

„Wir wollen mehr Licht ins Dunkel bringen“

Wer Preise mauschelt, bekommt Ärger mit ihm: Der Präsident des Bundeskartellamts Andreas Mundt erklärt, wie er mit Kronzeugen und der Spieltheorie Kartelle knackt, wie sich Banken beim Thema Preis winden und warum Verlage das Geschäftsgebaren von Google, Apple & Co. vorerst entspannt sehen sollten.

W&V Herr Mundt, die Fälle, in denen das Bundeskartellamt gegen Firmen vorgeht, häufen sich. Woran liegt das?

Mundt Wir haben die Kronzeugenregelung überarbeitet und wir haben eine Sonderkommission Kartellbekämpfung gegründet, die sich nur mit Durchsuchungen und deren Vorbereitungen befasst. Das ist unser operativer Arm. Außerdem haben wir zwei reine Kartellabteilungen gegründet. Zuvor waren wir sektoral organisiert. Mit der neuen Organisation haben wir in der Verfolgung enorm Fahrt aufgenommen. Wir sind einfach besser geworden. W&V Warum ist die Kronzeugenregelung dabei so wichtig?

Mundt Weil wir – anders als in anderen Fällen – nicht einmal wissen, dass es eine Tat gibt. Kartelle sind geheim. Die Kronzeugenregelung ist spieltheoretisch aufgebaut, das heißt, sie macht sich die Tatsache zunutze, dass damit das Vertrauen der Kartellmitglieder untereinander ausgehöhlt wird. Der Erste, der zu uns kommt, erhält einen vollständigen Erlass seiner Geldbußen. Das bringt viel Instabilität in ein Kartell und kann auch das Zustandekommen eines Kartells verhindern. W&V Ihre Strategie heißt also: Abschreckung durch Angst. Mundt Nicht durch Angst, sondern durch Aufdeckungsrisiko. Es gehören immer zwei Dinge zusammen: Eine abschreckende Wirkung erreichen wir durch die Höhe der Geldbußen und die Aufdeckungswahrscheinlichkeit. Die wiederum ist dank der Kronzeugenregelung stark gestiegen. W&V Das Bundeskartellamt ist Anfang des Jahres mit Razzien gegen vermutete Preisabsprachen zwischen Markenherstellern und Handelsunternehmen vorgegangen. Lässt sich der Verdacht inzwischen erhärten?

Mundt Wir haben viele Asservate mitgenommen, vor allem IT-Dokumente. Die werten wir gerade aus. Das ist ein längerer Prozess. Heute verlässt man nicht mehr nur mit Beweismitteln aus Papier eine Durchsuchung, sondern vor

allem mit elektronischen Dokumenten. Die müssen jetzt lesbar gemacht und gesichtet werden. So ein Datenvolumen zu durchsuchen, dafür die richtigen Schlagworte zu finden und die notwendigen Verknüpfungen herzustellen, ist aufwendig. Auch wenn uns hier die Spezial-Software zur Auswertung sehr hilft – das dauert. W&V Wie lange?

Mundt Wir sind mitten im laufenden Verfahren. Wir kooperieren auch mit Unternehmen, die von der „Kronzeugenregelung“ Gebrauch machen wollen. Auch das braucht Zeit. Ich setze das Wort Kronzeugenregelung hier allerdings in Anführungszeichen, denn diese Regelung greift in diesen Fällen nicht. W&V Warum nicht?

Mundt Weil wir es im rechtlichen Sinn nicht mit einer direkten Absprache unter Wettbewerbern zu tun haben, sondern mit einer Absprache zwischen Herstellern und Händlern. Das ist ein vertikales Verhältnis. Wir können aber im Rahmen unseres Ermessens berücksichtigen, wenn Unternehmen sich kooperativ verhalten. Deshalb reden wir auch viel mit der Branche. W&V Sie nennen das eine „breit angelegte Strategie des Dialogs“. Was heißt das?

Mundt Uns ist vorgeworfen worden, man wisse überhaupt nicht mehr, was erlaubt ist und was nicht. Die mit diesen Fällen befassten Abteilungsleiter gehen deshalb jetzt aktiv auf die Unternehmen und Verbände zu und informieren. Auch ich gehe raus und stelle mich der Diskussion. Uns geht es nicht darum, Sachverhalte mit Geldbußen zu verfolgen, die rechtlich unklar sind. Uns geht es vor allem darum, Verhaltensweisen aufzudecken, bei denen die Beteiligten wussten, dass sie nicht erlaubt sind. Dabei kann der Verstoß auch in einer Kombination mehrerer ineinandergreifender Maßnahmen liegen. Diese harten

Wettbewerbsbeschränkungen wollen wir verfolgen. Im sonstigen Grau-Bereich wollen wir mehr Licht ins Dunkel bringen, oder, auf Neudeutsch, guidance bieten. Ich habe hier eine E-Mail eines sehr großen Lebensmitteleinzelhandelsunternehmens an einen Markonhersteller, die sehr deutlich macht, was ich meine. (siehe Kasten rechts) Es kann keiner der Beteiligten sagen, er glaube, das sei kein Verstoß gegen das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen. Das ist der glasklare Versuch eines Einzelhändlers, den Preis über den Herstel-

ler zu binden. Auf diese Fälle konzentrieren wir uns, und nicht darauf, ob beispielsweise eine unverbindliche Preisempfehlung in Verbindung mit einem Telefonanruf eine Preisbindung ist oder nicht. W&V Gibt es im Lebensmitteleinzelhandel ein marktpolitisches Ungleichgewicht zwischen Herstellern und Händlern? Sind die Händler die schwarzen Schafe?

Mundt Für einseitige Schuldzuweisungen sind die Beziehungen viel zu vielfältig. Es gibt sehr starke Markenartikelhersteller, auf die kein Lebensmitteleinzelhändler verzichten kann. Hier stehen Hersteller und Händler möglicherweise in einer gegenseitigen Abhängigkeit. In anderen Fällen mag der Händler allein die Macht haben und den Hersteller unter Druck setzen. Das kann man nicht über einen Leisten schlagen. Tatsache ist: Wir haben sowohl bei Markenherstellern als auch bei Händlern durchsucht. Mit anderen Worten: Wir widmen uns beiden Seiten. W&V Manche Unternehmen klagen, die Vorgehensweise des Bundeskartellamts sei übertrieben und unangemessen, sie würden wie Verbrecher behandelt. Lassen Sie die Muskeln spielen?

Mundt Ein Muskelspiel ist das nicht. Wir müssen niemandem etwas beweisen. Aber dieser Bereich ist inzwischen stark verrechtlicht. Es gibt kein größeres Verfahren, in dem wir nicht vor das Oberlandesgericht Düsseldorf müssen und anschließend noch mal zum Bundesgerichtshof. Das OLG erwartet stichhaltige Beweise. Es hat mehrfach darauf hingewiesen, dass Zeugen vernommen werden und handfeste Unterlagen vorliegen müssen. Jetzt frage ich Sie: Wie wollen Sie die denn herbeischaffen? Kartellabsprachen finden nun mal im Geheimen statt. Wir sind also gezwungen, uns diese Beweise zu beschaffen. Das tun wir in einem förmlichen Verfahren, entsprechend den anzuwendenden Vorschriften. W&V Es gibt den Vorwurf, die Untersuchungen erstreckten sich unnötigerweise bis in den privaten Bereich.

Mundt In Anbetracht der Sozialschädlichkeit von Kartellen halte ich entsprechende Vorgehensweisen für gerechtfertigt. Studien zufolge liegen Kartellpreise 20 bis 25 Prozent über dem Marktpreis. Je nach Produkt kann das sehr viel Geld sein. Das sind keine kleinen Delikte! Bei weltweiten Kartellen

existieren teilweise mafiaähnliche Strukturen. Unternehmen werden zum Teil regelrecht in das Kartell gezwungen. Bei Quoten-Kartellen gibt es ausgefeilte Buchhaltungen. Die Beteiligten wissen, dass das, was sie tun, verboten ist. Die entsprechenden Unterlagen findet man deshalb nicht unbedingt in der Büroschublade, sondern manchmal eher zu Hause im Wohnzimmerschrank. Dort durchsuchen wir aber nur, wenn konkrete Hinweise auf relevante Unterlagen im privaten Bereich vorliegen. W&V Was halten Sie von einer Wiedereinführung der „Preisbindung der zweiten Hand“, also von Festpreisen, um die Markenhersteller aus dem Würgegriff der Händler zu befreien?

Mundt Meines Wissens gibt es keinen generellen Wunsch zur Wiedereinführung dieser Preisbindung. Denn im Ergebnis hätte das dieselbe Wirkung wie bei einem Kartell. Wenn man einem Markenartikler die Möglichkeit gäbe, die Preise für ein Produkt verbindlich festzulegen, dann würde man dieses Produkt überall zum gleichen Preis bekommen. Wenn das alle Markenartikler machen würden, hätten wir auf der Handelsebene keine unternehmerische Freiheit mehr. Es gäbe dann keine Preisdifferenzierung mehr. Der Leidtragende wäre allein der Verbraucher. W&V Aber dieses Thema wird zurzeit diskutiert.

Mundt Was diskutiert wird, sind begrenzte Ausnahmen vom Verbot der Preisbindung der zweiten Hand. Die Europäische Kommission hat gerade die Gruppenfreistellungsverordnung generalüberholt. Davor gab es lebhaftere Diskussionen, unter anderem zwischen unserem Chef-Ökonom und dem Chef-Ökonom der Kommission über den ökonomischen Sinn solcher Ausnahmen. Als Ergebnis sind nun kleinere Ausnahmehereiche möglich – zum Beispiel Preisfestlegungen als kurzfristige Aktionen, um ein Produkt neu in den Markt zu bringen. Aber das sind, wie gesagt, streng begrenzte Ausnahmen. W&V Ein großes Aufreger-Thema sind momentan die teilweise horrenden Gebühren, die Banken und Sparkassen dem Konsumenten am Geldautomaten abknöpfen. Wie hoch dürfen die Gebühren für eine Geldabhebung an einer Fremdbank sein? Sie müssen darauf eine Antwort liefern.

Mundt Nicht wirklich, es ist nicht unsere Aufgabe, Preise festzusetzen oder Märkte zu designen. Wir beauf-

sichtigen den Wettbewerb. Die Teilnehmer sollen selbst die Preise setzen. W&V Aber Sie schreiten ein, wenn die Preise zu hoch sind. Also müssen Sie doch eine Idealpreis-Vorstellung haben. Mundt Wir haben ein Problem in diesem Bereich, weil es keinen Wettbewerb gibt. Deshalb gibt es keinen Wettbewerbsdruck, der diese Preise begrenzt. W&V Es heißt, die tatsächlichen Kosten für eine Geldabhebung bei einer Fremdbank lägen bei 65 Cent.

Mundt Das ist heftig umstritten. Die Sparkassen sagen, bei einem einsamen Geldautomaten auf dem Land, wo keine Touristen hinkommen und nur sehr wenige Kunden am Tag Geld abheben, ist die einzelne Transaktion sehr viel teurer. Der Zentrale Kreditausschuss (ZKA) ist sich selbst nicht einig, die Privatbanken halten eine maximale Gebühr von zwei Euro für angemessen, während die Sparkassen der Meinung sind, fünf Euro müssten es schon sein. Aber es gibt belastbare Studien, zum Teil aus der Branche selbst, dass einzelne Transaktionen tatsächlich deutlich unter einen Euro kosten. Wir haben dem ZKA mitgeteilt, dass wir keine Preise festsetzen. Aber fünf Euro erscheinen uns vor diesem Hintergrund deutlich zu hoch. Wir sagen nicht, welches die richtige Zahl ist. Aber wir melden uns, wenn wir glauben, dass es die falsche ist. W&V Diskutiert wird momentan auch sehr viel über den Konzern Apple. Wenn Verlage über das iPhone oder iPad kostenpflichtig ihre Inhalte anbieten wollen, müssen sie an Apple 30 Prozent Provision abdrücken. Kommt Ihnen das nicht auch sehr hoch vor?

Mundt Hoch ist nicht gleich kartellrechtswidrig. W&V Es könnte aber der Tatbestand des Ausbeutungsmissbrauchs vorliegen.

Mundt Das könnte sein. Aber dann müssten wir zunächst die Märkte definieren, auf denen Apple tätig ist, und schließlich greift das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen nur dann, wenn ein Unternehmen eine marktbeherrschende Stellung hat.

W&V Die hat Apple ja.

Mundt Das stimmt so nicht. Das iPhone hat bei Smartphones einen Marktanteil von zirka 25 bis 30 Prozent, es gibt viele Wettbewerbsprodukte auf dem Markt. Sie müssen immer unterscheiden: Was gefällt Ihnen irgendwie nicht, und was ist wirklich ein Kartellrechtsverstoß? W&V Apple gründet mit seinem iPad gerade auch einen neuen Markt: den der

Tablet-PCs. Viele Verlage hoffen, darüber ihre Inhalte in die digitale Welt transferieren zu können und damit Geld zu verdienen. Auch hier nimmt Apple 30 Prozent und hat bislang keine Konkurrenz.

Mundt Auch das ist für mich ein Beispiel für einen höchst dynamischen Markt, der sich entwickelt. Es ist problematisch, als Wettbewerbsbehörde in solche Märkte einzugreifen. Es wird dort schon in absehbarer Zeit Konkurrenzprodukte geben. Nehmen Sie als Beispiel die Social Networks. Mit der gleichen Berechtigung hätten Sie mich vor drei Jahren fragen können: Warum unternehmen Sie nichts gegen MySpace? Heute fragen alle: Warum unternehmen Sie nichts gegen Facebook? Kein Mensch weiß, ob die Marktanteile dauerhaft sind, das ist ein offenes Rennen, das erst begonnen hat. W&V Und warum unternehmen Sie nichts gegen Facebook? Die Manager des deutschen Konkurrenten, die VZ-Netzwerke, klagen darüber, dass sie ganz andere Datenschutzbestimmungen einhalten müssten als ihr Wettbewerber aus den USA, und deshalb Nachteile hätten.

Mundt Ich bin kein Datenschutzrechtler, ich gehe aber nicht davon aus, dass für Facebook auf dem deutschen Markt andere Bestimmungen gelten als für seine Mitbewerber. Facebook ist im Moment einfach sehr erfolgreich. Aber ist das wirklich von Dauer? Der Bereich ist sehr dynamisch. W&V Aber die Arbeit Ihrer Behörde wird vermutlich erschwert durch die Tatsache, dass große, wichtige Medien-Player wie Google oder Facebook aus den USA heraus operieren und den gesamten deutschen Markt beeinflussen.

Mundt Grundsätzlich gilt: Wir können gegen jede Wettbewerbsbeschränkung vorgehen, die sich in Deutschland auswirkt, egal wo das Unternehmen seinen Sitz hat. Wenn ein Unternehmen hier keine Niederlassung hat, hat man vielleicht ein Durchsetzungsproblem. Im Fall Google sehen viele Wettbewerbsbehörden Probleme. Deshalb ist das für uns der typische Fall, bei dem wir nicht isoliert vorgehen, sondern mit der EU-Kommission. Bei grenzüberschreitenden Wirkungen bietet es sich an, den Schulterschluss zu suchen und nicht alles für sich alleine auszufechten. Deshalb haben wir bei Google auch Beschwerden an die EU-Kommission abgegeben.

W&V Die Verleger haben sich auch über Google beschwert, weil das Unternehmen Inhalte aus Zeitungen in News-Portalen verwendet. Hat die Beschwerde Aussicht auf Erfolg?

Mundt Das ist schwierig zu bewerten, denn man muss davon die Fälle der reinen Urheberrechtsverletzung trennen. Und wir müssen entscheiden, ob der Suchmaschinen-Markt oder aber der Werbemarkt relevant ist. Dann geht es um die Frage, ob der Online-Werbemarkt ein eigener ist oder ob man ihn mit anderen Formen der Werbung zusammenbringen muss. Das alles ist wettbewerbsrechtliches Neuland. Wir dürfen da nicht isoliert vorgehen und am Ende vielleicht widerstreitende Entscheidungen treffen. W&V Im Mai haben Mitarbeiter Ihres Amtes zusammen mit der Polizei fünf Standorte von ProSiebenSat.1 und der Mediengruppe RTL durchsucht. Es besteht der Verdacht, die Unternehmen, die sich fast 80 Prozent des TV-Werbemarkts teilen, hätten sich bei der Verbreitung ihrer digitalen Free-TV-Sender abgesprochen. Hat sich dieser Verdacht erhärtet?

Mundt Das sind laufende Verfahren. Diese Verfahren haben lange Vorläufe, wir befassen uns nicht zum ersten Mal mit dem Thema. Klar ist aber: Wenn Geld genommen werden soll für Produkte, für die bislang kein Geld genommen wurde, soll das im Wettbewerb geschehen. W&V Wie lange kann der TV-Zuschauer noch damit rechnen, dass digitales Fernsehen nichts kostet?

Mundt Wir sind bemüht, das im Laufe des Jahres abzuschließen. W&V Den Markt der Kabelnetzbetreiber beobachten Sie auch sehr genau. Es geht im Kern um die Frage, ob die Sender ihre Verhandlungsmacht durch Absprachen gestärkt haben.

Mundt Das ist eine schwierige Betrachtung der Gleichgewichte des Markts. Bei den großen Kabelnetzbetreibern haben wir regionale Monopole, ohne sie kommt man nicht an die Zuschauer. Die Netzbetreiber wiederum haben ein großes Interesse daran, die wichtigen Sender im Programm zu haben. Jetzt kann man sich natürlich fragen, wie die Gewichte auf dem Markt eigentlich verteilt sind. Ist die Macht der Programmveranstalter so groß, dass man sie als Gegengewicht zu den Kabelnetzbetreibern sehen kann? Wir sind der Auffassung, dass das nicht der Fall ist. Das Monopol auf Seiten der Kabelnetzbetreiber ist so robust, dass uns das nicht

ausgeglichen vorkommt.

W&V Die TV-Vermarkter sind gerade dabei, einen Gattungsmarketingverband zu gründen. Beobachten Sie diese Entwicklung?

Mundt Für uns ist dieses Vorhaben noch unklar. Wir wissen nicht, ob das über ein Gemeinschaftsunternehmen geschehen soll, ob das eine Kooperation sein soll, ob wir im Bereich Fusionskontrolle oder Kartelle sind. Nur eines ist klar: Was immer es da geben wird, wir müssen es uns ansehen. W&V Der BGH hat kürzlich geurteilt, dass das Bundeskartellamt die Übernahme von ProSiebenSat.1 durch die Axel Springer AG zu Recht untersagt hat. Jetzt wird es schwierig für die Investoren KKR und Permira, ihre Anteile an dem TV-Konzern an ein deutsches Unternehmen zu verkaufen.

Mundt Warum denn? Nicht jeder nicht-strategische Investor ist ein schlechter Investor. Es gibt viele Finanzinvestoren, die eine Menge Unternehmen sehr erfolgreich aufgestellt haben. Genauso kommt es vor, dass strategische Investoren Fehler machen. Übernahmen sind ja keine Garantie dafür, dass immer alles gut geht. Der BGH hat uns vollumfänglich bestätigt, und ich finde die Entscheidung nach wie vor richtig. Da wäre eine erhebliche wirtschaftlich-publizistische Ballung entstanden. Ich kann aber nicht sagen, ob wir vor dem Hintergrund der heutigen Verhältnisse die Entscheidung noch einmal genauso treffen würden. Wir sind heute viele Jahre weiter, das müssten wir uns noch einmal ansehen. W&V Heißt das: Wenn ProSiebenSat.1 wieder zum Verkauf steht, könnte Springer noch einmal kommen und sein Interesse anmelden?

Mundt Nichts ist in Stein gemeißelt. Man müsste ein neues Vorhaben daraus machen und das neu anmelden. Entschieden wurde über die Übernahme im Januar 2006 mit Daten aus den Jahren davor. Heute schreiben wir das Jahr 2010, wir müssten uns das heute noch einmal ansehen. Erneut die Verhältnisse aus dem Jahr von damals anzunehmen, wäre ein grober handwerklicher Schnitzer.

Rolf Schröter, Helmut van Rinsum 3 unternehmen@wuv.de

„Wir müssen niemandem etwas beweisen, aber wir brauchen Beweise“

„Bei weltweiten Kartellen existieren mafiaähnliche Strukturen“

„Im Fall Google sehen viele Wettbewerbsbehörden Probleme“

Der Preis-Richter

Seit vergangenem Dezember ist Andreas Mundt, 49, Präsident des Bundeskartellamts und damit einer der mächtigsten Beamten. Seit zehn Jahren arbeitet der Jurist bei der Behörde in Bonn: zunächst in der Beschlussabteilung für Kreditinstitute und Lotteriewesen, später für Kartengestützte Zahlungssysteme. Im Jahr 2005 wurde er Leiter der Grundsatzabteilung. Mundt ist verheiratet und hat drei Kinder.

im Wortlaut

Aus einer Mail eines großen LEH-Unternehmens an einen Markenartikler: „...Leider sehen wir keine andere Möglichkeit mehr: Wir geben Ihrem Haus bis heute in einer Woche Zeit, den LVP bei (Name eines großen LEH-Unternehmens) für ... anzuheben – sollte dies nicht passieren, werden wir per ... folgende Artikel auslisten: ... Nach jeder weiteren Woche, wo der LVP bei ... (Name eines großen LEH-Unternehmens) nicht angehoben wird, werden wir pro Woche zwei weitere Artikel auslisten. Schade, dass wir nach solchen ‚Mitteln‘ greifen müssen. Schönes Wochenende. Mit freundlichen Grüßen“Quelle: Bundeskartellamt.

Razzia in den Konzern-Etagen

Im Kampf gegen PreisKartelle Durchforstete Das Bundeskartellamt Lebensmittel- und Medienkonzerne.

Mit 56 Mitarbeitern des Bundeskartellamts und 62 Polizeibeamten rückten die Einsatzkommandos Anfang des Jahres an. Elf deutsche Einzelhandelsunternehmen und vier Markenartikelhersteller wurden durchsucht. Sie sind verdächtig, illegale Preisabsprachen getroffen zu haben – darunter Metro, Edeka, Rewe und Rossmann sowie Mars. Auch auf dem Mediensektor zeigt das Kartellamt Zähne. Im Mai durchsuchten die Kartellwächter die Büros der Sendergruppen RTL und ProSiebenSat.1 wegen des Verdachts auf Preisabsprachen bei digitalen Free-TV-Programmen. Bereits im Dezember vergangenen Jahres hatte das Bundeskartellamt den Kaffeeherstellern Dallmayr, Kraft Foods, Melitta und Tchibo eine Strafe in Höhe von 160 Millionen Euro auferlegt. Aufgeflogen war das Kartell durch einen Aussteiger aus den eigenen Reihen, der offenbar die sogenannte Krönzeugenregelung nutzte: Das Kartellamt sichert dem ersten Kartellmitglied, das sich reuig an die Bundesbehörde wendet, Straffreiheit zu. Die Bußgelder betragen maximal 30 Prozent des Umsatzes des betrof-

fenen Geschäftsbereichs. Maximal zehn Prozent des Gesamtumsatzes eines Unternehmens darf die Kartellstrafe betragen. Diese Obergrenze ist bisher nicht ausgeschöpft worden. Meist liegen die verhängten Strafen bei zwei bis drei Prozent des Gesamtumsatzes. Selbst die Rekordstrafe in Höhe von 900 Millionen Euro, die die EU-Kartellbehörde dem französischen Autoglashersteller St. Gobain Ende 2008 auferlegt hatte, betrug nur ein Prozent des Umsatzes von St. Gobain. ros
die Wacht am Rhein

Das Bundeskartellamt in Bonn arbeitet äußerst wirtschaftlich. Mit einem Jahresbudget von rund 24 Millionen Euro und 320 Mitarbeitern, davon 270 Vollzeitstellen, kontrolliert die Behörde die größte Volkswirtschaft Europas. Innenminister Wolfgang Schäuble hat in diesem Jahr mit Einnahmen in Höhe von 175 Millionen Euro kalkuliert, tat-säch-

lich dürften die verhängten Bußgelder ein Vielfaches über dem Betrag liegen. Allein im Juni wurden die Brillenglashersteller wegen Absprachen zu einer Buße von 115 Millionen Euro verdonnert, die Kaffeeröster zu 30 Millionen, nachdem sie bereits im Dezember eine Strafe von 160 Millionen Euro bezahlen mussten. Das Amt arbeitet mit flachen Hierarchien, die zwölf nach Branchen gegliederten Beschlussabteilungen entscheiden weitgehend selbstständig.

Preis-Diskussion im Kartellamt. Präsident Andreas Mundt mit den W&V-Redakteuren Helmut van Rinsum (l.) und Rolf Schröter (r.).

Durchsucht Die Konzernzentralen der Rewe und von ProSiebenSat.1.

Quelle

werben und verkaufen vom 12.08.2010

Seite

16 - 20

Ressort

Thema der Woche

Copyright

DI2digital: Alle Rechte vorbehalten - Verlag Werben & Verkaufen GmbH, München