

Systematisches Abweichen der Lieferungen vom Angebot (also Eigenmarke oder NoName statt Marke)

Abgabe eines Angebots unter Einkaufspreis

Preiserhöhungen (Erpressung), die abweichen vom Angebot

Erheben von Zusatzkosten, die vorher nicht vereinbart waren (z.B. Einrichtung eProcurement, Kostenstellenkataloge, etc.)

Negative Äußerungen über Wettbewerber

Händler bekommt Ausschreibung/Anfrage nach einem Markenartikel, er bietet unter Einkaufspreis an - bekommt den Auftrag - und liefert No-name-Ware.

Händler/Händlergruppe machen einen neuen Katalog, es wird das Bild vom Markenartikel genommen - ein dezenter Hinweis „Symbolfoto“ erscheint irgendwo als Fußnote - und geliefert wird No-name-Ware.

Hersteller geben ganz bewußt nur andeutungsweise Materialbeschreibungen; z.B. bei Papier oder Folien werden nicht die Gewichte per m<sup>2</sup> bzw. die  $\mu$ -Stärken angegeben, sondern man spricht von Economy-, Standard- oder Spitzen-Qualität.

Inhalte von Verpackungen mit hohen Stückzahlen, z.B. Büroklammern werden von Herstellern in geringerer Stückzahl geliefert, da ohnehin niemand nachzählt.

Um einen günstigen Einkaufspreis zu suggerieren, werden vom Handel UVPs genannt (und geschrieben), die real nicht existieren.

Bei Lieferversäumnissen bzw. -verspätungen von Eigenmarken kommt es vor, dass der Händler sich teurere Markenware besorgt, damit bei seinem Kunden glänzen kann (zum Preis der Handelsmarke) und dem Standard-Lieferanten die Ware in Rechnung stellt, ohne dass eine solche Vereinbarung getroffen wurde.

Überhaupt das Thema „Erpressung“, sofern es den leider schon normalen Druck übersteigt und nicht mehr seriös ist.