

**Zeitschrift:** Profil : sozialdemokratische Zeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur  
**Herausgeber:** Sozialdemokratische Partei der Schweiz  
**Band:** 51 (1972)  
**Heft:** 4

**Artikel:** Wettbewerb und Konsumentenpolitik  
**Autor:** Altenweger, Alois  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-338515>

### **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:** 03.04.2026

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

## Wettbewerb und Konsumentenpolitik

Badewannen, Uhren, Schreibhefte und Kupferdraht sind einige der zahlreichen Produkte in der Schweiz, die nicht in der rauhen Zugluft eines *wettbewerblichen Windkanals* für den Konsumenten die preisgünstigste Form gewonnen haben, sondern im wohltemperierten Klima von Kartellen und ähnlichen den Wettbewerb hemmenden Massnahmen ein ertragreiches Dasein führen.

### Kartelle sind keine Mauerblümchen

In einem Interview<sup>1</sup> mit dem Delegierten des Verwaltungsrates der *Metallwerke Dornach AG* kam die nahezu klassische Kartellstruktur eines Grossteils der *Buntmetallindustrie* zum Vorschein. Die drei marktführenden Unternehmen, Selve & Co., Reconvilier und Metallwerke Dornach AG, haben gemeinsam eine «Metallverband AG» geschaffen, zu deren Wirksamkeit gehört, die *Verkaufspreise einheitlich festzulegen*.

Obwohl diese Firmen etwa zwei Drittel der Buntmetallversorgung der Schweiz in Händen haben, bestätigte der Delegierte, dass sich überdies eine gewisse Produktionsaufteilung zwischen den drei Metallwerken eingeschrieben habe. Im Sinne einer Rationalisierung, wie weiter zu lesen war, haben die einzelnen Werke *metallurgische und technische Spezialitäten* (wie Walzendraht, Münzenrondellen und Munitionsnäpfchen) entwickelt, die ihnen offensichtlich eine vorherrschende Stellung in einem bestimmten Zweig ihrer Branche einräumen und damit einen wettbewerbspolitischen Vorsprung sichern, der auch von einer möglicherweise leistungsstarken ausländischen Konkurrenz nicht aufgeholt werden könnte. Hervorgehoben wird, dass die *Zusammenarbeit mit der Uhrenindustrie*, insbesondere mit den Ebauches-Fabrikanten, zur Entwicklung von Spezialerzeugnissen geführt habe, die von der ausländischen Konkurrenz nur schwer nachgeahmt werden können und somit den Metallwerken einen *exklusiven Qualitätsschutz* bieten! Die Vermutung liegt nahe, dass auch die Schutzmassnahmen des «Uhrenstatuts» ihren Teil zu dieser wettbewerbsfreien Freundschaft zwischen Buntmetall und Uhrenindustrie in der Schweiz beigetragen haben; so ganz ohne staatliche Ermunterung und indirekte Förderung wird es auch nicht gegangen sein. Allerdings soll sich dem Vernehmen nach die Kartellkommission in letzter Zeit über diese ausgewogene Marktordnung Gedanken gemacht haben.

### Der Segen des Staates . . .

hat dazu geführt, dass unsere Uhrenindustrie sich erst vor wenigen Jahren den Schlaf aus den Augen gerieben hat und bemerken musste, dass *ameri-*

<sup>1</sup> Interview in der Zeitschrift «Wirtschaftsrevue», Nr. 1/2 vom Januar/Februar 1972.

*kanische und japanische Konkurrenz* gute Uhrenqualitäten zu günstigen Preisen in aller Welt den Schweizer Zeitmessern entgegensetzen. Moderne Fertigungsmethoden und grosse Serien, verbunden mit einem initiativen Forschungswillen, haben dazu geführt, dass dem Schweizer Uhrenexport hartnäckiger Widerstand erwachsen ist. Was ist in der Schweiz geschehen? 1931, während der sich anbahnenden Krise, gründete der Bund zur Stützung des Uhrengewerbes die «Allgemeine Schweizerische Uhrenindustrie AG (ASUAG)», beteiligte sich als Mehrheitsaktionär daran und erliess 1934 zur Untermauerung seiner Aktivitäten das «Uhrenstatut». In diesem Statut wurde beispielsweise festgelegt, dass Neugründungen und Vergrößerungen von Betrieben bewilligungspflichtig sind, mit dem Resultat, dass heute in ca. 1800 Betrieben (!) 72 000 Personen beschäftigt werden. Nur rund 50 Unternehmen erzielten einen Umsatz von über 5 Mio Franken. Diese Zersplitterung verhinderte einen rationellen und koordinierten Einsatz der technischen und finanziellen Mittel, die für eine wirksame Forschung, eine rührige Verkaufsorganisation und neue technische Methoden notwendig gewesen wären.

Die vom Staat verordnete und von der Uhrenindustrie gern angenommene Hemmung des Wettbewerbs führte zu einer *Verkümmerung der unternehmerischen Kräfte* und zu einer Erstarrung der wirtschaftlichen Strukturen in der Uhrenindustrie. Hier haben die wachen politischen Kräfte gefehlt, um diesem Gewerbeschutz einen Riegel zu stossen; so hat auch die gewerkschaftliche Führung der in dieser Branche tätigen Arbeiterschaft offenbar um den *Preis einer kurzfristigen Arbeitsplatzsicherung* das Einfrieren eines ganzen Wirtschaftszweiges in Kauf genommen. Die Bilanz sieht dementsprechend betrüblich aus: in einem Augenblick, in dem japanische Produzenten die *Quarzuhr* in Seriefabrikation geben, gehört bei uns die *elektronische Uhr* immer noch zu den unerschwinglichen Zeitmessern. Die etablierten Hersteller und Handelsunternehmen der Branche haben offensichtlich einen *gemächlicheren Rhythmus im Neuheitenangebot und in den Verkaufsanstrengungen* vorgezogen. Aber im ausserordentlichen Wachstum des Uhrenverkaufs eines Grossverteilers wurde der Beweis gegeben, dass der *Konsument nicht mehr willens ist, lammfromm zu überhöhten Preisen beim Fachhandel konventionelle Markenuhren zu erwerben*. Wie zu erfahren war, wird der genannte Grossverteiler in der nächsten Zeit seinem Uhrensortiment noch eine *preisgünstige elektronische Uhr* beifügen.

### **Wettbewerb trägt zur sozialen Gerechtigkeit bei**

Binsenwahrheiten werden allzu gerne vergessen, so dass es kaum überflüssig ist, an einen bald zweihundert Jahre alten Satz von Adam Smith, dem Begründer der klassischen Volkswirtschaftslehre, zu erinnern: «Konsumation ist der einzige Zweck aller Produktion; und das Interesse der Produzenten sollte nur insoweit berücksichtigt werden, als es zur Förde-

rung des Konsumenteninteresses nötig ist.» Der Wettbewerb und die Konkurrenz muss das Selbstinteresse (und den Anteil am Volkseinkommen) der Produzenten im Zügel halten. Jedes Abweichen von den wettbewerbspolitischen Regeln, welches nicht durch Anforderungen des Gemeinwohls oder sozialpolitische Erwägungen notwendig gemacht wird, beschert nur den *Produzenten zusätzliche, durch nichts gerechtfertigte Gewinne!*

Es ist volkswirtschaftlich und sozial schädlich, wenn in einer Branche vom Produzenten über den Grosshandel bis zum Endverteiler oder Detailhändler ein System von Abmachungen herrscht, welches sowohl das Eindringen von Aussenseitern in die Branche als auch die Verteilung von importierten Gütern an den Handel sehr erschwert oder gar verunmöglicht. Ein Musterbeispiel solch unerträglicher Kartellierung bietet die *Sanitärbranche*, welche wiederum in eine Untersuchung der Kartellkommission verwickelt ist. Nicht unbeträchtlich tragen hier zur mangelnden Wettbewerbsfreude die *reichlich überholten und gewerbeschützerischen kommunalen und städtischen Submissionsverordnungen* bei, die mit grösster Selbstverständlichkeit das örtliche Gewerbe, welches natürlich mit den *verfilzten und veralteten Baureglementen* und Regulativen der regionalen Wasser- und Elektrizitätswerke bestens vertraut ist, *nachdrücklich bevorzugen*.

### **Leerlaufen wettbewerbspolitischer Bemühungen**

Wie soll Wettbewerbspolitik betrieben werden? Es dürfte kaum mehr genügen, einem Kartellgesetz, dem zugestanden wird, in sieben Jahren eine etwas wettbewerbsfreundlichere Atmosphäre geschaffen zu haben, einige Zähne zu schärfen und hier und dort die gesetzlichen Maschen für Kartellisten enger zu knüpfen. Die formelle Abmachung, den Wettbewerb in einer Branche zu beschränken (wie beim Bier) und damit ein annähernd gleiches Preis- und Leistungsverhalten gegenüber dem Konsumenten herbeizuführen, wird aller Regel nach mehr und mehr der Vergangenheit angehören. Warum sollte sich eine Branche eifriger Recherchen der Kartellkommission aussetzen, wenn ein Schwarm von kleineren Unternehmen der *Preisführerschaft einer marktmächtigen Unternehmung* (unter dem Deckmantel einer trabenden Inflation) folgen kann? Und hier kommen wir schon zur zweiten Umfahrung wettbewerbliehen Verhaltens: In einer Konjunktur, die jährliche Nominallohnerhöhungen von 8 bis 10 Prozent und mehr verkraftet, zudem den gesamten Produktionsapparat vollständig auslastet, ergibt sich die *paradoxe Situation*, dass sowohl Wettbewerb als auch zünftlerisches Kartellwesen zum Teil leerlaufen und ausser Kraft gesetzt werden! Handkehrum darf aber nicht vergessen werden, dass Kartelle und Marktordnungen ihren Wert als Sicherungen gegen übertriebenen Unternehmenseifer behalten und sich keineswegs in ökonomisches Wohlgefallen auflösen. In diesen Marktordnungen finden weder technische Neuheiten noch rationellere Gestaltung von Produktionsprozessen, noch die Weiter-

entwicklung des Gebrauchswerts von Gütern eine starke Förderung; *Gemeinschaftswerbung* und das *Hervorstreichen von zweifelhaftem und überflüssigem Zusatznutzen* (worin diese auch immer bestehen) sollen den Konsumenten darüber hinwegtäuschen, dass eigentlich nichts Neues angeboten wird.

Und noch ein Weiteres: In einer konjunkturell angespannten Wirtschaftslage (wie heute und auf absehbare Zeit) findet auch ein dynamischer Aussenseiter, der dem Wettbewerb wieder zum Durchbruch verhelfen könnte, kaum die nötigen Produktionsmittel (Arbeitskräfte!), um mittels seiner günstigeren Produkte eine in gegenseitiger Friedfertigkeit erstarrte Branche wieder in Bewegung zu bringen.

### **Reichere Orchestrierung der staatlichen Wirtschaftspolitik**

Offensichtlich ist mit einem wettbewerbspolitischen Instrumentarium allein nicht viel gegen die wettbewerbsträgen Sektoren der Wirtschaft auszurichten. Notwendig scheint eine weitgespannte Ergänzung der wirtschaftspolitischen Kompetenzen des Staates, um die Marktwirtschaft vor *rechtem und linkem Dirigismus* zu retten. Zu diesen verschiedenen Vorgehen des Staates, das Zielbündel Vollbeschäftigung, Stabilität und ausgewogenes Wachstum (im Sinne der deutschen Globalsteuerung) durch konkrete Massnahmen zu untermauern, zählt beispielsweise der sich im Vernehmlassungsverfahren befindliche Art. 31 quinquies der Bundesverfassung zur *Stabilisierung der Konjunktur*. Bereits wirksam geworden ist die Verlagerung der währungspolitischen Befugnisse auf den Bundesrat. Überdies sollte die Inflation aller Gangarten mit staatlichen Massnahmen der Finanz-, Steuer-, Handels- und Währungspolitik flankierend eingedämmt werden; denn wie *Prof. H. Sieber* überzeugend darzulegen vermochte, würde es nur zu Enttäuschungen führen, wollte man den Inflationsprozess durch wettbewerbspolitische Massnahmen bekämpfen, um auf die Anwendung unpopulärer geld- und finanzpolitischer Vorgehen verzichten zu können. «Die Wettbewerbspolitik will eine durch Konkurrenzbeschränkungen bewirkte Überhöhung der Preiskurve aufheben, die Antiinflationpolitik dagegen die steigende Preiskurve in eine horizontale verwandeln.»<sup>2</sup> Dieser kleine Exkurs in die Inflationsbekämpfung ist nötig gewesen, weil der Verbraucher eben die Kumulation der Preisbewegungen, hervorgerufen durch Inflation und mangelnden Wettbewerb, verspürt, so dass sich für den Staat neben den oben erwähnten verfassungspolitischen Grundlagen eine *breite und vielfältig orchestrierte Konsumentenpolitik* aufdrängt.

Die Konsumentenorganisationen, welche der Harmonie der Erwerbsinteressen einigermaßen fern stehen, sollten als *Anwälte einer wirksamen Wettbewerbs- und Konjunkturpolitik* innerhalb der marktwirtschaftlichen

<sup>2</sup> *Sieber, Hugo*: «Wettbewerbspolitik als Mittel der Inflationsbekämpfung?», «NZZ», 4. Dezember 1971, Nr. 566.

Ordnung, als *Schiedsrichter* über Preise und Qualitäten des Angebots und schliesslich als *Förderer von besonderen Anstrengungen* der Produzenten und des Handels bei der Herstellung und Verteilung von Gütern die *nötige und unabdingbare* Unterstützung erhalten.

### **Ein Konsumentenschutzartikel in die Verfassung**

Ein Verfassungsartikel sollte die Konsumfreiheit, welche wiederum den Wettbewerb voraussetzt, als Individualrecht festhalten und die Aufgabe der Konsumenten als Wirtschaftsbürger und Hüter einer marktwirtschaftlichen Ordnung umschreiben.

Dem Bund ist die Verpflichtung zu überbinden, die Aktivitäten der Konsumentenorganisationen<sup>3</sup> (Information, Beratung, Warentest, Marktuntersuchungen, wissenschaftliche Forschung zum Konsumentenverhalten und Konsumgüternachfrage, optimale Einkommensverteilung) auf breiter Basis zu unterstützen und somit die *organisierten Verbraucherinteressen* zu Trägern einer ordnungspolitischen Aufgabe zu machen. Allerdings kann eine solche Weichenstellung nicht im luftleeren Raum erfolgen, sondern benötigt die vorbehaltlose Unterstützung politischer Kräfte, die genügend Ausdauer und Phantasie mobilisieren, um einer solchen Orientierung zum Durchbruch zu verhelfen.

<sup>3</sup> Gesamtschweizerische Organisationen:

- Schweizerischer Konsumentenbund (SKB)
- Stiftung für Konsumentenschutz (SKS)