



## Merkblatt Weltmarktführer aus Südwestfalen

### Wozu dient die Erhebung der Welt-/Europamarktführer aus Südwestfalen?

Südwestfalen gehört mit einem Beschäftigungs-Anteil des Verarbeitenden Gewerbes von ca. 47 % an der Gesamtbeschäftigung zu den vier wichtigsten Industrieregionen in Deutschland. Doch das ist überregional kaum bekannt, wie die Produktbreite und die hohe Innovationsintensität der Unternehmen. Dieses unzureichende Image der Industrieregion muss intern und erst recht außerhalb Südwestfalens – denken wir z.B. an die Gewinnung von Fachkräften - deutlich verbessert werden. Dazu können Unternehmen beitragen, die durch ihre Bekanntheit oder durch ihre besondere Stellung als Marktführer eine „Leuchtturm-Funktion“ einnehmen. Welt- und Europa-Marktführer (EU) repräsentieren Erfolg, Innovationskraft, Internationalität und Nachhaltigkeit und sind so als Arbeitgeber besonders attraktiv.

### Welche Kriterien werden für die Registrierung als Weltmarktführer angewandt?

Ausschlaggebend sind die Kriterien der „Datenbank Deutsche Weltmarktführer; Zielunternehmen und Weltmarktführerposition, München 2010“.

Marktführer sind danach alle Unternehmen, die quantitativ oder qualitativ (siehe unten) zu den TOP 3 ihres Marktes zählen. Um als Welt- oder EU-Marktführer aus Südwestfalen eingestuft zu werden, müssen folgende Kriterien vorliegen.

#### a) *Klassifizierung als südwestfälisches Unternehmen:*

Das Unternehmen muss seinen Sitz in Südwestfalen, d. h. in den Bezirken der IHKs Arnsberg, Hagen oder Siegen haben. Es muss eine Eigenständigkeit des Unternehmens oder die operative Führung aus Südwestfalen heraus bestehen.

#### b) *Klassifizierung als international relevantes Produkt:*

Relevant sind nur solche Produkte, die mindestens europaweit abgesetzt werden. Firmen, die vorwiegend in Deutschland agieren, entfallen normalerweise.

- Eine Ausnahme bilden neue Technologien, die aufgrund ihrer Aktualität noch keine internationale Verbreitung erfahren haben, ein derartiger Markt jedoch absehbar ist.

- Eine weitere Ausnahme bilden Bereiche, in denen Deutschland den Weltmarkt repräsentiert. Wenn die weltweit stärksten Unternehmen eines bestimmten Marktes aus Deutschland kommen, sind zwangsläufig auch deren Zulieferer vorwiegend im Inland tätig. Solche Unternehmen können sich dann gegen die internationale Konkurrenz als Weltmarktführer etablieren.

- Ein Produkt kann irrelevant sein, wenn die Beschreibung des Marktes zu eng oder unsinnig ist. Der Weltmarktführer für „schwäbische Maultaschen“ zum Beispiel definiert einen Weltmarkt, den es so wohl nicht gibt und auch nicht geben wird.

#### c) *Marktführerschaft nach quantitativen und qualitativen Kriterien möglich*

Der weltgrößte Anbieter ist nicht automatisch der Weltmarktführer. Marktführerschaft ist durch die alleinige Verwendung des höchsten Marktanteils nicht vollends abgedeckt, da diese Definition eher die Quantität zulasten der Qualität betont. Ein Unternehmen, das auf dem Massenmarkt führend ist, muss nicht unbedingt auch die beste Qualität liefern. Es kann andere Unternehmen geben, die einen Markt technologisch oder qualitativ dominieren und somit entscheidend prägen, ohne die höchsten Umsätze zu verzeichnen. Auch hier kann man von Marktführerschaft (bzw. Qualitäts- oder Technologieführerschaft) sprechen, die aufgrund weicherer Kriterien jedoch schwerer zu belegen ist.

### **Welche wettbewerbsrechtlichen „Fallstricke“ sind zu beachten?**

Die Marktposition muss objektiv belegbar sein und mit einem international relevanten Produkt (siehe oben) gehalten werden. Zur missbräuchlichen Verwendung des Marktführerschafts-Begriffes existiert in diesem Zusammenhang auch ein deutsches Urteil, das mit dieser Forderung im Einklang steht:

*"Wer behauptet, der 'Marktführer' oder die 'Nr. 1' zu sein, stellt sich damit an die Spitze des Marktes und behauptet mittelbar, sich im Leistungswettbewerb auf dem Markt durchgesetzt zu haben. Damit verbindet der Verkehr regelmäßig die Vorstellung eines besonders kompetenten und leistungsfähigen Unternehmens. An einer Durchsetzungsfähigkeit in einem Markt fehlt es aber, wenn ein solcher nicht besteht, und zwar auch nicht als abgrenzbarer Teilmarkt für relevante besondere Gruppen (...). Soweit einzelne individuelle Merkmale der Anbieter aus der Sicht der Kunden und nach deren Bedürfnissen keine maßgebliche Bedeutung dahin haben, dass nur ein (...) Anbieter überhaupt die gewünschte Leistung anbieten, folgt aus einer Dominanz innerhalb des so bestimmten Anbieterkreises keine relevante Leistungs- und Durchsetzungsfähigkeit." (KG Berlin - Beschl. v. 04.06.2004 - Az.: 5 W 76/04)*

Bei der Vermarktung einer nicht objektiv belegbaren Marktführerschaft ist mit wettbewerbsrechtlichen Abmahnverfahren, Anträgen auf Unterlassungserklärungen oder einstweiligen Verfügungen durch Wettbewerber zu rechnen. Daher muss es im Interesse von Unternehmen und IHK sein, eine belegbare Marktführerschaft zu ermitteln.

### **Was ist nun zu tun?**

Wenn Sie nach Ihrer Einschätzung als Welt- oder EU-Marktführer einzustufen sind, so senden Sie zunächst den Antwortbogen an Ihre zuständige IHK. Die darin gemachten Angaben werden in keinem Fall veröffentlicht, sondern dienen lediglich zur ersten Erfassung möglicher Marktführer. Wir setzen uns dann mit dem im Bogen genannten Ansprechpartner zwecks weiterer Absprachen in Verbindung.

### **Fragen beantwortet Ihnen gerne Ihr IHK-Ansprechpartner:**

SIHK Hagen: Julian Pflichtenhöfer, Tel. 02331 390-206, [julian.pflichtenhoefer@hagen.ihk.de](mailto:julian.pflichtenhoefer@hagen.ihk.de)