

So wird
echte Freude
schnell
vermittelt



Es begann
vor 50 Jahren

„Die Idee ist gut“ – so schrieben 1908 die Blumenbinder aus vielen Städten ihrem Berliner Kollegen Max Hübner, dem geistigen Vater der FLEUROP.

Duftig-frisch sollten von nun an die bestellten Blumen in die Hände auswärtiger Empfänger kommen. Durch gegenseitige Vermittlung von Fernaufträgen! Damals neu – heute längst kein Problem mehr!

Sages mit Blumen durch

FLEUROP

Auch wenn die Entfernung noch so groß ist – FLEUROP ist überall.

Und überall hat man Vertrauen zu den Blumengeschäften dieser vorbildlich geleiteten Organisation, die schon Millionen Menschen einander näher brachte durch

BLUMEN IN ALLE WELT



Erkennlich
an diesen Zeichen:



HANDEL

PREISE

Der Testprozeß

Das jüngste Kollegium des Bundesgerichtshofes (BGH), der unlängst konstituierte sogenannte Kartellsenat, wird Mitte nächster Woche über seinen ersten Fall beraten. Die Richter des Kartellsenats können sicher sein, daß ihr erster Spruch gebührendes Interesse finden wird: Von dem Karlsruher Urteil hängt es ab,

- ▷ ob große Teile des westdeutschen Handels und der Industrie ihre Verkaufspraktiken radikal ändern müssen oder nicht, und
- ▷ ob es einer großen westdeutschen Firma gelingt, ihrer Rechtsauffassung über ein diffiziles Wettbewerbsproblem mittels einer besonders eleganten Taktik den höchstrichterlichen Nachdruck zu verschaffen.

Die Frage, von deren Entscheidung so viel abhängt, wurde, von der Rechtsabteilung der Kölner Kosmetik-Firma 47 11 aufgeworfen. Das weltberühmte Kölner Haus will geklärt wissen, ob es mit dem Kartellgesetz vereinbar ist, daß Markenartikelfirmen den Verkäufern die Endverkaufspreise zwar nicht verbindlich vorschreiben, aber doch durch sogenannte Richtpreise oder Preisempfehlungen nahelegen.

Diese Art lockerer Preisbindung ist in vielen Branchen üblich und hat den Vorteil, daß sie fast ebenso wirksam, aber nicht annähernd so kostspielig und umständlich ist wie die echte Preisbindung der zweiten Hand, bei der die Endverkaufspreise vom Produzenten zwingend vorgeschrieben werden, was jedoch der Genehmigung des Kartellamtes bedarf und zudem einen umfänglichen Kontrollapparat erfordert, ohne den die strikte Einhaltung der Festpreise – von der die Genehmigung abhängt – nur selten gewährleistet werden kann. Überdies bedarf es in der Regel einer beherrschenden Marktposition, um die Preisbindung praktisch durchzusetzen.

Die Firma 47 11, deren Produkte preisgebunden sind, fand es unangemessen, daß andere Firmen die meisten Vorteile der Preisbindung einheimischen – Vertrauten der Kunden, Vorliebe der Händler für preisgebundene Artikel –, ohne die Nachteile – Anmeldung beim Kartellamt, Kontrollapparat – in Kauf nehmen zu müssen. Als Beispiel für diese Art der Verkaufstaktik diente den 47 11-Juristen eine andere Kölnisch-Wasser-Firma, die mit unverbindlichen Preisempfehlungen statt mit Preisbindung arbeitet.

47 11 bezichtigte die Firma „Johann Maria Farina Dr. E. Meitzen am Dom zu Köln“, Köln, Domkloster 2, durch ihre Preisempfehlungen gegen das Kartellgesetz verstoßen und unlauteren Wettbewerb betrieben zu haben, und beantragte beim Kölner Landgericht, Farina bei dem Vertrieb von Kölnisch Wasser die Aufgabe von Verbraucherpreisen zu untersagen – sowohl in Preislisten, Geschäftsdrucksachen und Rechnungen wie auf der Ware, der Verpackung oder in der Werbung.

47 11 siegte auf der ganzen Linie, und Farina unterlag sogar mit der Widerklage, dann wenigstens künftig in Preislisten und Werbung ihre Preisempfehlungen als „unverbindliche Verbraucherpreise“ angeben zu dürfen.

Das Landgericht Köln entschied:

- ▷ Die Bekanntgabe von Verbraucherpreisen in den Preislisten des Herstel-

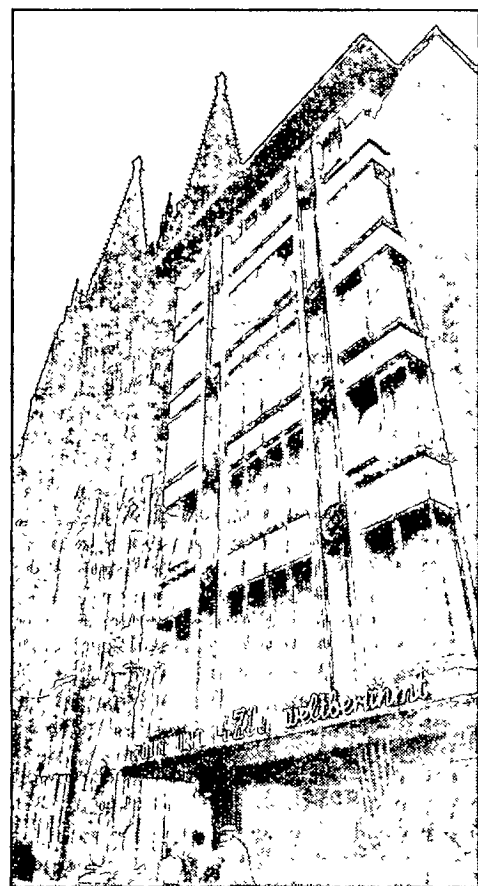
lers eines nichtpreisgebundenen Markenartikels und der Aufdruck dieser Preise auf Ware, Verpackung und Werbemitteln stellt eine Empfehlung dar, die nach Paragraph 38 Absatz 2 Satz 2 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen ordnungswidrig ist, wenn sie zu einem gleichförmigen Verhalten der Wiederverkäufer geführt hat.

- ▷ Die Ordnungswidrigkeit wird nicht dadurch ausgeschlossen, daß die Verbraucherpreise mit dem Zusatz „unverbindlicher Richtpreis“ versehen werden.

Außerdem, so urteilte das Gericht, sind solche Preisempfehlungen unlauterer Wettbewerb.

Ob dieses Urteil rechtens ist, darüber hat nun der Kartellsenat des Bundesgerichtshofes als Revisionsinstanz zu entscheiden – die Berufungsinstanz, das Oberlandesgericht Köln, wurde mit Einverständnis aller Beteiligten übersprungen.

Wenn der BGH das Landgerichtsurteil akzeptiert und ihm dadurch zur Rechts-



47 11 - Haus am Kölner Dom
Prozeß-Gegner unter einem Dach

kraft verhilft, dann müssen künftig alle Hersteller von Markenartikeln entweder auf jede Nennung von Preisen für ihre Erzeugnisse verzichten oder sich zur Preisbindung der zweiten Hand entschließen, also unter ausdrücklicher Anmeldung beim Bundeskartellamt in Berlin ihre Abnehmer bindend verpflichten, bei der Abgabe an den Verbraucher bestimmte vorgeschriebene Preise einzuhalten.

Bis zum Erlaß des neuen Kartellgesetzes gaben Industrie und Handel Verbraucherpreise bei allen Arten von Waren, nicht nur bei Markenartikeln, unbeanstandet bekannt. Unmittelbar nach Kriegsende hatten die Besatzungsmächte allerdings zunächst die Festsetzung von Preisen für Ankauf oder Verkauf von Erzeugnissen aller Art verboten, doch wurde schon 1948

der Aufdruck von Endpreisen auf die Verpackung wieder erlaubt und 1952 auch die für den Händler zwingende Preisbindung der zweiten Hand.

Kaum hatte jedoch das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen, das sogenannte Kartellgesetz, die Bonner Gesetzmühlen passiert, da wurde die Frage, ob Preisempfehlungen für nicht preisgebundene Markenartikel fortan etwa unzulässig seien, zum umstrittensten und praktisch bedeutsamsten Problem des Kartellrechts. Dem Landgericht Köln blieb es vorbehalten, zum ersten Male darüber zu entscheiden, und zwar so, daß die bisher üblichen Preisempfehlungen künftig unzulässig sein sollen.

Die Konsequenzen dieser Auffassung sind kaum zu übersehen. Nach diesem Urteil ist es dem Erzeuger untersagt, zur Gestaltung des Endverkaufspreises überhaupt Stellung zu nehmen, sogar die Bekanntgabe von Berechnungsmethoden („Brutto-Preisen“) ist unzulässig.

Kein Produzent wird mehr — etwa in der Werbung — dem interessierten Kunden Preisangaben machen können, sofern er sich nicht zur kartellamtlich genehmigten Preisbindung der zweiten Hand entschließt. Daran ist aber vielen Branchen nicht gelegen, weil sie nur auf einheitliches Preisniveau, nicht aber auf einen pfenniggenauen Einheitspreis Wert legen.

Mit Preisempfehlungen und Richtpreisen, die in der Regel bis auf geringfügige Schwankungen eingehalten werden, arbeitet beispielsweise die Arzneimittel-Branche. Wird das Kölner Urteil rechtskräftig, so werden Arzt, Patient und Krankenkassen in Ermangelung eines einheitlichen Verbraucherpreises künftig die Höhe der Rezeptkosten nicht mehr verlässlich abschätzen können.

Auch eine andere Art von Preisempfehlungen, die Kundendienst-Scheckhefte der Automobil-Industrie, in denen Richtpreise für Ersatzteile und Kundendienst-Leistungen festgelegt sind, wurde durch das Urteil des Landgerichts Köln für unzulässig erklärt. Kurzum: Die Hersteller von Markenartikeln, die nicht formal preisgebunden sind, gehen einem Preiswarrumpel entgegen, weil sie auch keinen unverbindlichen Richtpreis mehr empfehlen dürfen. Dagegen gewinnt das Privileg der Markenartikelfirmen mit amtlich genehmigter Preisbindung, ihre Preise auszeichnen zu dürfen, beträchtlich an Bedeutung, weil der Verbraucher seit Jahrzehnten bei guten Artikeln Festpreise voraussetzt.

Der Ausschuß für Wettbewerbsordnung des Bundesverbandes der Deutschen Industrie in Köln kommentierte das Landgerichtsurteil dementsprechend bissig: „Wir betrachten die Entscheidung sowohl wegen ihrer einzelnen Feststellungen wie auch wegen ihres Gesamtergebnisses nicht als haltbar... Sollte die Entscheidung aber rechtens sein, wäre eine Novelle zum Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen unerlässlich, die Brutto-Preislisten, Preisdrucke, Empfehlungen von Einzel firmen und so weiter ausdrücklich zuläßt. Kein Staat der westlichen Welt verbietet diese Praktiken, die ein unabdingbares Element unternehmerischer Betätigung sind.“

Tatsächlich betrachtet man die Preisempfehlung im Mutterland der Anti-Trust-Bewegung gänzlich anders. So tritt an demselben Tage, an dem der Bundesgerichtshof das Kölner Urteil nachzuprüfen hat, am 1. Oktober, in den Vereinigten Staaten der sogenannte „Automobile Information Disclosure Act“ in Kraft. Nach diesem Gesetz sind Hersteller und Importeure von Kraftfahrzeugen verpflichtet, nicht nur den Endverkaufspreis, sondern auch Frachtsätze und andere Kostenfaktoren „in schwer vernichtbarer Form“ an der

Schinkenhäger
Würzig-mild

mit dem bekannten
Schinkenbild

Dein Herz wird froh - Dein Kopf bleibt klar -
weil es ein Schinkenhäger war.

Windschutzscheibe jedes Autos bekanntzugeben.

Ebenso bemerkenswert wie das Urteil des Landgerichts Köln, das in aller Welt übliche Preisankündigungen als unlauteren Wettbewerb qualifiziert, ist die Entstehungsgeschichte dieses Richterspruchs.

Vor den Kölner Richtern standen sich in den Firmen 47 11 und „Farina am Dom“ zwar zwei Unternehmen der Körperpflege-mittel-Industrie gegenüber, die beide Kölnisch Wasser produzieren und von denen das eine — 47 11 — mit gebundenen und das andere mit empfohlenen Preisen arbeitet. Gleichwohl sind diese mit traditionsschweren Namen behafteten Häuser alles andere als Konkurrenten, die sich wegen eines solchen Problems bis aufs Messer bekämpfen.

In Wirklichkeit sind die beiden Firmen so eng miteinander verhäkelt, daß die Abhängigkeit der Firma Farina vom Hause 47 11 mit „freundschaftlicher Verbundenheit“ — so Johann Maria Wolfgang Farina, Inhaber der gleichnamigen Firma und Karnevalsprinz außer Dienst — überaus zurückhaltend umschrieben ist.

Die Firma „Farina am Dom“ wohnt zur Miete vis-à-vis der Kölner Kathedrale auf einem Grundstück der Firma 47 11, dem sogenannten Blau-Gold-Haus, das mit 47 11-Reklame, einem 47 11-Geschäft und Türknoöpfen mit dem 47 11-Symbol so eindeutig als 47 11-Domizil ausgewiesen ist, daß man in diesem Gebäude schwerlich eine mit Kölnisch Wasser anderer Art handelnde Firma vermuten würde.

Die Firma Farina stellt ihre Erzeugnisse auch nicht selbst her, sondern läßt sie in Lohnfertigung von einem Unternehmen produzieren, an dem 47 11 mit rund 80 Prozent des Aktienkapitals beteiligt ist, nämlich bei der Jünger und Gebhardt AG in Köln-Ehrenfeld. Ihre juristischen Angelegenheiten läßt die Firma Farina durch die Rechtsabteilung von 47 11 erledigen, der ein Jurist von besonderen Gaben, Max Schreiber, vorsteht.

Die Verbundenheit dieser Farina-Firma mit dem Hause 47 11 steht in den dickleibigen Folianten des Kölner Handelsregisters allerdings ebensowenig zu Buche wie die „freundschaftlichen Bindungen“ der anderen in Köln ansässigen Farina-Firmen.

Von den elf in Köln als selbständige Unternehmen firmierenden Farina-Firmen residieren außer „Farina am Dom“ noch drei weitere als Mieter in Grundstücken von 47 11 oder ihrer Tochtergesellschaft Jünger und Gebhardt AG. Die beiden Firmen „Johann Maria Farina & Co Zur Stadt Rom“ und „Johann Maria Franz Farina & Co Zur St. Ursula“ saßen lange Zeit am Hinterausgang der 47 11-Produktionsstätte in Köln-Ehrenfeld, nämlich in dem 47 11 gehörenden Hause Thebäer Straße 23. Dieses unansehnliche Gebäude haben beide Firmen inzwischen aufgegeben, um in ein repräsentatives Nachbarhaus umzuziehen, das ebenfalls 47 11 gehört. Die Exportfirma „Johann Maria Farina Jülichsplatz No. 4“ domiliziert im Hause von Jünger und Gebhardt, wo die Firma „Farina am Dom“ ihre Erzeugnisse herstellen läßt.

Angesichts dieser Bindungen ist es immerhin etwas erstaunlich, daß sich 47 11 zum Prozessieren nicht unter den Farina-Firmen einen Gegner suchte, der nicht so eng an 47 11 gekettet ist.

Als der Industrie und dem Handel bekannt wurde, wer gegen wen erfolgreich zu Felde gezogen war, machte sofort das böse Wort vom „Scheinprozeß“ die Runde. Jene Wirtschaftskreise, die künftig nach dem Willen von 47 11 nicht mehr mit Hilfe von Preisempfehlungen zu einem relativ stabilen Verbraucherpreis kommen sollen, gingen sogar so weit, den Kampf der Firmen-Anwälte mit der Beschäftigung jener Preisboxer zu vergleichen, bei denen die Manager vorher den Sieger festgelegt haben.

Dieser ungewöhnlichen Behauptung steht freilich entgegen, daß der Farina-Vertreter ein Anwalt ist, der in Köln den „Verein gegen Unwesen in Handel und Gewerbe“ höchst aktiv leitet. Und 47 11-Haus-Jurist Schreiber beschwichtigt Kritiker, denen der Prozeß nicht ganz geheuer scheint, mit der Erklärung: „Wir haben dem Gericht alles unterbreitet, was für und gegen unsere Auffassung spricht.“

Die Firma 47 11 hatte bei ihrem Prozeß ungewöhnlich gute Richter: Trotz der unübersehbaren Bedeutung des Grundsatzprozesses bezifferte das Gericht den Streitwert von Klage und Widerklage lediglich auf je 10 000 Mark. Während normalerweise die deutsche Justiz sechs bis neun Monate braucht, um zu einem Urteil der ersten Instanz zu kommen, brachte die Firma 47 11 ihren Prozeß in genau 70 Tagen über die erste Runde. Die Gegenpartei gab sich mit einer einzigen mündlichen Verhandlung zufrieden und verzichtete sogar auf die Berufungsinstanz, obwohl die Entscheidung der Rechtsfrage in diesem Prozeß besonders stark von der



Farina-Chef Farina: Triumphale Niederlage

Wertung tatsächlicher Gegebenheiten abhängt, die der Bundesgerichtshof als Revisionsinstanz nun nicht mehr überprüfen darf.

Den 47 11-Triumph in die Öffentlichkeit hinauszuposaunen, übernahm denkwürdigerweise nicht 47 11 als Sieger, sondern ausgerechnet der Anwalt der unterlegenen Partei Farina, der das Urteil der Fachzeitschrift „Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht“ zur Veröffentlichung mitteilte.

Während Fachzeitschriften sich sonst brüsten, daß sie nicht in „schwebende Verfahren eingreifen“, wurde das noch nicht rechtskräftige 47 11-Urteil auf Veranlassung des unterlegenen Anwalts knapp 14 Tage nach dem Urteilsspruch veröffentlicht. Und obwohl der Anwalt die schwachen Punkte des Urteils ohne Zweifel am besten kannte, enthielt er sich jeder kritischen Stellungnahme — einer Aufgabe, die ihm in den Blättern „Wettbewerb in Recht und Praxis“ und „Der Betriebs-Berater“ zwei andere Juristen abnahmen.

Der eine Rezensent, der Anwaltassessor Dr. Friedrich Kracht, roch sogar von seinem Stuttgarter Schreibtisch aus, daß es sich hier „offenbar um einen Testprozeß“ handele. Er stellte schlicht fest: „Ich halte das Urteil im Ergebnis für unrichtig.“

Der Anwaltassessor warf dem renommierten Kölner Landgerichtsdirektor Werner Jungbluth, der dieses Urteil gefällt hatte und der Kölns Jura-Studenten im Referendar-Examen prüft, sogar vor, einen Grundsatz der Zivilprozeßordnung in diesem Verfahren nicht beachtet zu haben. Auf die Widerklage der Firma Farina — künftig wenigstens als unverbindlich deklarierte Verbraucherpreise empfehlen zu dürfen — hätte das Kölner Gericht nach Auffassung des Anwaltassessors aus zwingenden formalen Gründen überhaupt nicht eingehen dürfen.

Nach der Zivilprozeßordnung muß ein sogenanntes Rechtsschutzinteresse bestehen, wenn ein Gericht tätig werden soll. Nur ein aktueller Streit über ein bestehendes Rechtsverhältnis darf vom Richter entschieden werden, nicht aber eine Rechtsfrage, die erst in Zukunft akut wird. Meinte der Rezensent der Fachzeitschrift „Der Betriebs-Berater“: „Die Widerklage ging also auf Feststellung einer nur gedachten Rechtsfrage und mußte deshalb durch Prozeßurteil abgewiesen werden.“ Der Anwaltassessor fügte besänftigend hinzu: „Trotzdem wird man dem Gericht für seine Ausführungen... dankbar sein.“

Alle Firmen, die eine Preisbindung der zweiten Hand wegen des kostspieligen Kontrollapparates oder mangels einer entsprechenden Marktposition bislang nicht durchgeführt hatten, sind anderer Meinung und glauben, daß nicht nur die Widerklage, sondern sogar der gesamte Prozeß zwischen den beiden engverbundenen Häusern 47 11 und Farina nur dem Zweck diene, eine „gedachte Rechtsfrage“ zu klären. Sie hegen den Verdacht, daß sich 47 11 in Farina einen Scheingegner gesucht hat, um das Gericht zu einem von 47 11 gewünschten Urteil zu bewegen und so zu erreichen, daß künftig allein die marktbeherrschenden Markenartikler die Möglichkeit haben, den Endverkaufspreis ihrer Ware zu bestimmen und sich dadurch Vorteile im Wettbewerb zu sichern.

Die Rechtsabteilung von 47 11 hat jedenfalls insofern ein Meisterstück vollbracht, als sie es mit Hilfe des Landgerichts Köln unter Berufung auf das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen erreicht hat, daß der Wettbewerb unter den Einzelhändlern noch weiter eingeschränkt wird.

Wie der Berliner Kartellexperte Dr. jur. Karl Marctus feststellt, verkehrt das Urteil des Landgerichts den „Zweck des (Kartell-)Gesetzes, den freien Wettbewerb zu sichern und zu fördern“, in sein Gegenteil, weil nämlich „die Hersteller, wenn sie weiterhin Verbraucherpreise bekanntgeben wollen, die Freiheit der Einzelhändler durch Einführung vertraglicher Preisbindungen und eine Anmeldung beim Bundeskartellamt beschränken müßten.“