



Kulinarie Deutschland e.V. Reuterstraße 151 D-53113 Bonn

Kulinarie Deutschland e.V.

An das
Bundeskartellamt
Kaiser-Friedrich-Straße 16
53113 Bonn

**Verband der Hersteller
kulinarischer Lebensmittel**
Feinkost | Suppen | Essig
Senf | Desserts

Per E-Mail
Konsultation-Preisbindung-LEH@bundeskartellamt.bund.de

6. März 2017
Rd/sk

Hinweise zum Preisbindungsverbot im Bereich des stationären Einzelhandels

Reuterstraße 151
D-53113 Bonn
T +49 (0)228 21 20 17
F +49 (0)228 22 94 60
info@kulinarie.org
www.kulinarie.org

Sehr geehrte Damen und Herren,

Kulinarie Deutschland e. V. – Verband der Hersteller kulinarischer Lebensmittel ist aus dem Zusammenschluss der Verbände der Feinkost-, Suppen- sowie Essig- und Senfindustrie entstanden und vertritt die gemeinsamen Interessen dieses Marktsegments der Lebensmittelindustrie. Zu unseren insgesamt 126 Mitgliedern zählen einige große Unternehmen und zahlreiche kleine und mittelständische Firmen. Dies vorausgeschickt danken wir für die Gelegenheit, zum Entwurf der Hinweise zum Preisbindungsverbot im Bereich des stationären Einzelhandels Stellung nehmen zu können und bitten Sie, die nachfolgenden Argumente in Ihre Überlegungen zur endgültigen Fassung der Hinweise einzubeziehen.

Büro Brüssel
CULINARIA EUROPE
Avenue des Arts, 46
B-1000 Bruxelles
www.culinarie-europe.eu

Unter Bezugnahme auf die Rechtsprechung des EuGH weisen Sie darauf hin, dass vertikale Preisbindung unabhängig vom Marktanteil der beteiligten Unternehmen als das Marktgeschehen spürbar verfälschend beurteilt wird (Rn. 16). Dieser Hinweis kann als Annahme verstanden werden, es sei Lebensmittelherstellern in Deutschland unabhängig von ihrem Marktanteil möglich, eine vertikale Preisbindung gegenüber dem Handel durchzusetzen. Das dürfte indessen nur eine theoretische Überlegung sein.

In der Beschreibung der Machtstruktur und Machtverteilung (Kap. III. 1.) führen Sie aus, sowohl die Absatz- als auch die Beschaffungsmärkte des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland seien konzentriert, und der Konzentrationsprozess schreite fort. Diese Aussage gilt für die Herstellerseite nur sehr eingeschränkt. Zwar stehen in einigen



Beschaffungsmärkten nur wenige führende Hersteller der hochkonzentrierten Handelsseite gegenüber, die Lebensmittelindustrie insgesamt umfasst aber knapp 6.000 Unternehmen; die Zahl der Unternehmen im Lebensmittelhandel ist demgegenüber an zwei Händen abzuzählen. Auch wenn nicht alle Hersteller den Lebensmitteleinzelhandel beliefern, bleibt das Gefälle zwischen Anbieter- und Nachfrageseite gravierend.

Insbesondere die Ausführungen unter Randnummer 33 der Hinweise belegen die lediglich theoretische Betrachtungsweise für den Bereich des Lebensmittelhandels. Wenn Sie mutmaßen, Hersteller, die „von der Funktion des Preises als Qualitätssiegel für ihre Produkte ausgehen“, könnten „den Endverkaufspreis auch durch einen entsprechend hohen Herstellerabgabepreis beeinflussen“, um einer „Verramschung“ ihrer Produkte entgegenzuwirken, so hat dies mit der Lebenswirklichkeit kleiner und auch mittelständischer Markenartikler wenig zu tun. Dies räumen Sie Ihrer weiteren Betrachtung selbst indirekt ein (Rn. 40).

Das Preisbindungsverbot basiert darauf, dass im Lebensmitteleinzelhandel nur wenige Anhaltspunkte für eine effizienzsteigernde Wirkung sprechen (Rn. 42). Wenn dieses Verbot aber so umfassend ausgelegt wird, dass dem Hersteller praktisch jede Möglichkeit genommen wird, einem „Preisverhau“ entgegenzuwirken, während dem hochkonzentrierten Lebensmittelhandel alle Möglichkeiten zur Listung, Platzierung und Preisfestsetzung – und zwar sowohl der Hersteller- als auch der Handelseigenmarken! – praktisch auf dem Silbertablett serviert werden, so sehen wir hierin eine „Definition der Grenzen“ (s. Interview BKartA-Präsident Andreas Mundt in LZ 7 vom 17. Februar 2017), die einseitig stark zulasten der Hersteller geht. Von gleichem Recht für alle erscheint dies weit entfernt. Dies gilt umso mehr, als die vielen kleinen und mittelständischen Lebensmittelhersteller sich auf der Zuliefererseite zumindest im Bereich der Commodities wiederum großen und marktmächtigen Unternehmen gegenübersehen, sich also praktisch in einer Sandwich-Position befinden.

Nicht die Meistbegünstigung des Lebensmitteleinzelhandels einschließlich Herstellermarkenschädigung ist Basis unserer Versorgung mit dem besten, sichersten und vielfältigsten Lebensmittelangebot, das es je gab, sondern die Sicherung langfristiger guter Qualität. Diese aber lässt sich nur erreichen, wenn das Ungleichgewicht zwischen Handel und Industrie nicht noch durch restriktive Auslegung bestehender Vorschriften verstärkt wird.

Mit freundlichen Grüßen

Kulinaria Deutschland e.V.


Dirk Radermacher