



*Hans Wienands, Vorsitzender des ZVEI Fachverbandes Consumer Electronics, anlässlich des BVT / ZVEI Branchendialogs Kartellrecht am 13. Mai 2015 in Hamburg. Hier seine Ausführungen zum Thema:*

## **„Kartell des Schweigens oder Vertragsfreiheit für die Wirtschaft?“**

Wir leben in einer revolutionären Zeit: die Digitalisierung löst dramatische Veränderungen aus: gesellschaftlich, politisch und wirtschaftlich – und das in einer nie zuvor bekannten Beschleunigung – quasi eine industrielle Revolution in Lichtgeschwindigkeit. Aber die Gesetze (und auch Gewohnheiten), die unser gemeinsames Handeln zwischen Industrie, Handel und Verbraucher regeln, stammen aus einer Zeit, als zum Beispiel der Begriff „Fernabsatz“ durch sorgfältiges Katalogstudium, das Ausfüllen einer Bestellpostkarte und die zuverlässige Lieferung durch die Deutsche Bundespost an die Haustüre definiert wurde.

An die Möglichkeit von Verbrauchern, per Smartphone Preisvergleiche durchzuführen, neben Testberichten auch die Nutzerfahrungen vieler anderer zu lesen, in Videoblogs das Installieren von Heimnetzwerken zu lernen, daran konnte man damals nicht denken. Die daraus erwachsende Transparenz, Konsumgüter und ihre Preise jederzeit vergleichen zu können, kommt uns als Verbrauchern allen zugute.

Für die Marktwächter in Europa, die Industrie und Handel immer unter Generalverdacht haben, den Verbraucher durch versteckte Preisbindungen zu übervorteilen oder den freien Warenaustausch in Europa zu verhindern, liefert die Netztransparenz ein hervorragendes Instrument, Missbrauch aufzudecken.

Zu unseren Verbrauchergunsten gibt es für den E-Commerce Handel daher Freiheiten – in meiner persönlichen Wahrnehmung allerdings mehr Freiheiten als der etablierte Handel sie hat – und die einer Regelung zum Schutze der Verbraucher bedürfen.

Denn zum Zeitpunkt der Gesetzgebung konnte man nicht wissen, dass es Händler geben könnte, die gestützt durch jede Menge Risikokapital, Markenware einkaufen und sich mit nicht kostendeckenden Kampfpreisen auf den Verbraucher stürzen würden – um sich damit Marktanteile bis hin zum Monopol jenseits des gesetzlich geregelten Wettbewerbs zu erkaufen und/oder sich in eine gewinnträchtige Exit-Position zu bringen.

Es bedarf also einer differenzierten Betrachtung, welche gesetzlichen Regelungen zukünftig notwendig sein werden, um Wettbewerbsgerechtigkeit herzustellen. Denn so falsch wie der Gedanke, das man den e-Commerce Handel beschränken und dem Verbraucher die freie Auswahl zu den Gütern seiner Wahl verwehren sollte, so falsch ist auch der Gedanke, das der Online-Handel allein unsere wachsenden Verbraucheransprüche befriedigen kann.

Weil die aktuelle Gesetze und deren Auslegung aber so sind wie sie sind, hat die Verunsicherung der handelnden Personen zu dem geführt, was Willy Fischel so treffend „Das Kartell des Schweigens“ betitelt hat.

Zu einer seiner Thesen möchte ich als Vertreter der Industrieseite heute direkt Stellung nehmen:

Macht es sich die Industrie zu einfach, wenn sie mit dem Hinweis auf die Compliance-Vorschriften den eigenen Handlungsstillstand rechtfertigt? Und damit stellt er auch indirekt die Frage: will die Industrie einen beratenden, stationären Fachhandel, der teurer ist als jeder Massenabsatzkanal, sei es ein Hyper-Markt oder ein Pure-Player?

Sie werden gleich in den Vorträgen von Dr. Wagemann und Dr. Schröder unter anderem hören, wie schwierig es für die Industrie geworden ist, ihre Handelspartner leistungsorientiert zu vergüten - welche Risiken ein nicht als Kartellrechts-Jurist ausgebildeter Vertriebsleiter eingeht - wie aufwändig und diffizil die Begründung zum Beispiel für ein Selektiv-Programm und dessen vertragliche Gestaltung ist. Fehler können einen noch nach 4 Jahren, 11 Monaten und 29 Tagen nach der Umsetzung einholen. Die Strafen bei Fehlverhalten (gewollt oder ungewollt) sind drastisch und existenzbedrohend – für die Unternehmen und für die handelnden Manager persönlich.

Als Handelspartner in einem offenen Markt mit hoher Innovationsgeschwindigkeit genießen wir, die wir heute hier sind, nicht die Privilegien einer vertikalen Marken-Vertriebsstruktur wie zum Beispiel die Autoindustrie. (Sie ist nach meiner persönlichen Auffassung in unserer Branche auch nicht erstrebenswert) Auch den Marken- und Vertriebsschutz der Luxus- und Premiumhersteller und Händler von Uhren, Schuhen, Handtaschen oder Kosmetika haben wir uns bis heute nicht erarbeiten können.

Aber die Elektronikindustrie investiert jährlich zig-Milliarden in die Erforschung und Entwicklung der Geräte, die unseren digitalen Fortschritt erst möglich machen. Intelligente Waschmaschinen, hoch effiziente Kühlgeräte, ultrahochauflösende Fernsehgeräte und Kommunikationsmittel, die uns bald die komfortable Steuerung unserer Häuser und Wohnungen und ein länger selbstbestimmtes Leben im Alter ermöglichen – dieser Investitionsaufwand verlangt nachhaltige Wertschöpfung.

Diese können wir nur erreichen, wenn Verbraucher Innovation, Design, Funktion und Vernetzung erleben können – wenn sie erklärt wird, installiert wird und individuell auf die Umgebung des Verbrauchers abgestimmt ist, wenn der Kaffee aus der Espressomaschine geschmeckt werden und ich - als Kunde - den Unterschied zwischen einem TV-Gerät mit gebogenem Bildschirm und einem Standardgerät sehen kann.

Als Verbraucher bin ich dankbar, wenn ich dabei von einem Einzelhandelskaufmann (mit dreijähriger Ausbildung im Betrieb und Gehilfenprüfung in seinem Fachgebiet) beraten werde, und mir die Informationen nicht vom angelernten Call-Center Mitarbeiter holen muss.

Auch der Fotofachwirt, der mir zeigt, wie die Bilder meiner HD-Digitalkamera auf einem UHD-TV aussehen, ist ein Spezialist, dessen Fachwissen ich zu schätzen weiß – genauso zu schätzen wie den Inhaber des Geschäfts.

Denn er hat die Mustergeräte auf eigene Kosten angeschafft, ausgepackt (kann sie also nicht mehr zum Vollpreis veräußern), hat sie angeschlossen, auf seiner teuer angemieteten Fläche in der Nähe meiner Wohnung aufgestellt, GEMA Gebühren bezahlt und das Licht eingeschaltet. Das die ausgebildete Verkäuferin mehr verdient als die Call-Center Mitarbeiterin kommt dazu. Es versteht sich heute fast von selbst, dass er mir auch eine komfortable Möglichkeit bietet, über eine Online-Plattform seine Leistungen, Angebote, Services und den Kauf von Produkten anzubieten.

Von der Bedeutung des Einzelhändlers für die Infrastruktur meiner Stadt, als Ausbildungsbetrieb und lokaler Arbeitgeber will ich hier gar nicht sprechen. Auch nicht davon, dass er Höchstsätze an Gewerbesteuer zahlt, während die Milliarden-Umsätze von großen Pure-Playern nicht einmal in die deutsche Einzelhandelsstatistik einfließen.

Die Frage „will die Industrie einen aktiven, lebensfähigen beratenden Fachhandel“ beantwortet sich also mit einem deutlichen „Ja“.

Uns Industriepartnern ist also bewusst, dass wir für eine angemessene, also werthaltige Beratung unserer Top-Produkte mit einem Handelspartner zusammenarbeiten, der für die Deckung seiner Kosten (und es gibt viele ausreichend verlässliche Studien zu den Handelskosten) eine Spanne jenseits der 22% erzielen sollte, eine Spanne die es laut Analyse zum Betrieb eines Supermarktes oder einer Online-Plattform nicht braucht.

Deshalb begrüße ich es außerordentlich, dass wir heute auf dem Podium dieses Branchendialogs das „Kartell des Schweigens“ durchbrechen können. Denn wir wollen gemeinsam handeln – und dazu bedarf es dringend eines klaren rechtlichen Rahmens, einer verlässlichen Grundlage für unsere Entscheidungen.

Ich möchte mich im Namen der Industriekollegen und der ZVEI-Fachverbände ganz besonders bei Willy Fischel bedanken, der sich dieses Thema, trotz der schwierigen Umstände, diverser rechtlicher und kommunikativer Bedenken zu eigen gemacht und mit uns gemeinsam diesen Branchendialog mit seinen hochkarätigen Gästen erst möglich gemacht hat.

Ich wünsche uns allen einen interessanten und produktiven Tag hier in Hamburg.

Herzlichen Dank!