



EUROPÄISCHES PARLAMENT

2009 - 2014

Plenarsitzungsdokument

A7-0217/2011

1.6.2011

BERICHT

über das Thema „Mehr Effizienz und Fairness auf dem Einzelhandelsmarkt“
(2010/2109(INI))

Ausschuss für Binnenmarkt und Verbraucherschutz

Berichterstatlerin: Anna Maria Corazza Bildt

PR_INI

INHALT

	Seite
ENTWURF EINER ENTSCHESSUNG DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS	3
BEGRÜNDUNG	14
ERGEBNIS DER SCHLUSSABSTIMMUNG IM AUSSCHUSS	20

ENTWURF EINER ENTSCHEIDUNG DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS

zu dem Thema „Mehr Effizienz und Fairness auf dem Einzelhandelsmarkt“ (2010/2109(INI))

Das Europäische Parlament,

- unter Hinweis auf den Bericht der Kommission vom 5. Juli 2010 mit dem Titel „Überwachung des Handels- und Vertriebsmarktes: Ein effizienterer und fairer Binnenmarkt in Handel und Vertrieb bis 2020“ (KOM(2010)0355) und des begleitenden Arbeitsdokuments der Kommissionsdienststellen „Binnenmarkt in Handel und Vertrieb“ (SEK(2010)0807),
- unter Hinweis auf die Antworten auf die (vom 5. Juli bis 10. September 2010) von der Kommission durchgeführte öffentliche Konsultation zu dem Bericht über die Überwachung des Handels- und Vertriebsmarktes,
- unter Hinweis auf das Rundtischgespräch zur mehr Effizienz und Fairness auf dem Einzelhandelsmarkt für Unternehmen und Verbraucher, das vom Ausschuss für Binnenmarkt und Verbraucherschutz am 25. Januar 2011 durchgeführt wurde,
- unter Hinweis auf die Stellungnahme des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses vom 20. Januar 2011 zu dem Bericht „Überwachung des Handels- und Vertriebsmarktes: Ein effizienterer und fairer Binnenmarkt in Handel und Vertrieb bis 2020“,
- unter Hinweis auf die Mitteilung der Kommission mit dem Titel „Binnenmarktakte – Zwölf Hebel zur Förderung von Wachstum und Vertrauen – ‚Gemeinsam für neues Wachstum‘“ vom 13. April 2011 (KOM(2011)0206),
- unter Hinweis auf die Mitteilung der Kommission vom 27. Oktober 2010, „Auf dem Weg zu einer Binnenmarktakte – für eine in hohem Maße wettbewerbsfähige soziale Marktwirtschaft – 50 Vorschläge, um gemeinsam besser zu arbeiten, zu unternehmen und Handel zu treiben“ (KOM(2010)0608),
- unter Hinweis auf den Bericht von Professor Mario Monti mit dem Titel „Eine neue Strategie für den Binnenmarkt“,
- unter Hinweis auf die Schlussfolgerungen des Rates vom 10. Dezember 2010 zur Binnenmarktakte,
- unter Hinweis auf die Mitteilung der Kommission vom 8. Oktober 2010 mit dem Titel „Intelligente Regulierung in der Europäischen Union“ (KOM(2010)0543),
- unter Hinweis auf die vierte Ausgabe des Verbraucherbarometers „Damit die Märkte den Verbrauchern dienen“ (Herbstaussgabe, Oktober 2010) und die fünfte Ausgabe des Verbraucherbarometers „Consumers at Home in the Single Market“ (Frühjahrsausgabe, März 2011),

- unter Hinweis auf die 21. Ausgabe des Binnenmarktanzeigers vom 23. September 2010,
- unter Hinweis auf die Mitteilung der Kommission vom 3. März 2010 mit dem Titel „Europa 2020: Eine Strategie für intelligentes, nachhaltiges und integratives Wachstum“ (KOM(2010)2020),
- unter Hinweis auf die Mitteilung der Kommission mit dem Titel „Die Funktionsweise der Lebensmittelversorgungskette in Europa verbessern“ vom 28. Oktober 2009 (KOM(2009)0591),
- unter Hinweis auf die Mitteilung der Kommission vom 25. Juni 2008 mit dem Titel „Vorfahrt für KMU in Europa – Der „Small Business Act“ für Europa“ (KOM(2008)0394),
- unter Hinweis auf die Richtlinie 2011/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. Februar 2011 zur Bekämpfung von Zahlungsverzug im Geschäftsverkehr¹,
- unter Hinweis auf die Verordnung (EG) Nr. 764/2008 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 9. Juli 2008 zur Festlegung von Verfahren im Zusammenhang mit der Anwendung bestimmter nationaler technischer Vorschriften für Produkte, die in einem anderen Mitgliedstaat rechtmäßig in den Verkehr gebracht worden sind, und zur Aufhebung der Entscheidung Nr. 3052/95/EG²,
- unter Hinweis auf die Verordnung (EG) Nr. 765/2008 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 9. Juli 2008 über die Vorschriften für die Akkreditierung und Marktüberwachung im Zusammenhang mit der Vermarktung von Produkten und zur Aufhebung der Verordnung (EWG) Nr. 339/93³,
- unter Hinweis auf den Beschluss Nr. 768/2008/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 9. Juli 2008 über einen gemeinsamen Rechtsrahmen für die Vermarktung von Produkten und zur Aufhebung des Beschlusses 93/465/EWG des Rates⁴,
- unter Hinweis auf die Richtlinie 2006/123/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2006 über Dienstleistungen im Binnenmarkt⁵,
- unter Hinweis auf seinen Standpunkt vom ... zu dem Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates über Rechte der Verbraucher⁶,
- unter Hinweis auf seine Entschließung vom 6. April 2011 zu Wirtschaftslenkung und Partnerschaft im Binnenmarkt⁷,
- unter Hinweis auf seine Entschließung vom 6 April 2011 zu einem Binnenmarkt für

¹ ABl. L 48 vom 23.2.2011, S. 1.

² ABl. L 218 vom 13.8.2008, S. 21.

³ ABl. L 218 vom 13.8.2008, S. 30.

⁴ ABl. L 218 vom 13.8.2008, S. 82.

⁵ ABl. L 376 vom 27.12.2006, S. 36.

⁶ Angenommene Texte, P7_TA(2011)0000(A7-0038/2011 – Annahme im Plenum auf der II. Juni-Tagung 2011).

⁷ Angenommene Texte, P7_TA(2011)0144.

Unternehmen und Wachstum¹,

- unter Hinweis auf seine EntschlieÙung vom 6 April 2011 zu einem Binnenmarkt für Europäer²,
 - unter Hinweis auf seine EntschlieÙung vom 21. Oktober 2010 zur Zukunft der europäischen Normung³,
 - unter Hinweis auf seine EntschlieÙung vom 21. September 2010 über die Vollendung des Binnenmarktes für den elektronischen Handel⁴,
 - unter Hinweis auf seine EntschlieÙung vom 7. September 2010 zu dem Thema „Gerechte Einnahmen für Landwirte: Die Funktionsweise der Lebensmittelversorgungskette in Europa verbessern“⁵,
 - unter Hinweis auf seine EntschlieÙung vom 20. Mai 2010 zur Schaffung eines Binnenmarktes für Verbraucher und Bürger⁶,
 - unter Hinweis auf seine EntschlieÙung vom 9. März 2010 zum Verbraucherschutz⁷,
 - unter Hinweis auf seine EntschlieÙung vom 9. März 2010 zum Binnenmarktanzeiger⁸,
 - unter Hinweis auf seine EntschlieÙung vom 9. März 2010 zu SOLVIT⁹,
 - unter Hinweis auf seine Erklärung vom 19. Februar 2008 zu der Untersuchung des Machtmissbrauchs durch große Supermarktketten, die in der Europäischen Union tätig sind, und zu entsprechenden AbhilfemaÙnahmen¹⁰,
 - gestützt auf Artikel 48 seiner Geschäftsordnung,
 - in Kenntnis des Berichts des Ausschusses für Binnenmarkt und Verbraucherschutz (A7-0217/2011),
- A. in der Erwägung, dass es zu Besorgnis Anlass gibt, wenn über Europa der Wind des Protektionismus weht,
- B. in der Erwägung, dass die Realwirtschaft wieder in den Mittelpunkt der politischen Agenda gestellt werden muss, um den Binnenmarkt zur vollen Entfaltung zu bringen,
- C. in der Erwägung, dass der Einzelhandelsmarkt maßgeblicher Bestandteil unseres

¹ Angenommene Texte, P7_TA(2011)0146.

² Angenommene Texte, P7_TA(2011)0145.

³ Angenommene Texte, P7_TA(2010)0384.

⁴ Angenommene Texte, P7_TA(2010)0320.

⁵ Angenommene Texte, P7_TA(2010)0302.

⁶ Angenommene Texte, P7_TA(2010)0186.

⁷ ABl. C 349E vom 22.12.2010, S. 1.

⁸ ABl. C 349E vom 22.12.2010, S. 25.

⁹ ABl. C 349E vom 22.12.2010, S. 10.

¹⁰ ABl. C 184E vom 6.8.2009, S. 23.

Bekanntnisses zur Neubelebung des Binnenmarktes ist,

- D. in der Erwägung, dass der Einzelhandel als großer Energieverbraucher und Abfallerzeuger einen zentralen Beitrag zur Nachhaltigkeit einschließlich des Erreichens der Energieziele „20-20-20“ der EU leisten kann,
- E. in der Erwägung, dass sich das wirtschaftliche Potenzial des Staaten übergreifenden Online-Handels nicht genügend entfalten kann wegen verschiedener Hemmnisse, wie z. B. Sprachbarrieren, Unsicherheit des Systems, unangemessene und unzureichende Information und Mangel an administrativer Koordination und Kooperation, die die Verbraucher vor Online-Käufen bei Einzelhändlern in anderen Mitgliedstaaten und die Einzelhändler vor einem grenzübergreifenden Online-Verkauf zurückschrecken lassen,

Eine Strategie für mehr Wettbewerbsfähigkeit, Wachstum und Beschäftigung

1. betont, dass der Einzelhandelssektor ein Motor für Wachstum, Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung ist und einen entscheidenden Beitrag zum Erreichen der Ziele der Strategie EU 2020 leistet;
2. weist darauf hin, dass Einzelhändler vielfältige und moderne Formen des Kaufs und Verkaufs von Waren und Dienstleistungen bieten und zu mehr Auswahl für Verbraucher und zu flexiblen und annehmbaren Beschäftigungsmöglichkeiten, besonders für junge Menschen, beitragen;
3. fordert die EU-Organe auf, dem Einzelhandelssektor als einer Säule der Binnenmarktakte und als wichtigem Faktor für die Wiederherstellung des Vertrauens der Europäer in den Binnenmarkt höchsten politischen Stellenwert einzuräumen;
4. fordert die Kommission auf, die Politikbereiche übergreifende Koordinierung zu verstärken und einen **ganzheitlichen, langfristigen Ansatz gegenüber dem Einzelhandelssektor zu verfolgen**;
5. bedauert, dass erhebliche Hemmnisse nach wie vor verhindern, dass der Einzelhandelssektor sein Potenzial online und offline voll ausschöpft; betont die Notwendigkeit, unverzüglich gegen diese Hemmnisse vorzugehen;
6. betont, dass **Einzelhändler und Lieferanten gemeinsam dafür verantwortlich sind, mehr Effizienz, Transparenz und Fairness auf dem Einzelhandelsmarkt zu erreichen**;
7. ist der Auffassung, dass der Hauptschwerpunkt auf der **wirksamen Durchsetzung** der Vertragsgrundsätze und der geltenden Binnenmarktvorschriften und -instrumente sowie auf **Selbstregulierung** liegen muss, bevor gegebenenfalls ein Regulierungsansatz in Betracht gezogen wird;

Abbau von Hemmnissen für den freien Waren- und Dienstleistungsverkehr

8. erklärt sich besorgt darüber, dass restriktive nationale Regeln, abweichende Auslegungen und eine unzureichende Durchsetzung den freien Waren- und Dienstleistungsverkehr in der EU behindern; betont, dass Auflagen für Sonderprüfungen und -anmeldungen, die

Nichtanerkennung von Bescheinigungen und Normen, Beschränkungen des regionalen Angebots und ähnliche Maßnahmen zusätzliche Kosten für Verbraucher und Einzelhändler, vor allem für KMU, verursachen und auf diese Weise das Potenzial des Binnenmarkts im Dienst der Europäer und der Unternehmen einschränken;

9. betrachtet es als **notwendig, dass die Kommission eine nähere Analyse der Preisunterschiede in der EU mithilfe angemessener statistischer Instrumente vornimmt**, um unbeschadet europäischer und nationaler Steuer- und Arbeitsmarktbestimmungen für mehr Transparenz und Vergleichbarkeit der Preise bei den Verbrauchern zu sorgen, was eine sachkundigere Auswahl begünstigt und zugleich mehr Vertrauen in den grenzüberschreitenden Handel schafft; weist darauf hin, dass aktive Zusammenarbeit zwischen den nationalen statistischen Ämtern in diesem Bereich geboten ist;
10. **fordert die Mitgliedstaaten auf, die Regeln und Rechtsvorschriften zum Binnenmarkt vollständig und korrekt durchzuführen**, vor allem das Binnenmarktpaket für Waren, die Dienstleistungsrichtlinie, die Zahlungsverzugsrichtlinie, die Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr, die Regelung für kleine Unternehmen („Small Business Act“) und die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken; fordert die Mitgliedstaaten auf, Überschneidungen zu beseitigen und Verwaltungsaufwand und durch Vorschriften bedingte Hindernisse, die das Wachstum und die Schaffung von Arbeitsplätzen beeinträchtigen können, zu verringern;
11. ersucht die Kommission, die Mitgliedstaaten genauer zu überwachen, um das Umsetzungsdefizit zu reduzieren und eine wirksame gegenseitige Anerkennung von Waren und Dienstleistungen sicherzustellen; ersucht die Kommission, auch für eine Vereinfachung der geltenden Vorschriften zu sorgen;
12. verweist auf die Schwierigkeiten, denen sich selbständige Einzelhändler in Europa gegenübersehen, und vertritt die Auffassung, dass die Rechtsvorschriften zum Einzelhandelsmarkt stärker evidenzbasiert sein müssten, vor allem was die Notwendigkeit betrifft, die Auswirkungen der Rechtsvorschriften auf kleine Unternehmen angemessen zu untersuchen und zu verstehen;
13. legt den Unternehmervereinigungen und Verbrauchervereinigungen nahe, mit Unterstützung der Kommission den Interessenträgern mehr Informationen, Schulungen und juristische Beratung zu ihren Rechten und den ihnen zur Verfügung stehenden Instrumenten zur Problemlösung, wie z. B. SOLVIT, bereitzustellen und untereinander den Austausch bewährter Verfahren zu fördern;
14. betont, dass ein fragmentiertes Zahlungssystem ein Hemmnis für den Handel schafft; fordert die Kommission auf, den einheitlichen Euro-Zahlungsverkehrsraum (SEPA) zu verbessern, um einen für alle Karten verfügbaren grundlegenden Zahlungsdienst aufzubauen, den Wettbewerb zwischen den Zahlungsmitteln durch Beseitigung von Schranken zu fördern, die Transparenz in Bezug auf Transaktionskosten zu verbessern und ungerechtfertigte Interbankenentgelte abzuschaffen; fordert die Kommission auf, für schnellere Banküberweisungen in der EU zu sorgen; ist der Auffassung, dass der SEPA als nützliches Instrument zur Bekämpfung der Schattenwirtschaft betrachtet werden kann;

Öffnung des Marktzugangs für Unternehmen und Verbraucher

15. verweist auf die von Teilen der Zivilgesellschaft und von KMU geäußerte Besorgnis über die Zunahme der Zahl von Einkaufszentren und den Rückgang der Zahl von Einzelhandelsgeschäften und Märkten in entlegenen Gebieten und Innenstädten;
16. betont, dass die Einzelhandelsplanung einen strukturellen Rahmen für den Wettbewerb zwischen Unternehmen schaffen, die freie Auswahl für die Verbraucher verbessern und den Zugang zu Waren und Dienstleistungen ermöglichen sollte, und zwar besonders in schwer zugänglichen und dünn besiedelten Gebieten oder bei eingeschränkter Mobilität der Verbraucher; hebt die soziale, kulturelle und ökologische Rolle hervor, die örtliche Geschäfte und Märkte im Hinblick auf die Neubelebung ländlicher und städtischer Räume spielen; fordert daher die Mitgliedstaaten auf, nachhaltige Gemeinwesen durch Förderung der Innovation und des Wachstums von KMU zu begünstigen,
17. betont, dass die KMU das Rückgrat der europäischen Wirtschaft bilden und eine zentrale Rolle bei der Schaffung von Arbeitsplätzen, insbesondere in ländlichen Gebieten, und bei der Förderung von Innovation und Wachstum im Einzelhandelssektor der lokalen Gebietskörperschaften in der gesamten EU spielen;
18. ist der Auffassung, dass unter voller Achtung der Subsidiarität Maßnahmen für die Zugänglichkeit getroffen werden müssen;
19. stellt fest, dass die Mitgliedstaaten für ihre Politik der Ansiedlung von Geschäften verantwortlich sind und dass Nachhaltigkeit, Mobilität, Raumordnung und eine Stärkung der Stadtkerne wichtige Gründe sind, die bei Entscheidungen über die Zulässigkeit der Ansiedlung neuer Geschäfte berücksichtigt werden müssen;
20. ist der Auffassung, dass aktivierende Formen der Umgestaltung der städtischen Bausubstanz, unter anderem durch Einsatz der Strukturfonds, Mietsenkungen (öffentlich-private Partnerschaft) ermöglichen und die Wiederaufnahme von Wirtschaftstätigkeit, insbesondere im örtlichen Rahmen, fördern könnten, die der wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung zugute kommt;
21. fordert die Kommission auf, in Zusammenarbeit mit den Mitgliedstaaten eine Studie über die Auswirkungen und möglichen Folgen zu erstellen, die die Schaffung von großen Einkaufszentren (Malls) für den Beschäftigungsmarkt, die KMU und die Verbraucher hat;
22. nimmt Kenntnis von der großen Besorgnis, die fahrende Händler auf öffentlichen Plätzen in Bezug auf die Möglichkeit geäußert haben, dass die Richtlinie 2006/123/EG von den Mitgliedstaaten derart durchgeführt wird, dass das Konzept der natürlichen Ressourcen auf öffentliche Flächen ausgeweitet und dadurch die Gewerbeerlaubnis auf öffentlichen Plätzen zeitlich eingeschränkt wird, was sich in erheblichem Maß abträglich auf die Beschäftigungslage, die freie Wahl für Verbraucher und die Existenz der traditionellen Märkte in den Stadtvierteln auswirken würde;
23. betont, dass der elektronische Geschäftsverkehr eine wichtige Ergänzung des Offline-Handels ist und dass geeignete Schritte unternommen werden müssen, um sein Potenzial vollständig zur Entfaltung zu bringen, wozu auch die Verbesserung des Internetzugangs in den abgelegensten Gebieten der Europäischen Union gehört; fordert die Kommission auf, in die anstehende Mitteilung zum elektronischen Geschäftsverkehr Maßnahmen zur

Stärkung des Vertrauens aufzunehmen, insbesondere durch die Vereinfachung der grenzüberschreitenden Anmeldung von Domains, die Verbesserung der sicheren Online-Zahlung, die Erleichterung der grenzüberschreitenden Eintreibung von Forderungen und die Verbesserung der Information der Verbraucher über ihre Rechte, insbesondere was das Widerrufsrecht und die Reklamationsmöglichkeiten betrifft;

24. bedauert die erhebliche Zahl von Hemmnissen für die Niederlassungsfreiheit von Einzelhändlern in der EU; ist besonders über bestimmte einzelstaatliche Handels- und Steuergesetze besorgt, die de facto eine Diskriminierung ausländischer Einzelhändler bewirken;
25. fordert die Kommission auf, entschiedener gegenüber Mitgliedstaaten aufzutreten, die gegen Binnenmarktgrundsätze verstoßen, Vertragsverletzungsverfahren durch ein Schnellverfahren zu beschleunigen und dem Europäischen Parlament jährlich über gelöste Fälle auf dem Gebiet des Einzelhandels Bericht zu erstatten;

Vertrags- und Geschäftspraxis in den Beziehungen zwischen Unternehmen

26. bekräftigt, dass freier und gleicher Wettbewerb, Vertragsfreiheit und eine ordnungsgemäße Durchsetzung der einschlägigen Rechtsvorschriften für einen gut funktionierenden Einzelhandelsmarkt von zentraler Bedeutung sind;
27. stellt fest, dass Unternehmen unterschiedliche Marktmacht haben, dass sie sich wirtschaftlich solide verhalten müssen und dass die EU herausragende Wirtschaftsteilnehmer benötigt, um sich im Weltmaßstab zu behaupten;
28. nimmt jedoch die weit verbreitete Sorge über eine marktbeherrschende Stellung größerer Akteure zur Kenntnis, die nach verbreiteter Auffassung schwächeren Lieferanten und Einzelhändlern unfaire Bedingungen aufzwingen, zum Beispiel durch ungerechtfertigte Mechanismen des selektiven Vertriebs, geografische Segmentierung, Preiskontrolle, Auslistung ohne Vorwarnung und sonstige einschränkende Praktiken, und auf diese Weise den Wettbewerb verzerren; bekräftigt, dass die gesamte Lieferkette von Handel und Vertrieb durch derartige Praktiken beeinträchtigt wird; missbilligt Praktiken, durch die das unausgewogene Kräfteverhältnis zwischen den Wirtschaftsakteuren missbraucht und echte Vertragsfreiheit infrage gestellt wird; hebt hervor, dass eine Sensibilisierung aller Akteure, insbesondere KMU, für ihre vertraglichen Rechte dazu beitragen würde, derartige Praktiken zu unterbinden;
29. weist darauf hin, dass Franchising ein brauchbares Rezept für selbständige Einzelhändler dafür bietet, in einem wettbewerbsintensiven Umfeld zu überleben; stellt mit Sorge fest, dass die Verträge, die Einzelhändler für die Aufnahme in ein Franchisesystem abschließen müssen, immer strenger werden;
30. betont, dass Eigenmarken so aufgebaut werden sollten, dass sie eine verbesserte Auswahl für die Verbraucher bewirken – besonders was Transparenz, Informationsqualität und Vielfalt angeht – und den KMU eindeutige Innovations- und Expansionsmöglichkeiten eröffnen;
31. vertritt die Auffassung, dass „parasitäre Nachahmung“ (von Verpackungen), die unter

anderem aus der Doppelrolle der Einzelhändler als Kunden und Wettbewerber von Markenherstellern resultieren kann, eine nicht hinnehmbare Praxis ist, gegen die unverzüglich vorgegangen werden sollte; begrüßt es, dass die Kommission eine Untersuchung vornimmt, um zusätzliche Klarheit bezüglich der Rechtsrahmen und Praktiken im Zusammenhang mit Geschäftsgeheimnissen und „parasitärer Nachahmung“ in den 27 EU-Mitgliedstaaten zu schaffen;

32. hält ausgewogenere Beziehungen und mehr Transparenz in der Einzelhandelslieferkette für erforderlich; betont den notwendigen Umstieg von der Konfrontation zu einem auf Tatsachen beruhenden Dialog, um Vertrauen wiederherzustellen und faire Verhandlungen sowie gleiche Bedingungen für alle zu ermöglichen und damit allen Wirtschaftsakteuren der Lieferketten die Möglichkeit zu geben, den mit ihren Produkten erzielten Mehrwert für sich selbst zu nutzen und die Vorteile des Binnenmarkts voll auszuschöpfen;
33. fordert die Kommission und die Mitgliedstaaten auf, das Wettbewerbsrecht und gegebenenfalls auf einzelstaatlicher Ebene die Gesetze gegen unlauteren Wettbewerb und das Kartellrecht uneingeschränkt und konsequent durchzusetzen;
34. betont, dass es – um eine ordnungsgemäße Durchführung der Wettbewerbsregeln sicherzustellen und den Missbrauch marktbeherrschender Stellungen zu verhindern – in erster Linie notwendig ist, die lokalen Wettbewerbsbehörden zu stärken und für eine kontinuierliche und ununterbrochene Kommunikation und Zusammenarbeit zwischen ihnen und der Generaldirektion Wettbewerb der Kommission zu sorgen;
35. unterstützt die erfolgreiche Arbeit der Expertenplattform für Vertragspraktiken im Geschäftsverkehr der Unternehmen des Hochrangigen Forums für die Verbesserung der Funktionsweise der Lebensmittelversorgungskette, die vor allem die Definition, Auflistung und Bewertung von offenkundig unlauteren Geschäftspraktiken anhand von Daten und konkreten Beispielen betreffen; fordert eine nachhaltige Unterstützung von Initiativen für einen diesbezüglichen Dialog zwischen den Parteien; erklärt sich nicht damit einverstanden, dass es nicht förmlich an der Arbeit der Plattform und dem Hochrangigen Forum beteiligt ist; ist der Ansicht, dass sich das Parlament dringend mit diesen Angelegenheiten auseinandersetzen und sich aktiv an den Arbeiten des Forums beteiligen sollte;
36. bekräftigt die von den Akteuren geäußerte Notwendigkeit eines breiter gefassten und horizontalen Ansatzes, der den Blick über die Lebensmittelindustrie hinaus erweitert; fordert die Kommission und die Unternehmerverbände auf, ausgehend von den laufenden Arbeiten der Expertenplattform die Möglichkeiten der Einrichtung eines neuen, Forums mit offenem Mandat zu erkunden, das sich mit dem Einzelhandel insgesamt beschäftigt;
37. unterstützt nachdrücklich die intensiven laufenden Bemühungen von Einzelhandels- und Lieferantenverbänden um die Einführung von Verfahren für informellen Dialog und regelmäßige Konsultationen zum Wettbewerbsrecht; begrüßt deren freiwillige Initiative, sich auf eine Erklärung über gemeinsame Grundsätze bewährter Handelspraxis in der gesamten Lieferkette des Einzelhandels zu einigen;
38. begrüßt das bei der Kommission eingerichtete europäische Instrument zur Überwachung

der Lebensmittelpreise und ähnliche Initiativen der Mitgliedstaaten zur Sicherstellung gerechter Einkommen auf allen Stufen der Lebensmittelkette mithilfe einer Analyse von Kosten, Verfahren, Wertschöpfung, Mengen, Preisen und Margen;

39. stellt mit Besorgnis fest, dass wegen wirtschaftlicher Abhängigkeit und der Sorge, Aufträge zu verlieren, vorhandene Rechtsinstrumente vor allem von KMU nicht vollständig zur Wahrung ihrer Rechte in Anspruch genommen werden; fordert die Kommission, die Mitgliedstaaten und die Unternehmerverbände auf, Wege zur Wiederherstellung von Vertrauen aufzuzeigen und den Zugang zur Justiz zu erleichtern, einschließlich der Möglichkeit anonymer Beschwerden und der Einsetzung eines EU-Beauftragten für diesen Bereich; ist davon überzeugt, dass der Begriffsrahmen weiter ausgefüllt werden muss und dass der faire Wettbewerb sowohl in vertikalen als auch in horizontalen B2B-Beziehungen Schutz bietet, sodass wirklich gleiche Ausgangsbedingungen für die Unternehmen geschaffen werden;
40. ersucht die Kommission, bis Ende 2011 eine Mitteilung herauszugeben, in der vorhandene einzelstaatliche Gesetze und Instrumente für den Umgang mit geschäftlicher Praxis und vertraglichen Beziehungen aufgeführt werden, und eingehend zu bewerten, ob diese Vorschriften ordnungsgemäß durchgesetzt werden und ob darüber hinaus Handlungsbedarf besteht;
41. vertritt die Auffassung, dass es gilt, alternative und informelle Streitbelegungs- und Rechtsdurchsetzungsverfahren auszuloten und ihre Wirksamkeit zu bewerten, weil darin ein Mittel für Einzelhändler zur Beilegung von Streitfällen bestehen könnte; fordert die Kommission auf, bis Ende 2011 Maßnahmen im Bereich der alternativen Streitbeilegung vorzuschlagen, um das Vertrauen bei Unternehmen und Verbrauchern zu stärken;
42. fordert die Kommission und die Akteure in der Einzelhandelslieferkette auf, dem Parlament jährlich über die Fortschritte bezüglich der vorhandenen Plattformen und der Mechanismen für informellen Dialog Bericht zu erstatten; empfiehlt, dass die Ergebnisse im Rahmen eines jährlichen Runden Tisches für den Einzelhandel erörtert werden, der von seinem Ausschuss für Binnenmarkt und Verbraucherschutz veranstaltet wird;

Verbesserung der Effizienz und des nachhaltigen Konsums – innovative Praxis

43. hebt die Verantwortung des Einzelhandels für Nachhaltigkeit hervor; begrüßt es, dass Einzelhändler und Lieferanten in vorderster Reihe stehen, wenn es um Umweltbewusstsein und speziell um Abfälle, Energieverbrauch, Transport und Senkung von CO₂-Emissionen geht; begrüßt die Verpflichtungen, die die Einzelhändler bereits in Sachen nachhaltiger Konsum eingegangen sind, hält aber weitere Anstrengungen für erforderlich; ist der Auffassung, dass auf der Ebene der Verantwortung von Unternehmen soziale und ökologische Themen wichtiger genommen werden sollten;
44. betont, dass Einzelhändler und Lieferanten Innovation, Forschung und Entwicklung vorantreiben; betont, dass die gesamte Branche weiterhin verstärkt in innovative Technologien und Verfahren zur zusätzlichen Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit entlang der gesamten Lieferkette, einschließlich Logistik und Transport, Energieeffizienz, Verpackung, Abfallentsorgung und Produktrecycling investieren und bewährte Verfahren

austauschen muss;

45. fordert die Kommission auf, ein gemeinsames Bewertungs- und Kennzeichnungssystem, wie in seiner Entschließung zu einem Binnenmarkt für Unternehmen und Wachstum angeregt wird, zu konzipieren, das auf dem gesamten Lebenszyklus der Produkte beruht und vor allem dem Ziel dient, zu vereinfachen, zu harmonisieren und die Kosten, die Unternehmen und Verbrauchern durch Fragmentierung entstehen, auszuräumen;
46. fordert die Akteure auf, weitere Initiativen zu ergreifen, die dem Wegwerfen von Lebensmitteln entgegenwirken;
47. begrüßt die gemeinsame Vereinbarung von EuroCommerce und UNI-Europa, die zeigt, dass der soziale Dialog im Handel gut funktioniert; räumt ein, dass mehr unternommen werden muss, um die Verbraucher besser über die soziale Verantwortung von Einzelhändlern zu informieren, Investitionen in neue Technologien durch entsprechendes Humankapital zu ergänzen, insbesondere durch den Aufbau von Kompetenzen, und die Schattenwirtschaft zu bekämpfen;
48. hebt eine sorgfältige Durchführung des geltenden Sozial- und Arbeitsrechts als wichtig hervor; beklagt, dass es sehr viel Schwarzarbeit gibt, die mit Steuerhinterziehung in hohem Ausmaß verbunden ist und verhindert, dass für Gewerbetreibende im Binnenmarkt gleiche Bedingungen gelten;
49. erinnert daran, dass eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen, die Bekämpfung der Schattenwirtschaft sowie die Aufrechterhaltung des Beschäftigungsniveaus und der Wettbewerbsfähigkeit durch eine bessere Abstimmung zwischen dem Bedarf der Händler und den Fachkenntnissen der Beschäftigten zu den größten Herausforderungen für diesen Sektor gehören; hebt in diesem Zusammenhang hervor, dass in berufliche Bildung und Aufbau von Kompetenzen investiert werden muss, weil das dem Einzelhandel helfen wird, sich schnell an neue Technologien anzupassen;

Künftige Schritte

50. ersucht die Kommission, im Benehmen mit den Einzelhandel **einen umfassenden Europäischen Aktionsplan für den Einzelhandel mit einer entsprechenden Strategie auszuarbeiten**, dabei auf dem bisher Erreichten aufzubauen und noch ausstehende Probleme zu behandeln sowie sektorspezifische Empfehlungen zu geben; erklärt sich zufrieden darüber, dass es diese Initiative in seiner Entschließung zu einem Binnenmarkt für Unternehmen und Wachstum unterstützt hat;
51. betont, dass dieser Aktionsplan den Initiativen, die von der Kommission bereits ergriffen wurden, wie die Einsetzung des Hochrangigen Forums für die Verbesserung der Funktionsweise der Lebensmittelversorgungskette, den Initiativen für Nachhaltigkeit und Klimaschutz und den einschlägigen Vorschlägen in der Binnenmarktakte Rechnung tragen sollte;
52. schlägt vor, dass die Folgemaßnahmen zu den im Aktionsplan vorgeschlagenen Maßnahmen, einschließlich der Fortschritte bezüglich des Dialogs zwischen den Interessenträgern, beim ersten Runden Tisch für den Einzelhandel vorgelegt und erörtert

werden;

53. erwartet, dass die weitere Optimierung der Kaufs- und Verkaufsprozesse entlang der gesamten Einzelhandelslieferkette – von der Marktforschung und der Vermarktung von Produkten bis hin zu Lieferantenbeziehungen, Logistik, Bevorratung und Umgang mit mangelhaften Waren und Verbraucherbeschwerden – die Wettbewerbsverhältnisse im Einzelhandel der EU verbessern, den Rückgang der Verbraucherpreise bewirken und die Dienstleistungsqualität erhöhen wird;
54. legt den Einzelhändlern und Lieferanten nahe, sich aktiv an einem offenen, konstruktiven und anhaltenden Dialog im Hinblick auf pragmatische Lösungen zu beteiligen; fordert die Mitgliedstaaten und die EU-Organe auf, diesen Prozess aktiv zu unterstützen;
55. beauftragt seinen Präsidenten, diese EntschlieÙung dem Rat und der Kommission sowie den Regierungen und Parlamenten der Mitgliedstaaten zu übermitteln.

BEGRÜNDUNG

I. Eine Strategie für Wettbewerbsfähigkeit, Wachstum und Beschäftigung

In diesem Bericht geht es um die Schaffung von Arbeitsplätzen durch Abbau von Grenzen, Hemmnissen und Belastungen für den Handel in Europa.

Der Einzelhandel ist ein **Stützpfeiler der europäischen Wirtschaft**, ein dynamischer Markt mit nahezu 20 Millionen Beschäftigten, auf den 4,2 % des BIP der EU entfallen und in dem 20 % der europäischen KMU tätig sind. Einzelhändler sind zugleich Dienstleistungsanbieter und führend bei neuen und vielfältigen Einkaufsformen wie zum Beispiel Direktvertrieb, und sie bieten leichten Zugang zum Arbeitsmarkt.

Auch wenn sich der Einzelhandel in der Krise vergleichsweise gut gehalten hat, kompliziert der aufkommende wirtschaftliche Nationalismus den Handel in der EU. Alte Hemmnisse bestehen nach wie vor, und neue kommen hinzu und beeinträchtigen das Geschäftsklima ebenso wie Investitionen und die Schaffung von Arbeitsplätzen durch ausländische Einzelhändler.

Die Berichterstatterin läutet die **Alarmglocke** in Sachen **Protektionismus** und fordert politische Führungsstärke, um die Realwirtschaft wieder ins Zentrum der politischen Agenda zu rücken. Der Bericht ist ein Aufruf zum Handeln, damit sich die Mitgliedstaaten auf der Grundlage fairer, ausgewogener und transparenter Handelsbeziehungen und eines nachhaltigen Verbrauchs der Freizügigkeit und Niederlassungsfreiheit in ganz Europa öffnen.

Allzu oft werden neue nationale Barrieren errichtet, um Arbeitsplätze und KMU zu schützen; stattdessen sollten zur Förderung von Arbeitsplätzen und KMU die Handelsschranken in Europa beseitigt werden. Dennoch müssen in diesen Zeiten der Staatsverschuldungskrise die berechtigten Anliegen von Menschen, die ihren Arbeitsplatz verlieren, und von KMU mit Geschäftseinbußen ernst genommen werden. Es gilt den Dialog auf allen Ebenen zu intensivieren, um das Verständnis zu verbessern, Vertrauen wiederherzustellen und gegen Schwierigkeiten vorzugehen.

Die Berichterstatterin verfolgt einen eindeutigen **Kurs des Regulierungsverzichts** und gibt konkrete Hinweise zu anderen Mitteln, die erkundet werden sollten, bevor auf neue Rechtsvorschriften zurückgegriffen wird. Geeignete Vorschriften sind weitgehend vorhanden, doch behindert ihre unzureichende Durchsetzung den freien Verkehr. Der Schwerpunkt sollte auf der Durchsetzung und der Harmonisierung geltender Vorschriften liegen. Es bedarf eines entschiedenen Vorgehens gegen nationale Beschränkungen und Verletzungen der Binnenmarktregeln, und zwar unter Heranziehung aller verfügbaren Instrumente, vor allem des Wettbewerbsrechts und der Vertragsverletzungsverfahren.

An und für sich findet das Wettbewerbsrecht, vor allem in Bezug auf den Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung und auf unlautere Praktiken, vor allem Anwendung auf Hersteller und weniger auf Einzelhändler. Vertragsverletzungsverfahren sind derzeit

langwierig und undurchsichtig. Daher ist die Kommission aufgefordert, die Verfahren zu vereinfachen und unbeschadet eines strengen Vorgehens Benchmarks einzuführen.

II. Der Vorbereitungsprozess: Einbindung der Wirtschaft

Dieser Bericht ist **maßnahmenorientiert**. Ziel ist es, konkrete Antworten auf konkrete Probleme zu geben, die die Akteure des Einzelhandels betreffen. Die Berichterstatterin legt ihr Hauptaugenmerk auf Schritte, die auf europäischer Ebene getan werden können, um die Lieferkette von Handel und Vertrieb effizienter und fairer zu gestalten, damit die Verbraucher von einem stärker integrierten Einzelhandelsmarkt profitieren können.

Die Berichterstatterin hat mit den Schattenberichterstattern und der Kommission in folgenden Punkten zusammengearbeitet:

- Herausarbeitung von Prioritäten aus dem Bericht der Kommission über die Überwachung des Handels- und Vertriebsmarktes durch Konzentration auf die drängendsten Probleme im Zusammenhang mit der Konjunkturbelebung in Europa;

- Durchführung einer breiten, eingehenden, fünfmonatigen sektor- und länderübergreifenden Konsultation mit großen und kleinen Lieferanten und Einzelhändlern, unabhängigen Händlern, Verbraucherverbänden, europäischen Marken- und Unternehmerverbänden zur Ermittlung ihrer täglichen Probleme¹;

- Bewertung laufender Arbeiten, um Überschneidungen zu vermeiden und die laufenden Initiativen mit größter Relevanz zu unterstützen.

Konsultationen und öffentliche Debatten sind eine Möglichkeit, auf Spannungen einzugehen und Misstrauen abzubauen. In dieser Hinsicht soll der Bericht als lebendiges Dokument und Ausgangspunkt für einen **intensiveren Dialog** unter allen Beteiligten dienen.

Die Vorbereitungsarbeiten, die parallel zur öffentlichen Konsultation über die Binnenmarktakte stattfanden, haben gezeigt, wie wichtig die Vollendung des Binnenmarktes ist, damit der Einzelhandel sein Potenzial voll ausschöpfen kann.

Dieser Bericht ist von einer gewissen Einzigartigkeit, weil von der Kommission in den letzten Jahren keine eingehende Analyse des Einzelhandelssektors durchgeführt wurde.

III. Beseitigung von Hemmnissen für den freien Waren- und Dienstleistungsverkehr

Auf der Grundlage der Aussagen von Akteuren hat die Berichterstatterin Beispiele für die Behinderung des freien Waren- und Dienstleistungsverkehrs ermittelt. So muss niederländischer Käse neu verpackt werden, wenn er in Frankreich verkauft werden soll, weil dort andere Regeln für Gewicht und Größe gelten; Spielzeug, das im Vereinigten Königreich als unbedenklich gilt, muss vor dem Verkauf in Deutschland neu geprüft werden; für den Verkauf von Stühlen ist in Italien eine Bescheinigung darüber vorzulegen, dass sie nicht für

¹ Liste der konsultierten Kreise auf Anfrage erhältlich.

Folterzwecke verwendet werden; die Brandschutzbestimmungen in Ungarn verhindern die Einfuhr von Teppichen für Hotels; in Spanien gelten andere Vorschriften über Schokolade.

Fragmentierung und restriktive nationale Maßnahmen führen zu unnötigem bürokratischen Aufwand und zu unnötigen Kosten, besonders für KMU. Vorhandene Instrumente wie z. B. SOLVIT und das Binnenmarkt-Informationssystem (IMI) sollten für die Beseitigung praktischer Hemmnisse stärker genutzt werden.

Ein fragmentiertes **Zahlungssystem** behindert den freien Handel in der EU, und täglich gehen große Beträge in Gestalt von Transaktionsgebühren verloren. Die Harmonisierung des Zahlungsverkehrs innerhalb der EU sollte Priorität haben. Bei der Überarbeitung des einheitlichen Euro-Zahlungsverkehrsraums (SEPA) müssen auch die Potenziale des Internets und mobiler Zahlungsverfahren Berücksichtigung finden.

IV. Öffnung des Marktzugangs für Unternehmen und Verbraucher

Die Städteplanung liegt in einzelstaatlicher Zuständigkeit, und es gilt der Grundsatz der Subsidiarität. Allerdings sollten die Planungsvorschriften weder direkt noch indirekt die Niederlassungsfreiheit behindern.

Zugänglichkeit für Verbraucher

Die Debatte zwischen Einkaufszentren und Läden ist polarisiert. Es besteht die Befürchtung, dass die Zahl kleinerer wohnungsnaher Geschäfte mit traditionellen Produkten in ganz Europa stetig zurückgeht. Die Tatsache, dass Bürger kein eigenes Auto besitzen oder keines nutzen wollen, weil sie die Umwelt schonen möchten, zu alt sind, in der Innenstadt oder in einem entlegenen Gebiet wohnen, sollte die freie Auswahl für diese Bürger nicht beeinträchtigen.

Die Schaffung von Vertrauen im Online-Handel könnte dazu beitragen, Produktnähe für Verbraucher zu erreichen. Daher fordert die Berichterstatterin Maßnahmen zur Nutzbarmachung der Vorteile des **elektronischen Geschäftsverkehrs**.

Oft wird großen Einzelhandelsketten oder Einkaufszentren vorgeworfen, sie würden kleine Läden vom Markt verdrängen. Die Situation ist jedoch vielschichtiger. Einkaufszentren und Outlets bieten auch den Vorteil einer zentralen Anlaufstelle, eines Einkaufsbummels und attraktiver Preise. So besteht das Problem nicht nur zwischen klein und groß, sondern genauer gesagt entlang der gesamten Kette von Lieferanten, Einzelhändlern und Immobilienbesitzern.

Die Frage, wie den Verbrauchern am besten eine freie Auswahl, ein ausgewogener Mix von kleinen und großen Geschäften und fairen Beziehungen geboten und gleichzeitig der freie Wettbewerb gewährleistet werden kann, bedarf der weiteren Analyse. Nötig ist ein konstruktiverer Dialog zwischen allen Beteiligten.

Zugänglichkeit für Unternehmen

Es bestehen genügend Hinweise darauf, dass die Zahl der **verdeckten und sich nachteilig auswirkenden Hindernisse** zunimmt. Beispielsweise haben einige Kommunalbehörden neue

Lizenzen für Einzelhändler eingeführt, die de facto die Ausgrenzung einiger Dienstleistungsanbieter in einem bestimmten Gebiet zur Folge haben. In anderen Regionen wurden Quoten eingeführt, um den Umfang des Wettbewerbs auf einer bestimmten Fläche festzulegen. Größere Einzelhändler können somit nur eine begrenzte Zahl von Läden eröffnen.

Offensichtlicher sind die restriktiven Handels- und Steuergesetze, die in letzter Zeit in mehreren Ländern erlassen wurden, darunter das Steuergesetz in Ungarn. Wenngleich sich die Steuerpolitik in nationaler Zuständigkeit befindet, berührt dieses Steuergesetz de facto viele ausländische Unternehmen. Während der IMCO-Delegationsreise nach Budapest (22.–24. Februar) sprach die Berichterstatterin dieses Problem gegenüber den ungarischen Behörden an. Die Kommission prüft zurzeit die Vertragskonformität dieses Gesetzes.

V. Vertragliche und geschäftliche Praxis in den Beziehungen zwischen Unternehmen

Die vertraglichen und geschäftlichen Beziehungen zwischen Unternehmen sind seit langem umstritten, und Spannungen entlang der Lieferkette des Einzelhandels nützen niemandem.

Es besteht große Besorgnis über die Marktdominanz weniger Akteure gegenüber einer Vielzahl von Lieferanten und Gewerbetreibenden. Fallstudien verweisen auf Trends eines selektiven Vertriebs, auf Wettbewerbsbeschränkungen, Preiskontrolle und einseitige Auslistung. Beispielsweise wird ein Anstieg des Warenpreises oft von kleinen Lieferanten getragen, die dadurch ihre Spannen verringern müssen. Einkaufspreise werden nur teilweise und mit großer Verspätung angepasst, oder Lieferanten werden ohne Vorwarnung ausgetauscht.

Aber auch hier bietet sich ein vielschichtiges Bild, und die gesamte Lieferkette von Handel und Vertrieb ist von diesen Praktiken betroffen. So verfügen zum Beispiel große Marken über Vorteile bei Verhandlungen, da sie „unentbehrliche“ Artikel anbieten. Andererseits ist es den Einzelhändlern möglich, weniger bekannte Produkte dieser Marken auszulisten.

Der Druck einer notwendigen Verringerung von Kosten und Einkaufspreisen und der scharfe Wettbewerb zwischen den Einzelhandelsketten führen mitunter ungewollt zu unlauteren Praktiken während der Verhandlungen. Große Einzelhandelsketten sind oft der Auffassung, dass Diskussionen über unlautere Praktiken auf Fehlwahrnehmung und übler Nachrede beruhen, während sie nach Meinung anderer die Wahrheit leugnen und sich rechtfertigen wollen.

Auf der Basis konkreter Belege sind noch zentrale Fragen zu untersuchen: Wird der freie Wettbewerb durch die Konzentration im Einzelhandel verzerrt? Ermöglicht der zentrale Einkauf einen gleichen Marktzugang für KMU? Stehen Logistikvorteile über Produktqualität und -vielfalt als Einkaufskriterien? Als wichtigste Frage: Wollen Verbraucher nur niedrigere Preise oder auch ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis? Sind die Verbraucher ausreichend informiert, um fundierte Entscheidungen treffen zu können?

Auch die **starke Zunahme von Eigenmarken** führt zur Polarisierung und erfordert weitere Diskussionen und eine Sensibilisierung in Bezug auf das Für und Wider. In einer unlängst vorgelegten Studie gelangte die Kommission zu dem Schluss, dass Eigenmarken bislang **kein** Weniger an Auswahl und Innovation bewirken. Doch entspricht der Austausch von Markenprodukten durch Eigenmarken wirklich den Wünschen der Verbraucher? **Außerdem** bereiten Nachahmerprodukte den Markenherstellern Sorgen und müssen in Angriff genommen werden.

Insgesamt sind **Vertragsfreiheit** und **Verbrauchermündigkeit** von großer Bedeutung. Es gilt, Ausgewogenheit und fairere Verhandlungen zu sichern, ohne die Marktdynamik zu verzerrern. Gute Beispiele für kreative Maßnahmen der KMU sind die Bildung von gesellschaftlichen Unternehmensstrukturen bei Verhandlungen mit größeren Akteuren.

Allerdings werden nur ungern rechtliche Schritte eingeleitet. Die Kosten für das Melden von Missständen sind oft zu hoch. Der Zugang zur Justiz sollte erleichtert werden, und es sollten alternative Mittel der Streitbeilegung in Anspruch genommen werden. Die Kommission sollte die Wirksamkeit geltender einzelstaatlicher Vorschriften zur Ahndung unlauterer Praktiken weiter untersuchen und feststellen, welche Lösungen funktionieren und ob weiterer Handlungsbedarf besteht.

Umgang mit unlauteren Praktiken

Im Laufe der vergangenen Monate hat die Berichterstatterin alle betroffenen Akteure angehalten, in einen direkten Dialog zu treten statt Schuldzuweisungen zu machen und Vorwürfe in Abrede zu stellen .

Die Berichterstatterin schlägt **drei Optionen** und keine feststehende Lösung vor, weil sich die Expertenplattform für Vertragspraktiken im Geschäftsverkehr der Unternehmen noch in der Anfangsphase befindet und weitere zwei Jahre lang tätig sein wird:

- Intensivierung der Diskussionen im Rahmen der Expertenplattform zur Bewertung unlauterer Praktiken und den Umgang mit ihnen. Als Schritt zur Tatsachenermittlung begrüßt die Berichterstatterin die Umfrage zu unlauteren Praktiken, die unlängst von der CIAA (Vereinigung der Ernährungsindustrien der EU) und vom Europäischen Markenverband (AIM) durchgeführt wurde.

- Einrichtung eines neuen Forums, das sich über die Lebensmittelindustrialpolitik hinaus konkret mit dem Einzelhandel insgesamt befasst.

- Idealerweise Anschub freiwilliger Initiativen durch die Wirtschaft. Dabei sind bereits Fortschritte erzielt worden, und es gibt Anzeichen der Bereitschaft, Probleme zu erkennen und in einen konstruktiven Dialog zu treten. Die Berichterstatterin äußert die nachdrückliche Hoffnung, dass die laufende intensive Konsultation zu Selbstkontrolle und konkreten Verpflichtungen wie einem „regelmäßigen Dialog“ und der Einhaltung ethischer Grundsätze führen wird.

Keine der Optionen sollte Doppelungen mit der Arbeit der Expertenplattform bewirken, sondern vielmehr den laufenden Prozess unterstützen.

Die Berichterstatterin empfiehlt, dass die EU-Organe und die interessierten Kreise ein jährliches **Rundtischgespräch** durchführen, um die im Dialog erzielten Fortschritte auszuwerten.

VI. Verbesserung von Effizienz und Nachhaltigkeit – innovative Praxis

Der Einzelhandel spielt eine wichtige Rolle bei der Herausbildung einer nachhaltigen Wirtschaft und sollte auch weiterhin durch einen leichten Zugang zu hochwertigen Waren einen **nachhaltigen Konsum** fördern. Als gute Beispiele für freiwillige Verpflichtungen sind die Erklärung des ERRT zu Energiefragen, „Way Ahead“, das Einzelhandelsforum zur Nachhaltigkeit, das Globale Forum für einen nachhaltigen Verbrauch, das Konsumgüter-Forum und das Konzept der „Efficient Consumer Response“ zu nennen.

Die Berichterstatterin legt dem Einzelhandel nahe, weiter in innovative Lösungen für Logistik und Transport, Energieeffizienz sowie Verpackung und Abfallentsorgung zu investieren. Außerdem fordert die Berichterstatterin zu gemeinsamen Aktionen gegen das **Wegwerfen von Nahrungsmitteln** auf.

Der Einzelhandel ist ein Sektor, in dem der **soziale Dialog** offenbar gut funktioniert. Die Berichterstatterin begrüßt, dass EuroCommerce und UNI-Europa eine gemeinsame Vereinbarung abgeschlossen haben, und unterstützt deren Inhalt.

VII. Weiteres Vorgehen

Es ist an der Zeit, die Leistungen, spezifischen Probleme und Herausforderungen des Einzelhandelssektors anzuerkennen. Die Berichterstatterin fordert einen integrierten **Europäischen Aktionsplan für den Einzelhandel** als einen politischen Rahmen mit konkreten Vorschlägen für die Lösung noch anstehender Probleme durch einen pragmatischen Ansatz.

Jetzt ist der Einzelhandel am Zug. Freiwillige Initiativen sollten von den EU-Organen aufmerksam beobachtet und bewertet werden. Andere Optionen sollten nicht von vornherein ausgeschlossen werden. Das weitere Vorgehen wird von der Wirksamkeit einer Selbstregulierung abhängen.

ERGEBNIS DER SCHLUSSABSTIMMUNG IM AUSSCHUSS

Datum der Annahme	25.5.2011
Ergebnis der Schlussabstimmung	+: 32 -: 3 0: 0
Zum Zeitpunkt der Schlussabstimmung anwesende Mitglieder	Pablo Arias Echeverría, Adam Bielan, Cristian Silviu Buşoi, Lara Comi, Anna Maria Corazza Bildt, António Fernando Correia De Campos, Jürgen Creutzmann, Evelyne Gebhardt, Louis Grech, Małgorzata Handzlik, Malcolm Harbour, Iliana Ivanova, Sandra Kalniete, Eija-Riitta Korhola, Edvard Kožušník, Hans-Peter Mayer, Phil Prendergast, Mitro Repo, Robert Rochefort, Zuzana Roithová, Heide Rühle, Christel Schaldemose, Andreas Schwab, Laurence J.A.J. Stassen, Catherine Stihler, Kyriacos Triantaphyllides, Emilie Turunen, Bernadette Vergnaud, Barbara Weiler
Zum Zeitpunkt der Schlussabstimmung anwesende Stellvertreter	Regina Bastos, Cornelis de Jong, Constance Le Grip, Morten Løkkegaard, Pier Antonio Panzeri, Konstantinos Poupakis