist eine der Freiwilligen Kette ähnliche Vereinigung, die Itega, tätig, die 20 Großhändler und 900 Einzelhändler zu ihren Mitglie-

dern zählt. Da die beschaffungswirtschaftlichen Fragen stark im Vordergrund stehen, bestehen Zweifel, ob die Itega als echte Freiwillige Kette zu bezeichnen ist.

Im Handel mit Haus- und Küchengeräten ist die Catena gegründet worden, der 20 Großhändler und 300 Einzelhändler angehören. Ihre Mitglieder sind Fach- und Sortimentsgeschäfte.

Im Schreib- und Papierwarenhandel zählen zur schreipa 13 Großhändler und einige hundert Einzelhändler.

In der eltopa — Marktgemeinschaft freier Elektro-Rundfunk-Fernseh-Fachgroßhändler GmbH sind aus der Bundesrepublik 29 und aus der Schweiz 1 Großhändler vereinigt. Mitglieder sind in erster Linie Elektro-Großhändler. Rundfunk- und Fernsehgeräte haben am Sortiment einen Anteil von 15—20 %. Es werden gegenwärtig Untersuchungen über Einzelhandels- und Handwerksbetriebe als Partner der eltopa durchgeführt. Die zukünftige Entwicklung wird zeigen, ob die eltopa den Charakter einer Freiwilligen Kette tragen wird.

Der Verband des Deutschen Fahrrad Einzelhandels prüft zur Zeit, ob auch im Fahrradhandel der Bundesrepublik die Gründung einer Freiwilligen Kette möglich ist (vgl. Niederlande).

#### Dänemark

Im dänischen Einzelhandel, insbesondere in der Nahrungs- und Genußmittelbranche, ist in den vergangenen Jahren eine ständige Verringerung der Anzahl selbständiger Betriebe festzustellen.

Von den auf 20 000 geschätzten Einzelhandelsbetrieben im Nahrungsmittelsektor gehörten 1961 rd. 4000 einer Einkaufsvereinigung an. Aber auch die Freiwilligen Ketten konnten eine ähnlich starke Stellung gewinnen, obwohl erst 3 Organisationen in Dänemark tätig sind. Spar, Centra und Sewo waren 1960 20 Großhändler und rd. 3700 Einzelhändler angeschlossen. Ihr Einzelhandelsumsatz wird mit 1,4 Mrd. dkr benannt. Der gesamte dänische Einzelhandelsumsatz in Nahrungs- und Genußmitteln kann für 1960 auf rd. 6 Mrd. dkr geschätzt werden, so daß sich für die Freiwilligen Ketten ein Umsatzanteil von rd. 25 % ergibt. Von dänischer Seite wird mit einer weiteren Ausbreitung der Freiwilligen Ketten gerechnet. T.I.P. soll bereits die ersten Kontakte aufgenommen haben.

Bisher sind Freiwillige Ketten nur im Nahrungsmittelbereich gegründet worden.

#### Finnland

Im finnischen Binnenhandel kommt den Konsumgenossenschaften die größte Bedeutung zu. Von den rd. 35 000 Einzelhandelsbetrieben (1959) entfielen allein 9041 auf diese Konzentrationsformen des Handels. Am gesamten Einzelhandelsumsatz von 664 Mrd. fmk (1961) dürften sie einen Anteil von rd. 40 % haben.

Aus dieser Stellung der Konsumgenossenschaft ist der Wunsch des finnischen Groß- und Einzelhandels zur Kooperation abzuleiten. Rund 10 000 Einzelhändler haben sich in der Einkaufs- und Importorganisation KESKO zusammengeschlossen, die 1960 ca. 15 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes tätigen.

Diese Zahlen verdeutlichen, warum in Finnland bisher nur 2 Freiwillige Ketten, die ASO und Suomen SPAR Oy,

gegründet worden sind. Die beiden Organisationen zählten 1961 22 Großhändler und 1560 Einzelhändler. Die 1500 der ASO angeschlossenen Einzelhändler tätigten 1960 einen Umsatz von 21 Mrd. fmk. Der Spar sind bisher 60 Einzelhändler in Helsinki angeschlossen. Mit weiteren Einzelhändlern, die noch nicht das Spar-Zeichen tragen, befindet sich die Zusammenarbeit noch in der Vorstufe.

In anderen Branchen sind bisher keine Freiwilligen Ketten gegründet worden.

#### Frankreich

Der französische Einzelhandel ist durch eine Vielzahl von Kleinstbetrieben gekennzeichnet, was auf die geringe Bevölkerungsdichte in vielen Gebieten Frankreichs zurückzuführen ist. Diese Betriebe sind am Anschluß an eine Freiwillige Kette weniger interessiert, da sie dem Konkurrenzdruck der Konzentrationsformen nicht so stark ausgesetzt sind.

Die Zusammenschußbewegung zwischen Groß- und Einzelhandel hat deswegen in Frankreich erst 1955 ihren Anfang genommen. In den folgenden Jahren haben sich die Freiwilligen Ketten dann besonders in den Großstädten, dem Standort der Konzentrationsformen ausgebreitet.

In der Nahrungsmittelbranche bestehen heute 12 Freiwillige Ketten: Alimengros, Ami, Avam, Baud, Cidex, Copanor, Copral (Centra), Gala, Luga (VIVO), Moderdam, Spar und Végé. Nach einer Untersuchung eines französischen Lebensmittelverbandes zählten Mitte 1960 zu diesen 12 Organisationen bereits 459 Großhändler und 43 439 Einzelhändler, d. h. 1,1 % aller Großhändler (43 421) und 12,8 % aller Einzelhändler (339 300) dieser Branche. Das Centre de Recherches et de Documentation sur la Consommation hat ermittelt, daß 1958 die Freiwilligen Ketten am Einzelhandelsumsatz in Nahrungsmitteln in Höhe von 54,65 Mrd. NF einen Anteil von 1,9 % hatten. Dieser Anteil dürfte sich für 1960 auf gut 4 % erhöht haben. Über die Gründung einer französischen T.I.P. werden Gespräche geführt.

In der Textil- und Kurzwarenbranche ist die Seldis tätig, der 1961 22 Großhändler und 5000 Einzelhändler angeschlossen sind. Die französische Seldis führt in ihrem Sortiment auch Schuhe (außer Straßenschuhen). In derselben Branche ist die 1954 als Einkaufsvereinigung mehrerer Großhändler gegründete Sermo gegenwärtig im Begriff, ihre Vereinigung von 16 Großhändlern zu einer Freiwilligen Kette auszubauen.

Die Catena zählte 1961 5 Groß- und 1000 Einzelhändler der Hausratwarenbranche zu ihren Mitgliedern.

Im Drogeriewarenhandel arbeitet die DEMA, der 2 Großhändler und 100 Einzelhändler angeschlossen sind.

#### Großbritannien

Der Handel in Großbritannien ist im Vergleich zu anderen europäischen Ländern erst seit 1958 in einer belebteren Entwicklung begriffen. In den folgenden Jahren haben jedoch Konsumgenossenschaften und Filialbetriebe im Einzelhandel mit Nahrungsmitteln ihren Marktanteil (1961: 42,8 % von insgesamt 4089 Mill. £) ständig erweitern können.

Auf Initiative des Groß- und Einzelhandels wurden als Gegenreaktion in der Nahrungsmittelbranche bisher

19 Freiwillige Ketten gegründet (davon 12 mit nur 1 Großhändler). Zu AIG, Association of Private Traders, Blue Riband, Centra, Danish Bacon, FGA (VIVO), Jak, Link Service, Mace, PEG, Pinnacle Service Scheme, QPS, Shore Valley Scheme, Spar, Star Value Service, Target Scheme, TOP, VG-Service und Wavy Line zählen 1961 136 Großhändler und 22 050 Einzelhändler, rd. 15 % der 150 000 Kolonialwareneinzelhändler bzw. 8 % der 275 000 Einzelhändler der gesamten Nahrungsmittelbranche. Ihr Anteil am gesamten Einzelhandelsumsatz in Nahrungsmitteln (rund 4,1 Mrd. £) dürfte sich 1961 auf 15 % belaufen. Legt man dieser Berechnung ausschließlich den Einzelhandelsumsatz in Kolonialwaren (2,25 Mrd. £) zugrunde, ergibt sich ein Anteil von 27 %.

Interessant erscheint ein Trend zur Errichtung von Kapitalgesellschaften, da sich die Freiwilligen Ketten nur auf diesem Weg das für eine weitere Expansion notwendige Kapital beschaffen können.

Außerhalb des Nahrungsmittelhandels ist bisher keine Freiwillige Kette gegründet worden.

#### Italien

Die italienische Handelsstruktur steht in einem großen Kontrast zu der in den übrigen Ländern der EWG. Die Konzentrationsformen hatten 1960 an der Gesamtzahl der Einzelhandelsbetriebe (882 411) einen Anteil von ca. 1 %, am gesamten Einzelhandelsumsatz einen Anteil von ca. 3 %. Damit bestand für die freiwillige Zusammenarbeit zwischen Groß- und Einzelhandel bisher von dieser Seite kein Anlaß.

Erst 1959 wurde im Nahrungsmittelhandel als erste Freiwillige Kette die Végé gegründet. 1960 folgten Spar und VIVO, 1961 AfU. Diesen vier Organisationen gehören gegenwärtig 55 Großhändler und rund 6000 Einzelhändler an, das sind 0,17 % der 31 653 Großhändler (1960) und 1,3 % der 458 262 Einzelhändler im Nahrungsmittelhandel. Umsatzzahlen sind bisher nicht bekannt geworden.

Im Nicht-Nahrungsmittelbereich wird im Mai 1962 Seldis für Textilwaren und noch im ersten Halbjahr 1962 Catena für Hausratwaren gegründet werden.

#### Luxemburg

Die Zusammenarbeit zwischen Groß- und Einzelhandel in Form Freiwilliger Ketten ist in Luxemburg erst wenig ausgeprägt. Dies findet seine Begründung darin, daß die Errichtung von Warenhäusern und Einheitspreisgeschäften gesetzlich verboten ist. Die Ungewißheit, ob dieses Gesetz bestehen bleibt, hat jedoch in den letzten Jahren zur Errichtung von 4 Freiwilligen Ketten im Nahrungsmittelsektor geführt. Luxemburgische Groß- und Einzelhändler haben sich den belgischen Organisationen Lido, Spar, Végé und VIVO angeschlossen. Wegen der engen Verbindung mit den belgischen Freiwilligen Ketten sind für Luxemburg keine näheren Daten bekannt.

#### Niederlande

In den Niederlanden — dem europäischen Ursprungsland der Freiwilligen Ketten (1932) — sind, neben der Bundesrepublik, die Kooperationsformen am stärksten vertreten. Annähernd 300 Großhändler und 17 000 Einzelhändler sind 1961 in der Nahrungsmittelbranche in 16 Freiwilligen Ketten zusammengeschlossen, u. a.

Centra, Corwin, Grosco, Libra-Ster, NGV, Spar, Stichting-Kroon, Végé, VIVO, T.I.P. und Zelco. Damit gehören in dieser Branche bereits ca. 70% der rund 23 793 (1961) reinen Kolonialwaren-Einzelhändler einer Freiwilligen Kette an. Bezieht man die Einzelhändler mit ein, die sich mit dem Absatz landwirtschaftlicher Produkte befassen, so erhält man 100 389 (1961) Einzelhändler. Unter Zugrundelegung dieser Zahl sind ca. 17% Mitglied einer Freiwilligen Kette.

Schätzungen über den Anteil der Freiwilligen Ketten am gesamten Einzelhandelsumsatz in Nahrungsmitteln variieren zwischen 20 und 46%. Eine Annahme von 35% scheint als nicht zu hoch gegriffen.

Im Fahrradhandel sind der Hoofkantoor Peerless 10 Großhändler und 1200 Einzelhändler angeschlossen.

#### Norwegen

Anfang des Jahres 1962 existierten in Norwegen noch keine Freiwilligen Ketten, die der zu Beginn dieser Ausführungen geprägten Begriffsbestimmung zugeordnet werden könnten.

Im Handel mit Nahrungsmitteln bestehen bisher lediglich 11 Vereinigungen mit jeweils 1 Großhändler und einer geringen Anzahl von Einzelhändlern sowie zwei Zusammenschlüsse mit 11 bzw. 16 Großhändlern, die mit einer größeren Zahl Einzelhändler kooperieren. Diese 13 Organisationen arbeiten als lose Zusammenschlüsse ohne schriftlich niedergelegte Abkommen. Sie haben bisher auf ein einheitliches Organisationszeichen für ihre Groß- und Einzelhändler verzichtet. Ihr Anteil am gesamten Großhandelsumsatz in Nahrungsmitteln wird gegenwärtig auf 1/6 geschätzt.

Ein ähnlich gearteter Zusammenschluß mehrerer Groß- und Einzelhändler besteht in der Eisenwarenbranche.

Keine der genannten Vereinigungen ist bisher Mitglied einer Internationalen Freiwilligen Kette.

Von norwegischer Seite wird dieser 1959 einsetzenden Kooperation von Groß- und Einzelhandel eine weitere Aufwärtsentwicklung vorausgesagt. Man erwartet einen Ausbau der bisherigen Zusammenarbeit zu echten Freiwilligen Ketten.

#### Österreich

Um den Wettbewerbsvorteilen der sich nach der Aufhebung der Zwangswirtschaft schnell ausbreitenden Warenhäuser, Filialbetriebe und Konsumgenossenschaften wirksam begegnen zu können, wurde bereits 1954 die erste Freiwillige Kette errichtet. 1960 arbeiteten in der Nahrungsmittelbranche A & O, ff-Gemeinschaft, Fachring, Spar, T.I.P., Unitas und Végé, die 75 Großhändler und 8000 Einzelhändler zu ihren Mitgliedern zählen. Von den insgesamt 32 000 Einzelhandelsbetrieben im Nahrungsmittelhandel konnten sie somit 25% auf sich vereinigen.

Ihr Umsatz belief sich auf rund 7 Mrd. ÖS, was einem Anteil von 30% am gesamten Einzelhandelsumsatz in Nahrungsmitteln in Höhe von ÖS 23,1 Mrd. (1960) entspricht.

Im Nicht-Nahrungsmittelsektor bestehen Seldis für Textilwaren mit 5 Großhändlern und 200—250 Einzelhändlern sowie Catena für Hausratwaren mit 6 Großhändlern und 150 Einzelhändlern.

#### Portugal

Im Oktober 1961 wurde als erste Freiwillige Kette die Spar-Portugal gegründet, der bisher 10 Großhändler beigetreten sind. 4 Großhändler haben bereits die Tätigkeit aufgenommen. Sie dürften rund 200 Spar-Einzelhändler beliefern.

#### Schweden

Die geringe Bevölkerungsdichte hat zur Folge, daß unter den Aufgaben des Handels die Raumüberbrückungsfunktion stark in den Vordergrund tritt. Der schwedische Großhandel hat somit eine relativ starke Stellung erlangt. Da ferner von den rund 30 000 Einzelhandelsbetrieben (1958) im Nahrungsmittelbereich rd. 11 000 Einkaufsgenossenschaften und 7200 Konsumgenossenschaften angehören, haben die Freiwilligen Ketten bisher nur eine geringe Bedeutung erlangt.

In der Nahrungsmittelbranche waren 1960 in Spar, VIVO und Blå Fönstret 3150 Einzelhändler und 23 Großhändler organisiert. 1961 wurde von der SAKO, einer Vereinigung von 52 Großhändlern, die SIFA-Einzelhändlerorganisation mit eigener Rechtspersönlichkeit gebildet, womit die vierte Freiwillige Kette gegründet wurde. Die ASK, in der 50 Großhandelsunternehmen vereinigt sind, pflegt eine nur lockere Verbindung zu den 16 000 von ihr belieferten Einzelhändlern. Die ASK versucht vornehmlich durch ihre Preispolitik ihre Einzelhandelskunden zu gewinnen.

Für SAKO-SIFA und Blå Fönstret sind keine Umsatzgrößen zu erhalten. Spar und VIVO dürften 1% des auf 10 Mrd. skr. (1960) geschätzten schwedischen Einzelhandelsumsatzes in Nahrungsmitteln erreicht haben. Außerhalb der Nahrungsmittelbranche haben sich bisher keine Freiwilligen Ketten gebildet.

#### Schweiz

Die Handelsstruktur der Schweiz ist durch die dominierende Stellung des Kleinbetriebes gekennzeichnet. Noch 1955 bildeten im Einzelhandel 50% Einmannbetriebe, 85% aller Einzelhandelsbetriebe arbeiteten mit höchstens 3 Beschäftigten. In den folgenden Jahren konnten jedoch im Nahrungsmittelhandel Konsumgenossenschaften und Filialbetriebe einen ständig wachsenden Marktanteil gewinnen.

Neben Einkaufsgemeinschaften wurden daher im Nahrungsmittelinzelhandel in den letzten 6 Jahren 5 Freiwillige Ketten gegründet. 1961 zählen AS, Frégatte, STOP, Toura und Végé rund 6000 Einzelhandelsbetriebe zu ihren Mitgliedern, 25% der rund 24 000 Einzelhändler der Nahrungsmittelbranche. Toura und Végé waren 1961 20 Großhändler angeschlossen.

AS, Frégatte, STOP und Végé sind der ALRO, der Dachorganisation des schweizerischen selbständigen Lebensmittel-Groß- und Detailhandels angeschlossen, die 42 Großhändler und 4000 Einzelhändler zu ihren Mitgliedern zählt. In der Textilwarenbranche wurde die Seldis gegründet, der gegenwärtig 5 Großhändler und 200 Einzelhändler angehören.

#### Spanien

Obwohl sich erst in den vergangenen Jahren die ersten Ansätze zu einer Konzentration und zur Bildung von Einkaufsgenossenschaften im spanischen Handel zeigten, bestehen bereits drei Freiwillige Ketten im Nahrungsmittelhandel. Zu Anasa, Spar und Végé zählen

gegenwärtig ca. 60 Großhändler und 8000 Einzelhändler. In anderen Branchen sind bisher keine Freiwilligen Ketten gegründet worden.

Die Untersuchung zeigt, daß die Entwicklung der Freiwilligen Ketten in den 15 europäischen Ländern große Unterschiede aufweist. Diese sind nicht zuletzt auf den unterschiedlichen Grad der Konzentration (Warenhäuser, Filialbetriebe, Konsumgenossenschaften) im Handelsapparat der einzelnen Länder und dem daraus resultierenden Zwang zu kooperativen Gegenmaßnahmen zurückzuführen.

Die Tabelle „Freiwillige Ketten im Nahrungsmittelhandel“ sowie die vorangestellten Betrachtungen lassen erkennen, daß in vielen europäischen Ländern der Handel sich in einer Phase der Umstrukturierung befindet. Der europäische Handelsapparat weist — mit Abstufungen in der Intensität innerhalb der einzelnen Länder — die gleichen Tendenzen auf, die sich in den USA bereits vor einigen Jahren abzeichneten. Die zunehmende Konkurrenz im Bereich des Handels führt zu einer verstärkten Entfaltung von Konzentrationsformen, die als Gegenreaktion die Gründung Freiwilliger Ketten nach sich zieht. Wir gelangen zu der Erkenntnis, daß zwischen der bisherigen Entwicklung der Freiwilligen Ketten und dem Umfang der Tätigkeit der Konzentrationsformen ein Zusammenhang besteht. Der Handel in den einzelnen Ländern ist durch folgende Entwicklung gekennzeichnet: auf der einen Seite eine Tendenz zu Großunternehmen = Konzentration; auf der anderen Seite eine Tendenz zur Schaffung eines Gegenpols, zur Gruppenbildung = Kooperation, vor allem in Form der Freiwilligen Kette.

Dabei ist der heutige Stand der Entwicklung überwiegend eine Resultante der Strukturveränderungen in den noch mehr oder weniger isolierten nationalen Märkten. Es taucht somit die Frage auf, wie sich deren Integration zu einem binnenmarktähnlichen Wirtschaftsraum im Bereich der Freiwilligen Ketten auswirken wird.

Hierzu darf auf die Ausführungen des Verfassers in „Wirtschaftsdienst“, 1961, Heft 2, S. XI—XII verwiesen werden. Als Ergänzung seien in der nachfolgenden Tabelle neuere Daten über das Verhältnis von Groß- und Einzelhandelsbetrieben gebracht.

### Verhältnis von Groß- und Einzelhandelsbetrieben in der Nahrungsmittelbranche der EWG 1960/61

| Länder         | Auf 1 Großhandelsbetrieb entfallen Einzelhandelsbetriebe |
|----------------|--|
| Belgien        | 7,2  |
| BR Deutschland | 4,4  |
| Frankreich     | 7,8  |
| Italien        | 14,5   |
| Niederlande    | 5,0  |
| Luxemburg      | 16,9   |

### FREIWILLIGE KETTEN AUF INTERNATIONALER EBENE

Welche Bedeutung die Freiwilligen Ketten selbst der Märkteintegration beimessen, kommt darin zum Ausdruck, daß sie sich bereits heute in Form ihrer supranationalen Zentralen auf diese Entwicklung einstellen.

Im Nahrungsmittelbereich sind zwei Wege zur Bildung der internationalen Organisationen zu beobachten. Diejenigen Freiwilligen Ketten, die in mehreren Ländern Schwesterorganisationen haben, gründen eine Zentrale unter ihrem gemeinsamen Namen. Bisher wurden auf diese Weise 5 Internationale Zentralen geschaffen, die jedoch einen sehr unterschiedlichen Ausdehnungsbereich innerhalb Europas aufweisen.

Die größte Vereinigung bildet die Internationale Spar-Centrale in Amsterdam, der Spar-Organisationen aus Belgien, der Bundesrepublik, Dänemark, Finnland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Luxemburg, den Niederlanden, Österreich, Portugal, Schweden und Spanien angehören. Die Internationale Spar-Centrale pflegt einen engen Kontakt zu der amerikanischen Freiwilligen Kette Red & White. Im Frühjahr 1962 wurde die South African Spar (Pty) Ltd. gegründet.

Die UVE — Union Végé Européenne, Amsterdam — vereinigt Mitgliedsorganisationen aus Belgien, der Bundesrepublik, Frankreich, Großbritannien, Italien, Liechtenstein, Luxemburg, den Niederlanden, Österreich, der Schweiz und Spanien.

In der VIVO-International sind VIVO-Organisationen Belgiens, der Bundesrepublik, Frankreichs, Großbritanniens (FGA), Italiens, Luxemburgs, der Niederlande und Schwedens vereinigt.

Zur Centra-International zählen Mitglieder aus Belgien, der Bundesrepublik, Dänemark, Frankreich (Copral), Großbritannien und den Niederlanden.

### Freiwillige Ketten im Nahrungsmittelhandel 1960

| Zahl der Frw. Ketten | Länder                  | Großhandel           |                      |     | Einzelhandel          |                      |      | Umsatz               |                   |                        |
|----------------------|-------------------------|----------------------|----------------------|-----|-----------------------|----------------------|------|----------------------|-------------------|------------------------|
|                      |                         | Betriebe insges.     | davon in Frw. Ketten |     | Betriebe insges.      | davon in Frw. Ketten |      | Einzelhandel insges. |                   | davon Frw. Ketten in % |
|                      |                         |                      | absolut              | %   |                       | absolut              | %    | Währung              | Betrag in Mrd.    |                        |
| 9                    | Belgien                 | 9 000                | 80                   | 0,9 | 65 000                | 17 300               | 27   | .                    | .                 | 15                     |
| 21                   | BR Deutschland          | 57 892 <sup>1)</sup> | 540                  | 0,9 | 251 834 <sup>1)</sup> | 87 300               | 34,7 | DM                   | 33                | 43                     |
| 3                    | Dänemark                | .                    | 20                   | .   | 20 000                | 3 700                | 18,5 | dkr                  | 6                 | 25                     |
| 2                    | Finnland                | .                    | 22                   | .   | .                     | 1 560                | .    | fmk                  | 377 <sup>2)</sup> | .                      |
| 12                   | Frankreich              | 43 421               | 459                  | 1,1 | 339 300               | 43 439               | 12,8 | .                    | .                 | 4                      |
| 19                   | Großbritannien          | .                    | 136                  | .   | 275 000               | 22 050               | 8    | £                    | 4,1 <sup>3)</sup> | 15                     |
| 4                    | Italien                 | 31 653               | 55                   | 0,2 | 458 262               | 6 000                | 1,3  | .                    | .                 | .                      |
| 4                    | Luxemburg <sup>4)</sup> | 148                  | .                    | .   | 2 500                 | .                    | .    | .                    | .                 | .                      |
| 16                   | Niederlande             | 20 000               | 300                  | 1,5 | 100 389 <sup>5)</sup> | 17 000               | 17   | .                    | .                 | 35                     |
| (13)                 | Norwegen <sup>6)</sup>  | .                    | (38)                 | .   | .                     | .                    | .    | nkr                  | 6,4               | .                      |
| 7                    | Österreich              | .                    | 75                   | .   | 32 000                | 8 000                | 25   | OS                   | 23,1              | 30                     |
| 1                    | Portugal                | .                    | 4                    | .   | .                     | 200                  | .    | .                    | .                 | .                      |
| 4                    | Schweden <sup>7)</sup>  | .                    | 23                   | .   | 30 000 <sup>8)</sup>  | 3 150                | 10,5 | skr                  | 10                | .                      |
| 5                    | Schweiz                 | .                    | .                    | .   | 24 000                | 6 000                | 25   | .                    | .                 | .                      |
| 3                    | Spanien                 | .                    | 60                   | .   | .                     | 8 000                | .    | .                    | .                 | .                      |

<sup>1)</sup> 1957. <sup>2)</sup> 1961, Nahrungsmittel und Gemischtwaren. <sup>3)</sup> 1961. <sup>4)</sup> Vgl. Belgien. <sup>5)</sup> 1961. <sup>6)</sup> 13 Organisationen, die jedoch noch nicht als Freiwillige Ketten bezeichnet werden können. <sup>7)</sup> Ohne SAKO-SIFA. <sup>8)</sup> 1958.

Der Internationalen T.I.P. in Zaandam (Holland) gehören T.I.P.-Organisationen aus Belgien, der Bundesrepublik, den Niederlanden und Österreich an.

Von denjenigen Freiwilligen Ketten, die keine Organisationen gleichen Namens in anderen Ländern unterhalten, sind 3 weitere internationale Zentralen gegründet worden.

In der A & O International in Offenburg/Baden sind Belgien (Lido), die Bundesrepublik (A & O), Finnland (ASO), Frankreich (Cidef), Luxemburg (Lido), Österreich (A & O) und Schweiz (Toura) vereinigt.

Zur E.O.-Organisation Européenne zählen als Mitglieder Belgien (Excella), Bundesrepublik (AFU), Frankreich (Alimengros), Italien (AFU-Italiana), Niederlande (Kroon) und Österreich (Unitas).

IFA-International Food Association vereinigt Organisationen aus Belgien (Grosco), der Bundesrepublik (Fachring), Frankreich (Avam), den Niederlanden (Grosco), Österreich (Fachring), Schweden (Sifa) und Spanien (Anasa).

Außerhalb des Nahrungsmittelhandels bestehen zwei internationale Zentralen. In der Textilwarenbranche Euro-Seldis mit Mitgliedsorganisationen in Belgien, der Bundesrepublik, Frankreich, Italien (in Vorbereitung), Österreich und der Schweiz.

Zur Catena-Europe in der Hausratwarenbranche zählen die Mitgliedsländer Belgien, Bundesrepublik, Frankreich, Italien (in Vorbereitung) und Österreich.

Obwohl die meisten Mitgliedsländer der vorstehenden internationalen Organisationen im EWG-Raum liegen, kann man bereits heute von einer europäischen Bewegung der Großhändler-Einzelhändler-Zusammenarbeit sprechen.

#### Funktionen der internationalen Organisationen

In Anlehnung an die Tätigkeit der Internationalen Warenhaus-Gruppe wird als Hauptaufgabenbereich der europäischen Zentralen meist der gemeinsame Import für alle angeschlossenen Mitglieder genannt. Hier ist jedoch zu berücksichtigen, daß einem Gemeinschaftsimport gewisse Grenzen gesetzt sind. In jeder zu starken Auftragskonzentration liegt die Gefahr, daß diese auf einem bestimmten Markt eine Preissteigerung hervorruft. Die Spar unterhält deswegen beispielsweise allein in der Bundesrepublik 4 Einkaufszentralen, um schon auf nationaler Ebene Einkaufsballungen und lange Transportwege zu vermeiden. Die durch die europäischen Zentralen geschaffenen Vorteile auf dem Gebiete des Importes liegen eher in folgender Richtung: jeweils den nationalen Freiwilligen Ketten, die ihren Markt genau kennen, wird die Aufgabe übertragen, in ihrem Land über ihre Einkaufszentralen interessante Artikel für alle Schwesterorganisationen gemeinsam einzukaufen, was bis zur Lagerung und Finanzierung reichen kann. Dadurch wird eine Funktions- und Arbeitsteilung im europäischen Raum erreicht. Hier wird die Frage aufgeworfen, in welcher Weise dadurch der nationale Importhandel betroffen wird. Werden die Freiwilligen Ketten einen Direktimport durchführen, sich Importeure mit ihren Auslandserfahrungen angliedern oder über einen selbständigen Importhandel beziehen? Diese Entwicklung wird weitgehend vom Verhalten der Importeure selbst bestimmt werden.

Der größte Teil des Arbeitsprogramms der europäischen Zentralen wird jedoch dem Erfahrungsaustausch gewidmet sein. Dieser reicht vom Austausch der Erfahrungszahlen aus der Betriebsstatistik, den gegenseitigen Marktinformationen über Verbrauchergewohnheiten, Kundenstruktur sowie günstige Warenangebote bis zur gemeinsamen Markt- und Meinungsforschung.

Die durch den größeren Marktraum geschaffene Unübersichtlichkeit des Warenangebotes wird aber auch eine intensivere Werbung als Informationsquelle des Verbrauchers erforderlich machen. Hier bietet die europäische Zusammenarbeit eine gute Voraussetzung zur Gemeinschaftswerbung. Diese reicht vom Erfahrungsaustausch über Werbemittel und Werbeträger bis zur gemeinsamen, internationalen Handelsmarke.

Verschiedene internationale Zentralen halten gemeinsame Seminare und Tagungen für ihre Groß- und Einzelhändler sowie deren Personal ab.

Die Centra-International veranstaltete im März 1962 eine internationale Ausstellung zur Kontaktpflege mit Herstellern und Verbrauchern.

Von nicht geringem Interesse dürfte auch die Zusammenarbeit auf finanziellem Gebiet sein. Besonders für den Aufbau der Freiwilligen Ketten in den Ländern mit einem weniger entwickelten Handelsapparat wird mit einem großen Kapitalbedarf zu rechnen sein. Hier können die kapitalkräftigeren Schwesterorganisationen einspringen. Darüber hinaus besteht für die einzelnen nationalen Freiwilligen Ketten die Möglichkeit, über ihre Partnerorganisationen an einen günstigeren ausländischen Kapitalmarkt heranzutreten.

Auf einen Anfang dieses Jahres vom Verband des Groß- und Außenhandels der EWG-Mitgliedstaaten abgehaltenen Tagung wurde die Gründung einer EWG-Dachorganisation der Freiwilligen Ketten in Erwägung gezogen.

#### SORTIMENTS-AUSWEITUNG DURCH KATALOGE

Das Sortiment der Freiwilligen Ketten im Nahrungsmittelhandel war in den ersten Jahren ihres Bestehens begrenzt auf die Waren, die unter dem Begriff Kolonialwaren zusammengefaßt werden können. Um jedoch einerseits den Mitglieds-Einzelhändlern die Gewinnung eines festen Kundenkreises zu ermöglichen und damit andererseits eine wirksame Anpassung an das immer breiter werdende Sortiment der Konzentrationsformen zu erreichen, wurde von den Freiwilligen Ketten diese Sortimentsgrenze bald übersprungen.

Man begann mit dem Verkauf von Frischfleisch. Da ein solcher Verkauf aber nur durch einen qualifizierten Metzgermeister möglich ist, bauten einige Ketten eine Zusammenarbeit zwischen ihren Einzelhändlern und selbständigen Metzgereien auf. Diese betreiben die Frischfleischabteilung des Nahrungsmittelinzelhändlers als eine Art Filiale. Größere Einzelhändler haben eigene Abteilungen aufgebaut. Einige Freiwillige Ketten haben sich eigene Schlachtereien angegliedert.

Der zweite Schritt zur Sortimentsausweitung besteht in der Aufnahme von Nicht-Nahrungsmitteln, den sog. Non-Foods. Hier werden zwei Wege begangen: einmal die einfache Sortimentserweiterung durch das Angebot von Non-Food-Artikeln im Einzelhandelsbetrieb, wie sie z. B. von Lutter und VIVO betrieben wird; zum anderen die neuere abgeleitete Form einer Sortiments-

erweiterung über einen Warenkatalog. Hier werden die Produkte durch einen im Einzelhandelsbetrieb ausgelegten Katalog angeboten. Der Kunde bestellt beim Einzelhändler und erhält entweder von diesem die Waren ausgehändigt oder im Postversand zugestellt.

Diese Form der Sortimentsausweitung wurde in den vergangenen Jahren von verschiedenen deutschen und ausländischen Freiwilligen Ketten betrieben.

In der Bundesrepublik haben AfU und KOMA Kataloggeschäfte in eigener Regie aufgebaut. 6 Freiwillige Ketten dagegen arbeiten mit großen deutschen Versandhäusern zusammen: A & O mit Otto-Versand GmbH; BMA und Centra mit Scherer-Versand GmbH; Fachring mit Medaillon-Mode GmbH; Spar arbeitet über die Spar Versand GmbH mit Friedrich Schwab & Co, KG; Végé mit Versandhaus Schöpflin.

In Frankreich bietet Avam bereits seit 1950 Nicht-Nahrungsmittel an, seit 1957 wird das Kataloggeschäft betrieben. Die Spar betreibt das Versandgeschäft über Spar-Confort in Zusammenarbeit mit dem französischen Versandhandelsunternehmen Trois Suisses.

In den Niederlanden hat die Centra ein Kataloggeschäft in eigener Regie aufgebaut. Daneben besteht zwischen 25 Großhändlern und 1200 Einzelhändlern ein Interessenverband für ein gemeinsames Kataloggeschäft von Nahrungsmitteln und Non-Foods.

In Österreich besteht bei Spar eine Zusammenarbeit zwischen Spar Versand GmbH und dem Versandhaus Modenmüller sowie A & O mit dem Warenhausunternehmen Warmuth.

In der Schweiz hat am 15. Mai 1962 die Végé das Versandgeschäft in Zusammenarbeit mit dem Versandhaus Spengler AG gestartet.

Der dritte Schritt zur Ausweitung des Sortiments ist im Aufbau eines Obst- und Gemüsefrischdienstes zu finden, wie er bereits von einigen Freiwilligen Ketten betrieben wird, von anderen gegenwärtig aufgebaut wird.

Im Verkauf von Versicherungspolice (Hausrat-, Elektro- und Gasgeräte-, Unfall-, Privathaftpflicht-, Privatrechtsschutzversicherung) durch Nahrungsmittelinzelhändler in der Bundesrepublik ist ein vierter Schritt zur Erweiterung des Sortiments zu sehen. Die Spar begründete die Aufnahme dieses Geschäfts damit, daß sich der mittelständische Einzelhändler gezwungen sähe, sich durch zusätzliche Dienstleistungen um den Konsumenten zu bemühen.

Das Sortiment der Freiwilligen Ketten in den anderen Branchen ist eng auf das der Branche beschränkt geblieben. So beabsichtigen Catena und Seldis auch nicht die Aufnahme des oben beschriebenen Katalog- oder Versandgeschäftes.

#### EINZEL- UND GEMEINSCHAFTSWERBUNG

Eine erfolgreiche Werbung im Einzelhandel wird auch in Zukunft der persönliche Kontakt des Einzelhändlers zu seinen Kunden bleiben. Die T.I.P. beispielsweise stellt diesen Weg so weit in den Vordergrund ihrer Werbestrategie, daß sie auf eine einheitliche Kennzeichnung der Geschäfte ihrer Mitglieder verzichtet.

Andere Freiwillige Ketten dagegen — z. B. A & O, Catena, Centra, Fachring, Seldis, Spar, Végé und

VIVO — stellen bewußt das Zeichen ihrer Organisation heraus, um auf diese Weise eine Verbundenheit zwischen Kunden und Freiwilliger Kette zu erzeugen, die auch über die nationalen Grenzen hinaus wirksam sein soll. Dies gilt insbesondere im Hinblick auf den immer stärker werdenden internationalen Reiseverkehr. Darüber hinaus betreiben Freiwillige Ketten auch Gemeinschaftswerbungen durch die Werbemittel Anzeige, Rundfunk, Fernsehen und Plakatschlag.

Nach Erhebungen von „Kapferer & Schmidt, Gesellschaft für Wirtschaftsanalyse und Markterkundung“, Hamburg, haben 1961 Freiwillige Ketten<sup>1)</sup> der Bundesrepublik für die genannten Werbemittel 24,8 Mill. DM aufgewandt. Bei den Werbemaßnahmen wurde die Insertion bevorzugt; allein 87,6% entfielen auf Anzeigen in Tageszeitungen (17,8 Mill. DM) und Inserate in Zeitschriften (3,9 Mill. DM), 7,9% (2 Mill. DM) wurden für Fernsehwerbung, 3,7% (0,9 Mill. DM) für Funkwerbung und 0,8% (0,2 Mill. DM) für Plakatschlag aufgewandt.

Im Vergleich hierzu wurden in Frankreich von Freiwilligen Ketten<sup>1)</sup> 1961 nur 3,4 Mill. NF für Werbung ausgegeben. Davon entfielen 85,3% (2,9 Mill. NF) auf Inserate in Tageszeitungen und 14,7% (0,5 Mill. NF) auf Anzeigen in Zeitschriften.

Für Österreich wurden 1961 8,2 Mill. ÖS als Werbeaufwendungen von Freiwilligen Ketten<sup>1)</sup> ermittelt. Davon wurden 84,1% (6,9 Mill. ÖS) für Anzeigen in Tageszeitungen und 15,9% (1,3 Mill. ÖS) für Inserate in Zeitschriften aufgewandt.

Die Finanzierung der Werbemaßnahmen wird unterschiedlich gehandhabt. Teilweise werden die Kosten nur von den Großhändlern getragen, teilweise erfolgt eine Beteiligung der Einzelhändler. Dies ist nicht zuletzt abhängig vom organisatorischen Aufbau sowie dem Grad der Integration der einzelnen Freiwilligen Kette.

Wesentlich ist, daß diese Gemeinschaftswerbungen unter dem gemeinsamen Organisationszeichen mit der Einzelwerbung des Einzelhandels koordiniert werden. Zu diesem Zweck erhält der Einzelhändler eine genaue Zeitübersicht der einzelnen Werbemaßnahmen, so daß er seine Werbung — Verkaufsgespräch, Schaufenster, Regale, Ständer — hierauf ausrichten kann.

Einige Freiwillige Ketten (u. a. IFA und Végé) haben den Versuch unternommen, ihre Werbung auf internationaler Ebene zu betreiben, der besonders im Hinblick auf den bereits erwähnten stark auslandsorientierten Reiseverkehr größere Bedeutung beigemessen wird. Noch bestehen jedoch Schwierigkeiten in den technischen Voraussetzungen. So gibt es noch nicht in allen Ländern die Möglichkeit einer Rundfunk- und Fernsehwerbung (z. B. Frankreich, Österreich, Schweiz). Eine gleichzeitige Werbekampagne in mehreren Ländern über diese Werbemittel ist somit bisher noch nicht durchführbar.

Einige Freiwillige Ketten messen der eigenen internationalen Handelsmarke eine größere Werbewirksamkeit bei und beginnen damit, bestimmte Artikel, die in den Mitgliedsländern gleiche Absatzchancen aufweisen, in allen ihren Einzelhandelsbetrieben zu forcieren.

<sup>1)</sup> Einschließlich Konsumgenossenschaften.



Eine noch sehr umstrittene Art der Gemeinschaftswerbung findet sich in der werblichen Zusammenarbeit zwischen Freiwilligen Ketten und Produzenten. Daß dieser Weg bereits beschritten wird, zeigen Beispiele im Ausland.

In den Niederlanden beteiligen sich Markenartikelhersteller an den Werbekosten der T.I.P., deren Produkte sie führt.

In Großbritannien ist eine Gemeinschaftswerbung zwischen Centra und Nestlé gestartet worden, wobei für ein Sortiment geworben wird, in dem gleichzeitig Hersteller- und Handelsmarken angeboten werden.

Auch in der Bundesrepublik scheint die Idee der vertikalen Gemeinschaftswerbung zwischen Freiwilligen Ketten und Herstellern auf fruchtbaren Boden zu fallen.

#### **MARKENARTIKEL — HANDELSMARKE PRODUZENT UND FREIWILLIGE KETTE**

Die Haltung der meisten Produzenten in allen europäischen Ländern gegenüber den Freiwilligen Ketten war während deren Gründungszeit, aber auch in den nachfolgenden Jahren, sehr ablehnend. Als die ersten Freiwilligen Ketten mit Großaufträgen an die Markenartikelhersteller herantraten, weigerten sich diese oft, größere Mengen- oder Funktionsrabatte zu gewähren und die Preisbindung der zweiten Hand zu lockern. Dieses Verhalten der Markenartikelindustrie ist einer der Gründe zur Schaffung eigener Handelsmarken durch die Freiwilligen Ketten.

Es muß aber festgehalten werden, daß die Freiwilligen Ketten damit nicht als Gegner der Preisbindung bezeichnet werden können. Die T.I.P. beispielsweise lehnt jede eigene Handelsmarke ab, sie forciert bewußt den Markenartikel; in den Niederlanden reicht dies bis zu einer vertikalen Gemeinschaftswerbung zwischen Handel und Industrie. Fachring betont, daß seine Handelsmarken keine Kampffartikel gegen den Markenartikel seien, sondern aus der Notwendigkeit entstanden sind, immer mehr Artikel in selbstbedienungsgerechter Aufmachung und Verpackung zu liefern. A & O beabsichtigt, eigene Handelsmarken dort zu schaffen, wo Lücken im Angebot der Markenartikelindustrie bestünden. Man will jedoch dort keine neuen Marken schaffen, wo das Angebot bereits als ausreichend anzusehen sei.

Die Freiwilligen Ketten sind nicht als Gegenpol zu einer Angebotsmacht der Markenartikelindustrie entstanden. Das Vordringen der Konzentrationsformen im Handel gab den entscheidenden Anstoß für ihre Gründung. Diese führen jedoch sowohl Markenartikel

als auch Handelsmarken und üben somit zum Teil die Preisbildungsfunktion selbst aus. Wollen die in Freiwilligen Ketten vereinigten Einzelhändler den Konzentrationsformen gegenüber konkurrenzfähig sein, so müssen sie aktive Preispolitik treiben. Diese ist bei einem Markenartikel mit einem gebundenen Endverbraucherpreis nicht möglich. Die Konkurrenzsituation im Handel führt somit zwangsläufig zur Handelsmarke, deren Herstellung Industrieunternehmen zur Förderung einer fruchtbaren Zusammenarbeit mit den Freiwilligen Ketten erwägen sollten. Bei der heutigen Tendenz zur Massenproduktion, die einen Massenabsatz verlangt, sollte eine vermehrte Zusammenarbeit zwischen Industrie und Handel angestrebt werden (vgl. hierzu auch die Ausführungen des Verfassers in DIE WELT vom 18. 3. 1961).

Die fortschreitende Integration der europäischen Märkte, das Fallen der Zollschranken, wird zu einer neuen Absatz- und Beschaffungspolitik der Freiwilligen Ketten führen. Im Rahmen der Zusammenarbeit in den internationalen Organisationen erfolgt eine Aufteilung der Beschaffungsfunktionen. Die einzelnen nationalen Freiwilligen Ketten treten auf ihrem nationalen Markt auch als Einkäufer für ihre ausländischen Schwesterorganisationen auf. Die Auftragsgrößen gegenüber der Industrie werden steigen. Die Freiwilligen Ketten werden damit zu einem bedeutenden absatzwirtschaftlichen Partner der Hersteller; sie sind in der Lage, für diese neue Auslandsmärkte zu erschließen.

Die Freiwilligen Ketten sind in der Regel nicht an eigenen Produktionsbetrieben interessiert. Sie sind bestrebt, ihre Tätigkeit auf den Bereich des Handels zu beschränken. Dazu sind sie aber nur dann in der Lage, wenn sie zu einer echten Partnerschaft mit der Industrie gelangen. Die Hersteller — vorwiegend in der Nahrungsmittelbranche, aber auch in den anderen Bereichen, in denen sich neue Handelsformen entwickeln — müssen erkennen, daß Groß- und Einzelhandel aus ihrer Rolle als „Verteiler“ herausgetreten sind und eine neue absatzwirtschaftliche Aktivität entwickeln, eine neue „Handels“-Funktion ausüben.

Diese Evolution im Handel findet sich in unterschiedlichen Abstufungen in allen europäischen Ländern. Die Unternehmen der Herstellersphäre sollten sich hierauf einstellen, ihr herkömmliches absatzwirtschaftliches Instrumentarium — u. a. auch die Preisbindung — überprüfen und die Freiwilligen Ketten als einen Absatzweg mit Möglichkeiten der Markterhaltung und Marktschaffung auf in- und ausländischen Märkten sehen.