Zeitschrift: Gewerkschaftliche Rundschau für die Schweiz : Monatsschrift des Schweizerischen Gewerkschaftsbundes

Herausgeber: Schweizerischer Gewerkschaftsbund

Band: 31 (1939)

Heft: 1

Artikel: Kartelle und kartellartige Abmachungen in der schweizerischen Wirtschaft [Fortsetzung]

Autor: [s.n.]

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-352929

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 02.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Kartelle und kartellartige Abmachungen in der schweizerischen Wirtschaft.

Wir haben vor einiger Zeit eine Zusammenfassung der ersten Teiluntersuchung der Preisbildungskommission des Eidg. Volkswirtschaftsdepartementes auf dem Gebiete des Kartellwesens gebracht (Novemberheft 1937 der «Gewerkschaftlichen Rundschau»). Vor kurzem ist nun das zweite Heft dieser Untersuchungen erschienen *, behandelnd die Wirtschaftszweige Lebens- und Genussmittel, Bekleidungsgewerbe und Konfektion, Leder, Kautschuk, Bodenbeläge, dessen Ergebnisse wir ebenfalls auszugsweise wiedergeben möchten. Für den Begriff des Kartells und die einzelnen Kartellformen verweisen wir auf die zitierte Nummer der «Gewerkschaftlichen Rundschau».

4. Teil: Herstellung von Lebens- und Genussmitteln (ohne Urproduktion).

a) Müllerei.

1. Verband schweizerischer Müller und regionale Müllerkartelle. Dem Verband schweizerischer Müller (V. Sch. M.) gehören etwa 100, das heisst nicht ganz ein Drittel der rund 330 in Frage kommenden Handelsmühlen an, die etwa 68 Prozent der gesamten schweizerischen Mehl- und Griesproduktion vertreten. (Die kleineren Mühlen sind in einer separaten Organisation, dem Verband schweizerischer Klein- und Mittelmühlen, zusammengeschlossen, der nicht als Kartell angesprochen werden kann.) Als wichtigster Aussenseiter wird die Mühlengenossenschaft schweizerischer Konsumvereine bezeichnet, mit der die Neumühle Bern und der Moulin Coopératif de Rivaz liiert sind.

Der V. Sch. M. kann nicht direkt in die Produktions- und Absatzverhältnisse seiner Mitglieder eingreifen. Kartellcharakter besitzen dagegen die 7 Regionalverbände. Dabei ist zu unterscheiden zwischen Verbänden mit Kontingentierung und Verbänden mit blosser Preiskonvention. Reine Preis- oder Preis- und Konditionenkartelle bieten keine Dauergarantie für Preishaltung. Die Kontingentierung fehlt nur in den westschweizerischen Regionalverbänden, im St. Galler Oberland, in den Kantonen Glarus und Graubünden. Bei den übrigen Regionalverbänden besteht neben der Preis- und Konditionenregelung auch eine Kontingentierungsordnung, durch die der Mehlausstoss der einzelnen Mühlen festgesetzt wird. Bei Kontingentsüberschreitungen sind Abgaben

---

* *Kartelle und kartellartige Abmachungen in der schweizerischen Wirtschaft.* Heft 2. Veröffentlichung Nr. 19 der Preisbildungskommission des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartementes. Herausgegeben vom Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartement. Bern 1938.

zu entrichten an den Verband. Vom Kartellstandpunkt aus spielt diese Mehlausstoss-Kontingentierung einwandfrei.

2. Hartweizenmüllerei. Die Hartweizenmühlen besitzen auf gesamtschweizerischem Gebiet nur eine ganz lockere Verbindung. Unter den regionalen Hartweizenverbänden weist nur der Ostschweizerische Hartweizenmüllerverband eine geschlossene Organisation auf, mit Absatzkontingentierung und erheblichen Abgaben bei Ueberlieferungen. Ausserdem setzt der Verband die Kochgries- und Dunstpreise fest, die für alle Mitglieder im Sinne von Minimalpreisen verbindlich sind.

3. Der Verband schweizerischer Kundenmüller kann einheitliche, für die Mitglieder verbindliche Mahllöhne festsetzen und hat in dieser Hinsicht Kartellcharakter. Die Preisinnehaltung variiert nach Gegenden und wird nach Aussage des Verbandes namentlich durch die Konkurrenz der Genossenschaftsmühlen beeinflusst.

4. Die Union suisse des Moulins agricoles vereinigt in sich landwirtschaftliche Mühlen und Mühlengenossenschaften der Westschweiz, die sich damit befassen, das ihnen von ihren Genossenschaftern (den Bauern) gelieferte Getreide zu vermahlen. Die Union hat weder Preise noch Verkaufsbedingungen festgesetzt; immerhin sucht sie zu verhindern, dass der Mahllohn einen gewissen Minimalansatz unterschreitet. Von einem eigentlichen Kartell kann man aber nicht sprechen.

b) Bäckerei und Konditorei, Biskuits- und Confiseriefabrikation, Teigwarenfabrikation, Schokoladenindustrie.

1. Der Schweizerische Bäcker- und Konditorenverband zählt rund 6000 Mitglieder. Die Aufgaben des Verbandes umfassen das gesamte Interessengebiet der Bäckerschaft. Die eigentliche Kartelltätigkeit liegt jedoch nicht beim schweizerischen Verband, sondern bei den einzelnen Sektionen und Kantonalverbänden, welche die Verkaufspreise für Brot und eventuell auch für Kleinwaren festsetzen. Für die ganze Schweiz festgelegt ist nur die Form des Mehlkaufs; das sogenannte Kaufbuch ist die vorbehaltene schriftliche Form des Kaufabschlusses für Mehl im ganzen Land. Die näheren Bedingungen werden durch regional abgeschlossene Interessengemeinschaftsverträge zwischen Müllern und Bäckern festgesetzt. Das Kaufbuch besitzt heute, nachdem die Brotpreise durch den Bund festgesetzt werden, nicht mehr die gleiche Bedeutung wie früher.

2. Schweizerischer Konditoren-Verband. Bei diesem Verband handelt es sich lediglich um eine kartellartige Organisation, indem durch eine sogenannte Preisbildungskommission Richtpreise aufgestellt werden. Durch eine Einkaufsgenossen-

schaft soll die Konzentrierung der Kaufkraft der Mitglieder und eine erhöhte Konkurrenzfähigkeit erreicht werden.

3. Der Verband schweizerischer Biskuits- und Zuckerwarenfabrikanten sucht u. a. unrationelle Verkaufspreise zu bekämpfen. Für den Artikel Confiserie besteht eine Preiskonvention, deren Einhaltung zwar zu wünschen übrig lasse. Formal handelt es sich wohl um ein Kartell, doch ist es nur beschränkt wirksam. Auch für den Artikel Biskuits wurde eine Preis- und Konditionenregelung aufgestellt; dieser Minimaltarif wurde nie befriedigend innegehalten. Wie bei der Confiserie-Konvention handelt es sich also um eine nur reduziert wirksame Kartellvereinbarung. Es besteht eine starke Aussenseiterkonkurrenz (Migros, Epa, V. S. K., Bäcker).

4. Im Verband schweizerischer Teigwarenfabrikanten existiert keine vertragliche Preisbindung, und der Verband, früher ein hochorganisiertes Kartell, kann heute nur noch als kartellartige Organisation bezeichnet werden. Dagegen besteht eine Preisvereinbarung auf freiwilliger Basis ohne Sanktionen. Verbindlich für alle Mitglieder ist dagegen die Konditionenregelung.

Gegenwärtig verhält sich die Sachlage so, dass durch behördliche Massnahmen die Preisorganisation in der Teigwarenherstellung einer Regelung durch Zwangskartell nahekommt. Die Preiskontrollstelle des Eidg. Volkswirtschaftsdepartementes setzte nach der Abwertung maximale Fabrikpreise fest, die gleichzeitig als Mindestpreise betrachtet werden. Ebenso wurde die maximale Höhe der Rabatte geregelt.

5. Schokoladenindustrie. Der Verband schweizerischer Schokoladenfabrikanten, dem die meisten schweizerischen Fabriken angehören, stellt eine lose Vereinigung dar, die die Interessen der Schokoladenindustrie vertritt. Wichtiger ist die aus Mitgliedern des Verbandes gebildete sogenannte « Convention chocolatière suisse », die eine strenge Preis- und Konditionenregelung bezweckt und ein sehr wirksames und bewährtes Kartell darstellt; eine erste Preisregelung der Schokoladenindustrie geht schon auf die Jahrhundertwende zurück. Die Bestimmungen der Konvention sind durch eine Konventionalstrafenordnung gegen Uebertretungen geschützt. Die Einhaltung der Verpflichtungen wird als sehr befriedigend bezeichnet, und die Abreden der Schokoladenfabrikanten gehören, trotz beachtlicher Aussenseiter, zu den bestgehaltenen.

c) Metzgerei, Fleischwarenfabrikation, Konservenindustrie, Speisefett- und Oelfabrikation, Sauerkrautfabrikation.

1. Dem Verband Schweizer Metzgermeister kommt kein Kartellcharakter zu. Die örtlichen und kantonalen Verbände dagegen setzen für die gangbarsten Fleischsorten und

Wurstwaren die Preise fest, die vom schweizerischen Verband durch eine Statistik erfasst und in der Metzgerzeitung publiziert werden. Es soll sich dabei nicht um die Veröffentlichung von Richtpreisen, sondern lediglich um eine Marktberichterstattung handeln. Die Verbandsbindungen üben auf die Preisbildung im allgemeinen und auf die Höhe der örtlichen Fleischpreise einen wesentlichen Einfluss aus. Die Konditionenabmachungen unterstehen ebenfalls der lokalen Regelung. Das Metzgergewerbe kann deshalb als lokal kartelliert betrachtet werden.

2. Fleischwarenfabrikation. Die Vereinigung schweizerischer Fleischwarenfabrikanten kann Preisbeschlüsse fassen, die für alle Mitglieder verbindlich, jedoch zeitlich befristet sind. Bis jetzt handelt es sich lediglich um die Festsetzung von Richtpreisen für Dosenschinken. Die Aussenseiterkonkurrenz ist bedeutend.

3. Konservenindustrie. Im Verband schweizerischer Konservenfabriken bestehen keine allgemeinen Preis- und Konditionenabmachungen, lediglich zwischen den Fabriken Lenzburg und Rorschach.

4. Speisefett- und Speiseölindustrie. Für diese Industrie bestand bis 1933 als einzige Organisation der Verband schweizerischer Margarine- und Kochfettfabrikanten, dem auch die zwei in der Kriegszeit auf ausländische Initiative gegründeten Oelfabriken beitraten. Die Verbindung einiger Verbandsfabriken mit dem internationalen Fett- und Seifenkonzern führte zu Schwierigkeiten und 1933 zum Austritt verschiedener Firmen und zu deren Zusammenschluss in der Vereinigung trustfreier schweizerischer Speisefettfabrikanten.

Im Einvernehmen mit den Hauptabnehmern wird vom Verband schweizerischer Margarine- und Kochfettfabrikanten periodisch der Abgabepreis der Fabriken an die Grossisten, der Preis für den Detaillisten und der Konsumentenpreis für Oel festgesetzt. Es handelt sich also um ein Preiskartell, das ohne grosse äussere Formalitäten erfolgreich arbeitet. Die Preiskonvention für Speisefette und Margarine geht über den Rahmen des «Verbandes» hinaus und umfasst auch die Mitglieder der Vereinigung trustfreier schweizerischer Speisefettfabrikanten und weitere Produzenten. Die «Vereinigung» ist selber nicht als Kartell anzusprechen, doch ist sie durch die erwähnte Teilnahme an der Preisvereinbarung für Speisefette und Margarine Partnerin an einem Kartell geworden.

5. Sauerkrautfabrikation. Die Vereinigung schweizerischer Sauerkrautfabrikanten setzt verbindliche Preise fest. In Konkurrenz mit Aussenseitern darf jedoch frei geliefert werden. Neben den Preisen sucht die Vereinigung auch die Konditionen zu regeln. Das Aussenseitertum ist bedeutend.

d) Herstellung von Getränken.

1. Bierbrauerei. Auf dem Gebiete der schweizerischen Bierbrauerei bestehen zwei Landesverbände mit getrenntem Aufgabenkreis: der Verband schweizerischer Brauereien, der ein reiner Arbeitgeberverband ist, und der Schweizerische Bierbrauerverein, der in diesem Zusammenhang allein interessiert. Im Rahmen und als Wesensbestandteil des Schweizerischen Bierbrauervereins besteht die sogenannte Konvention der schweizerischen Brauereien. Diese regelt verschiedene Punkte, u. a.: die Bierpreise, die Lieferungsbedingungen, den Stammwürzegehalt des Bieres (Qualitätsverpflichtung), die Respektierung der Kundschaft (ehemals sogenannter Kundenschutzvertrag), den Vertrag mit dem Schweizerischen Wirteverein.

Die heute geltenden Abmachungen zur Respektierung der Kundschaft bilden die Fortsetzung der früheren Kundenschutzverträge. Es handelt sich hier um die Respektierung des an einem Stichtag im März 1916 gegebenen Bestandes an Kunden. Die Wirte müssen also auch heute das Bier jener Brauerei oder jener Brauereien ausschenken, deren Kunden sie im März 1916 waren. Neue Absatzstellen unterliegen vorerst der freien Konkurrenz. Sobald sich aber die neue Absatzstelle für eine bestimmte Brauerei entschlossen hat, fällt sie ebenfalls unter das Respektierungsabkommen. Der Wechsel des Lieferanten ist nur unter bestimmten Voraussetzungen möglich.

Das Respektierungsabkommen kann, obwohl ihm bis zu einem gewissen Grade der Charakter eines Kontingentierungskartells zukommt, doch nicht eigentlich als solches bezeichnet werden, denn die Konvention sichert nur einen bestimmten Kunden-, nicht aber einen bestimmten absoluten oder prozentualen Umsatzbestand. Man kann auch nicht von einem Gebietskartell sprechen, denn es ist nicht so, dass jede Brauerei einen bestimmten örtlichen Absatzkreis zugewiesen erhält, sondern sie besitzt einfach ihren Kundenkreis; diese Kunden können an ganz verschiedenen Orten wohnen. Man versucht zwar, zu besser abgerundeten, lieferungsrationelleren Rayons zu gelangen, doch wurde nach dieser Richtung in der Praxis nicht viel erreicht.

Im Vertrag des Bierbrauervereins mit dem Schweizerischen Wirteverein wird den Wirten ein Minimal-Bierausschankpreis (zur Zeit 25 Rp. pro 3 dl) garantiert in dem Sinne, dass Preisunterbietern die Belieferung durch die betreffende Brauerei für so lange suspendiert wird, als nicht die vorgeschriebenen Minimalverkaufspreise eingehalten werden. Die Minimal-Detailverkaufspreise selber werden vom Wirteverein nach vorherigen Verhandlungen mit dem Bierbrauerverein festgesetzt.

Die sogenannten Bierverträge stellen ein Vertragsverhältnis zwischen einzelnen Brauereien und einzelnen Wirten dar und sind sehr zahlreich. Wenn eine Brauerei einem Wirt ein Darlehen

gewährt oder zu seinen Gunsten eine Bürgschaft eingeht, so verpflichtet sie den Wirt, während der Dauer des Engagements ausschliesslich ihr Bier zu beziehen. Dies ist eine Sicherung, die für jenen Fall gemacht wird, dass die Konvention, die von drei zu drei Jahren läuft, einmal nicht erneuert werden sollte.

Dem Schweizerischen Bierbrauerverein sind zur Zeit 58 Firmen als Mitglieder angeschlossen. Aussenseiter gibt es einige wenige kleinere Brauereien, die sich aber an die Preiskonvention halten. Die Konzentrationsbewegung im Brauereigewerbe ist nicht auf das Kartell, sondern darauf zurückzuführen, dass einzelne Brauereiunternehmen kleinere Brauereien aufkauften.

Jede Verletzung der Bierbrauer-Konvention zieht grundsätzlich Konventionalstrafe nach sich. Die Ueberwachung und Durchführung der Konvention ist sehr eingehend geregelt. Wir haben es hier mit einem hochorganisierten und sehr wirksamen Kartell zu tun. Entstanden ist das Brauerkartell seinerzeit aus einer Notlage der Industrie infolge scharfer Konkurrenz.

2. Mineralwasser. Die Quellenbesitzer sind im Verband schweizerischer Mineralquellen zusammengeschlossen. Der Verband hat für die Mineralwasserlieferung ab Quelle Minimalpreise festgesetzt; diese werden aber nicht durchweg eingehalten. Interessant ist, dass einzelne Bierbrauereien finanziell an Mineralquellen beteiligt sind.

Für die Händler besteht der Verband schweizerischer Mineralwasser-Grossisten. Dieser regelt nur den An- und Verkauf der Medizinalwasser und ausländischen Tafelwasser. Dies wird erreicht durch Festsetzung von Mindestpreisen, Lieferungsbedingungen usw. Der Verband besitzt auf dem Gebiete des Handels mit ausländischen Tafelwassern eine Monopolstellung. Bei Vertragsverletzungen sind Konventionalstrafen vorgesehen.

3. Süssmost. Die schweizerischen Süssmostproduzenten sind mit ganz wenig Ausnahmen im Schweizerischen Obstverband, Abteilung Mosterei, zusammengeschlossen. Die dem Obstverband als Süssmostfabrikanten angeschlossenen 40 Mitglieder produzieren etwa 95 Prozent der gesamten in der Schweiz gewerbsmässig hergestellten Süssmostmenge. Es bestehen ausgesprochene Kartellbindungen (Preis- und Absatzregulierung), deren Nichteinhaltung Konventionalbussen nach sich zieht.

4. Likör und Spirituosen. Der Verband schweizerischer Likör- und Spirituosenhändler umfasst nicht nur die Händler, sondern auch die Brenner und die Likör- und Sirupfabrikanten. Eine Preisnormierung besteht gegenwärtig nur für ausländische Liköre und andere Spezialitäten mit Markenartikelcharakter. Hier sind die Preise seitens der ausländischen Fabrikanten vorgeschrieben. Ferner existieren örtliche Preisvereinbarungen, ohne dass jedoch Sanktionen vorgesehen sind. Versuche zu einer allgemeinen Preisnormierung sind bis heute gescheitert.

5. Essigfabrikation. Im Verband schweizerischer Gärungsessigfabrikanten besteht ein Reglement über die Preis- und Konditionengestaltung, mit Sicherung durch eine Konventionalstrafenordnung. Es handelt sich um ein Preis- und Konditionenkartell mit ziemlich weitgehendem Kontrollrecht der Geschäftsstelle. Die Konvention versucht auch, zu einer Produktionsregelung zu kommen, indem sie die Mitglieder verpflichtet, jede Förderung beabsichtigter Neugründungen der Gärungsessigbranche zu unterlassen.

e) Herstellung von Tabakwaren.

1. Zigarren- und Stumpenfabrikation. Die Union zentralschweizerischer Cigarrenfabrikanten (Ucifa) hat u. a. zum Zweck die Sanierung der Verkaufspreise und Aufstellung von Verkaufsbedingungen; sie setzt Preise und Konditionen fest. Die Aussenseiterfrage spielt eine grosse Rolle. Immerhin sind Bestrebungen zu einer allgemein schweizerischen Preis- und Gewichtsregelung festzustellen.

2. Zigarettenfabrikation. Der Verband schweizerischer Zigarettenfabrikanten hat eine Konvention aufgestellt, der alle Fabriken mit maschineller Fabrikation angehören. Die Zigarettenkonvention stellt eine ausserordentlich eingehende Regelung der Preise und Konditionen dar (minimale Fabrik- und Detailpreise, Lieferungs-, Zahlungsbedingungen, Rabattwesen, Verpackung, Reklame). Die Einhaltung, die durch eine strenge Sanktionsordnung geschützt ist, wird als befriedigend bezeichnet. Durch die Intensität der Organisation besitzt das Zigarettenkartell theoretisch ein sozusagen absolutes Monopol. Die tatsächliche Ausnützung dieser Monopolstellung wird aber beeinträchtigt durch die hohe Fiskalbelastung.

Die anerkannten Grossisten sind durch Verpflichtungsschein an die vom Verband schweizerischer Zigarettenfabrikanten festgesetzten Preise gebunden. Diese Regelung betrifft die Engrospreise, während sich der Schweizerische Tabakverband (s. unten) mit den Detailpreisen befasst.

3. Rauchtabakfabrikation (Pfeifentabak). Der Verein schweizerischer Rauchtabak-Fabrikanten ist ein Kartell, das obligatorische Verkaufspreise und Verkaufsbedingungen festsetzt. Die Kartellbindung erstreckt sich vorwiegend auf die Massenwaren der niedrigeren, für die Fabrikanten quantitativ jedoch besonders wichtigen Preislagen. Uebertretungen ziehen Konventionalstrafen nach sich.

4. Der Schweizerische Tabakverband ist aus Angehörigen der Produktion und des Handels zusammengesetzt und kann als eine Art Schutzverband für die Detailpreise bezeichnet werden. Der eigentliche Hauptzweck des Verbandes ist es, die

Innehaltung der von den Fabrikanten vorgeschriebenen Detailverkaufspreise zu überwachen. Die einzelnen Punkte sind durch eine eingehende Konvention geregelt. Der Tabakverband sucht die Verproviantierung der Unterbieter mit Tabakwaren zu verhindern. Angesichts der ungewöhnlich grossen Zahl von Tabakverkaufsstellen und eines umfangreichen Schleichhandels, ist die Ueberwachung der Preisinnehaltung nicht leicht. Sie beschränkt sich hauptsächlich auf die Städte.

Es handelt sich beim Schweizerischen Tabakverband um ein ausserordentlich eingehend organisiertes Kartell besonderen Charakters. Der Tabakverband ist eine Art Dachverband, der u. a. den Zweck verfolgt, die Belieferung Unbefugter und Boykottierter nach allen Regeln moderner Kartelltechnik zu verhindern. Man könnte den Verband am besten als Belieferungs- oder Aufsichts- und Ueberwachungskartell bezeichnen. Die formal sehr strenge, praktisch aber nicht immer wirksame Kartelltechnik ist auf besondere Zustände in der Tabakbranche zurückzuführen. Der Tabakdetailhandel ist offenbar weitgehend zu einer Art Refugie für wirtschaftlich Schwache geworden; die Uebersetzung der Verkaufsstellen ist nicht zu verkennen. Der Schweizerische Tabakverband beabsichtigt daher, durch Selbsthilfeorganisation eine Sicherung bestehender Kleineinkommen gegen weiteren Zerfall zu bieten. Die Rendite- und Einkommensverhältnisse sind nach Aussagen der Verbandsinstanzen wegen der fiskalischen Belastung und der starken Uebersetzung der Verkaufsstellen ungewöhnlich ungünstig.

5. Teil: Bekleidungsgewerbe und Konfektion.

1. Gross- und Kleinhandel in Stoffen. Der Grosshandel ist organisiert im Grossistenverband schweizerischer Manufakturisten, dem alle bedeutenden Firmen angehören. Preisbindungen sind auf diesem Gebiet eine Ausnahmeerscheinung. Der Verband hat eine Abmachung mit zwei Baumwollfabrikanten, die für bestimmte Stoffsorten feste Preise für den Engrosverkauf vorschreiben. Sodann sind auch für eine Anzahl Baumwolldruckartikel Verkaufspreise festgelegt. Es handelt sich hier um Verabredungen, die lediglich je nach Konjunktur den Markt regeln sollen. Sanktionen sind nicht vorgesehen.

In der Manufakturbranche gibt es Markenartikel, für die der Lieferant die Preise festsetzt, und die im allgemeinen nur an Firmen abgegeben werden, die sich verpflichten, die vorgeschriebenen Engros- und Detailverkaufspreise einzuhalten.

Die Gesellschaft schweizerischer Manufakturisten, eine Einkaufsgenossenschaft für den Detailhandel, wirkt durch Anleitung zu richtiger Kalkulation in gewissem Sinne preispolitisch auf die Mitglieder ein.

Vereinzelt bestehen freie Einkaufsgruppen grösserer städtischer Geschäfte, die gemeinsam den Einkauf tätigen und

dabei auch Meinungen über Preisgestaltung im Einzelhandel auszutauschen pflegen.

2. Mercerie, Bonneterie. Zu erwähnen ist hier das internationale Syndikat der Druckknopffabrikanten, dessen Erzeugnisse zu einheitlichen Preisen verkauft werden. In Knöpfen und Besatzartikeln ist die Preisbindung im Grosshandel im übrigen frei. Doch macht sich in Reissverschlüssen eine Konzentration der Erzeugung geltend.

3. Nähseide, Handarbeits- und Strickgarn, Nähfaden. Für Nähseide bestehen zwischen den einschlägigen Verbänden Abmachungen über Verkaufskonditionen und Preise. Für Handarbeits- und Strickgarn bestehen Konventionen, durch welche die Abnehmer auf die Verkaufs- und Lieferungsbedingungen sowie auf die Preislisten der Fabrikanten verpflichtet werden. Die Zentralagentur (Verkaufskonzern der grossen englischen Erzeuger) deckt etwa zwei Drittel des gesamten schweizerischen Bedarfes an Nähfaden und ist preislich auf dem Markte entscheidend. Eigentliche Preisbindungen bestehen keine, doch die anderen Lieferanten pflegen sich auf die Preise der englischen Marken einzustellen.

4. Wattefabrikation. Der Verband schweizerischer Polsterwattefabrikanten hat eine seit langen Jahren bestehende Konvention für technische Watten in Wirksamkeit. Der aufgestellte Preistarif ist für die Mitglieder verbindlich. Das Kartell arbeitet gut.

5. Elastikweberei. Abmachungen im Rahmen des Verbandes schweizerischer Elastikfabrikanten sind nur in einem kleinen Spezialartikel (Trikotagelitzen) erzielt worden, der nur wenige Prozent der Produktion der ganzen Branche ausmacht. Für diesen Artikel ist neben Minimalpreisen auch Kontingentierung vereinbart. Das Aussenseitertum ist beträchtlich.

6. Bettfedern. Die Mitglieder der Vereinigung schweizerischer Bettfedernfabrikanten pflegen sich gelegentlich über Richtlinien der Kalkulation einiger besserer Qualitäten zu besprechen.

7. Herren- und Damenschneiderei. Der Zentralverband schweizerischer Schneidermeister stellt Richtpreise auf, die nach Gegenden und nach Geschäftsklasse variieren. Die Preisnormen sind im Sinne einer unteren Grenze gedacht, haben aber nach und nach eher die Bedeutung einer oberen Grenze angenommen, da sie von einem zahlreichen Aussenseitertum und unter dessen Druck auch von den Verbandsmitgliedern unterboten werden.

Für Offiziersuniformen besteht seit 1937 ein Gentlemen's Agreement der drei grössten Fabriken, die zusammen etwa zwei Drittel der Erzeugung herstellen, das Minimalrichtpreise für die gebräuchlichsten Uniformstücke vorsieht. Für Ziviluni-

formen werden von den öffentlichen Verwaltungen Preisnormen aufgestellt.

Im Verband schweizerischer Herren- und Knabenkonfektionsindustrieller sind nur die Lieferungs- und Zahlungsbedingungen einheitlich geordnet; Preisabmachungen bestehen keine. Auch im Gebiete der Damenkonfektion und in der Wäscheindustrie sind preisliche Abreden nicht bekannt.

8. Hut- und Mützenfabrikation. Der Verband schweizerischer Hut- und Mützenfabrikanten setzt für einige Standardqualitäten von Damenhüten und Herrenstrohhüten von Saison zu Saison Minimalverkaufspreise fest. Daneben bestehen einheitliche Verkaufs- und Lieferungsbedingungen. Die Konvention funktioniert befriedigend.

Für Uniformmützen besteht ein Syndikat, der Verein schweizerischer Uniformmützenfabrikanten, der seine Mitglieder zur Einhaltung von Minimalpreisen verpflichtet.

Der Verband aargauischer Hutgeflechtfabrikanten weist verbindliche, einheitliche Kalkulationsvorschriften auf, deren Einhaltung kontrolliert wird. Im Endergebnis wird damit eine einheitliche Preisgestaltung erzielt. Daneben bestehen auch verbindliche Lieferungs- und Zahlungsbedingungen. Für Massen-, Standard- oder Stapelartikel können verbindliche Minimalpreise aufgestellt werden.

9. Verschiedene verwandte Gewerbe. Der Verband schweizerischer Woll- und Halbwolldeckenfabrikanten pflegt Minimalpreise für einzelne umstrittene Qualitäten festzusetzen. Ausserdem hat er verbindliche, einheitliche Lieferungs- und Zahlungsbedingungen aufgestellt. Auf dem Gebiete der Wäscherei bestehen vereinzelt in den grösseren Städten Abmachungen unter den einschlägigen Geschäften. Der Verband schweizerischer Färbereien und chemischer Waschanstalten besitzt eine für alle Mitglieder verbindliche Preisliste mit Minimalansätzen.

6. Teil: Leder, Kautschuk, Bodenbeläge.

a) Leder.

1. Gerberei. Der Ankauf des Rohmaterials erfolgt in Auktionen, welche die Häuteverwertungsgenossenschaften der schweizerischen Metzgermeister periodisch veranstalten. Die Steigerungsbestimmungen und die Verkaufskonditionen beruhen auf Vereinbarungen zwischen den Genossenschaften der Metzgermeister und dem Verbande schweizerischer Gerbereibesitzer. Die Handelsgenossenschaft schweizerischer Gerbereibesitzer tritt an den Auktionen als Grosskäufer auf. Verkäufer und Käufer stehen sich somit als geschlossene Gruppen gegenüber. Die Preise richten sich im grossen ganzen nach den Fluktuationen des Weltmarktes.

Die Gerbereien haben unter sich keinerlei Vereinbarungen über Absatz und Preise. Ein letztjähriger Verbandsbeschluss beschlägt lediglich die Zahlungsbedingungen. Soweit Lieferungen an die Militärverwaltung in Betracht kommen, bestehen gewisse Richtlinien als Resultat von Abmachungen der Gerber mit jener Verwaltung. Die Sattlerei wird in diesen Lederarten zu einheitlichen Richtpreisen bedient.

2. Treibriemenfabrikation. Der Verband schweizerischer Ledertreibriemenfabrikanten hat in der Treibriemenkonvention verbindliche Minimalpreise festgesetzt. Die Konvention bestimmt Preise für Wiederverkäufer und solche für Konsumenten. An gewisse Grosskonsumenten werden die Riemen zu einem unter dem Konsumentenpreis festgesetzten Ansatz abgegeben. Sanktionen sind keine vorgesehen. Infolge technischer Neuerungen ist die Nachfrage nach Treibriemen stark vermindert worden, und die Branche weist deshalb seit einiger Zeit eine beträchtliche Ueberdimensionierung auf.

3. Lederhandel. Im Gegensatz zum Lederimporthandel, der keine Preisvereinbarungen kennt, bestehen im Engros- und Migroshandel kartellmässige Bindungen. Der Schweizerische Lederhändlerverband steht mit einigen grösseren schweizerischen Gerbereien im Vertragsverhältnis. Der Händlerverband verpflichtet sich zur Uebernahme eines bestimmten Quantums der Produktion, während anderseits die Gerbereien sich verpflichten, eine bestimmte jährliche Erzeugung zur Verfügung zu stellen. Gestützt hierauf erfolgen auch Abreden in der Preisfrage.

Auf der Grundlage dieser Abmachungen zwischen Produzenten und Handel stellt der Händlerverband regelmässig verbindliche Verkaufspreise auf für bestimmte Qualitäten Bodenleder. Das Kartell ist dank dem Umstande, dass es den Kreis der in Frage kommenden Lederhändler ziemlich lückenlos erfasst, sehr wirksam. Die Zahlungsbedingungen sind ebenfalls einheitlich geordnet.

4. Sattlerei. Vereinzelte Sektionen des Verbandes schweizerischer Sattler- und Tapezierermeister haben Richtpreise aufgestellt, die jedoch nicht strikte eingehalten werden sollen.

Der Verband von Grossisten der Sattler- und Tapeziererbranche fasst die Lieferanten des Sattlergewerbes zusammen. Es bestehen Preislisten und Richtpreise für einige Gruppen von Artikeln. Die Preise und Konditionen sind für die Mitglieder verbindlich. Mit einem Teil der Lieferanten existieren für diese Artikel ebenfalls Preisvereinbarungen, die den Verbandsfirmen bestimmte Preisvorteile bieten. Die Verbandsfirmen übernehmen als Gegenleistung Verpflichtungen über die Abnahme gewisser Quantitäten.

5. Schuhfabrikation. Soweit die bestehenden Fabriken in Betracht kommen, herrscht auf diesem Gebiete unbeschränkter

Wettbewerb. Die in Frage kommenden Verbände haben zwar versucht, gewisse Mindestdetailpreise als Richtlinie zu empfehlen. Die Durchführung erwies sich jedoch als schwierig, und die bezüglichen Bestrebungen wurden wieder fallen gelassen.

6. Schuhmacherei. Das Schuhmachergewerbe ist zu über 90 Prozent Reparaturgewerbe. Der Schweizerische Schuhmachermeisterverband besitzt einen Preistarif für Reparaturarbeiten. Sanktionen sind nicht vorgesehen. Die Einhaltung der Tarife lässt zu wünschen übrig, denn das Aussenseitertum ist sehr umfangreich.

Im Verband schweizerischer mechanischer Schuhreparaturbetriebe, der die mechanischen Grosssohlereien umfasst, bestehen Bestrebungen zur Schaffung eines Preistarifes; dessen Ansätze würden aber vermutlich tiefer angesetzt werden als im bestehenden Schuhmachertarif.

b) Kautschuk.

1. Kautschukwaren ohne Pneus. Auf diesem Gebiete sind im Handel syndikatsmässige Zusammenschlüsse anzutreffen. Zwischen den schweizerischen Fabriken und dem Schweizerischen Kautschukhandelsverband besteht eine Konvention für Hochdruckwasserschläuche (Gartenschläuche). Die Fabrikanten verpflichten sich, Wasserschläuche nur an Grossisten zu liefern. Die Belieferung der Detailgeschäfte erfolgt ausschliesslich durch die Grossisten. Der aufgestellte Preistarif ist durch Sanktionen geschützt.

2. Pneus. Hier bestehen Vereinbarungen auf internationalem Boden. Der amerikanische Handel ist zusammengefasst in der Rubber Exportation Association (REA), welche die Preise ihrer Exporte regelmässig festsetzt. Die englische Dunlop Co. pflegt ihre Verkaufspreise nach denen der REA zu richten; die europäischen kontinentalen Erzeuger schliessen sich im grossen ganzen diesen Preisen an. Es gelten somit, auch was das schweizerische Absatzgebiet anbelangt, im allgemeinen die REA-Preise als Richtpreise.

Ein Teil des schweizerischen Absatzes betrifft die in neuerer Zeit beträchtlich gewachsene einheimische Produktion. Es handelt sich um zwei Firmen. Zwischen diesen beiden inländischen Fabriken besteht eine Konvention, welche die Verkaufsbedingungen vereinheitlicht. Die seinerzeit ebenfalls festgesetzten Preise sind seit einiger Zeit wieder freigegeben worden.

c) Bodenbeläge, Bodenteppiche.

1. Wollteppiche. Auf dem Gebiete der Fabrikation bestehen keine preispolitischen Bindungen. Dagegen hat die Vereinigung schweizerischer Teppichhändler den Versuch gemacht, den Markt zu regulieren. In Verbindung mit den Fabrikanten werden Richtpreise bzw. Kalkulationsrichtlinien aufgestellt. Trotz dem

Fehlen von Sanktionen ist die Wirksamkeit dieser Abreden befriedigend.

2. Kokosteppiche. Vier diesen Artikel herstellende Fabriken bilden seit 1918 ein Syndikat, den Verband schweizerischer Kokosteppichfabrikanten. Der Zweck des Syndikates ist die Schaffung einheitlicher Preise, Qualitäten und Verkaufskonditionen, ferner Absatzkontingentierung sowie gemeinschaftlicher Einkauf der Rohstoffe. Das Syndikat hat zwei Verkaufsstellen errichtet. Die Mitglieder sind verpflichtet, ihren gesamten Absatz über die Verkaufsstellen zu leiten. Für Uebertretung der Vertragsbestimmungen sind Konventionalstrafen vorgesehen.

3. Linoleumteppiche. Die Linoleumfabriken sind international in zwei grossen Kartellen zusammengeschlossen. Die « Linoleum and Floorcloth Manufacturers Association », London, vereinigt die englischen, die « Continentale Linoleum-Union » die meisten kontinentalen Linoleumfabriken, darunter auch die schweizerische Fabrik in Giubiasco. Die englische Association bestimmt in Zusammenarbeit mit der Continentalen Linoleumunion die Fabrikverkaufspreise, also auch die Preise für die schweizerischen Abnehmer.

Der gesamte Umsatz aller Fabriken geht in der Schweiz durch den Verband schweizerischer Linoleumhändler (VSL), das heisst die Fabriken verkaufen ausschliesslich an Mitglieder des VSL. Der VSL geniesst einen internationalen Fabrikschutz seitens sämtlicher Fabriken mit Bezug auf die Verkaufspreise. Dieser Fabrikschutz bezieht sich auch auf die Einkaufspreise insofern, als die Fabriken verpflichtet sind, ihre Waren den Mitgliedern des VSL zu den einheitlich festgesetzten Preisen und Konditionen anzubieten.

Das Verhältnis des VSL zur einheimischen Fabrik in Giubiasco ist durch ein Gentlemen's Agreement geregelt, welches dieser Fabrik die Quote von 80 Prozent am gesamten Umsatz des VSL in Baulinoleum zuteilt. Die übrigen 20 Prozent entfallen auf die ausländischen Fabriken.

Der Vorstand des VSL hat die Kompetenz zur Festsetzung von Preisen und Verkaufsbestimmungen. Die jeweils in Kraft befindliche offizielle Preisliste ist verbindlich. Auch die Lieferungs- und Zahlungsbedingungen sind eingehend geregelt.

4. Kautschukbodenbeläge. Unter den drei in Betracht fallenden schweizerischen Fabrikanten besteht eine verbindliche Preisvereinbarung. Festgesetzt sind die Endverkaufspreise, das heisst die Preise, die dem Bauherrn verrechnet werden. Die Marge des Grossisten ist durch Rabattierung festgesetzt. Der Verkauf geschieht nur durch die Grossisten. Sanktionen sind nicht vereinbart.