



MARKENVERBAND

Leiter Presse & Öffentlichkeitsarbeit
Johannes Ippach
j.ippach@markenverband.de

PRESSEMITTEILUNG

Überarbeitung der EU-Wettbewerbsregelungen

Europäische Einkaufskartelle schaden den Verbrauchern, der Innovationskraft von Herstellern sowie der Gesamtwirtschaft

Berlin, 27.10.2021. Die aktuelle Überarbeitung der EU-Wettbewerbsvorschriften läuft auf Hochtouren. Vor diesem Hintergrund und dem Verhalten europäischer Einzelhandelsallianzen als Gatekeeper mahnt der Markenverband an, dass die EU-Kommission auch auf Einkaufsmärkten die dringend notwendige Rechtssicherheit schafft, wann aus gemeinsamem Einkaufen ein wettbewerbsfeindliches Kartell von Käufern wird.

„Das Prinzip von Leistung und Gegenleistung scheinen die europäischen Allianzen genauso wenig zu kennen, wie sie sich für wirtschaftliche Notwendigkeiten ihrer Verhandlungspartner interessieren. Anstelle der behaupteten Vorteile sehen wir Kartelle auf der Einkaufsseite.“ sagt Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer des Markenverbandes. „Das damit verbundene Ausschalten von Wettbewerb schadet der Innovationskraft von Unternehmen, der Gesamtwirtschaft sowie insbesondere den Verbrauchern. Denn die bewusste Einschränkung der Produktvielfalt entzieht dem Markt die von den Verbrauchern so geschätzte Auswahl und verhindert Innovationen. Europäische Handelsallianzen sind daher weit entfernt von der Idee genossenschaftlicher Einkaufsgemeinschaften und den Gedanken Raiffeisens zur Bündelung der Kräfte zum Wohle aller und Ankurbelung der Produktivkräfte.“

Der Markenverband geht davon aus, dass die klaren Worte von Wettbewerbskommissarin Vestager für jeden Marktteilnehmer gelten, also auch europäische Handelsallianzen: „Die Kommission duldet keine Form von Kartellen. Die EU-Kartellvorschriften verbieten nicht nur Kartelle im Zusammenhang mit der Koordinierung von Verkaufspreisen, sondern auch Kartelle im Zusammenhang mit der Koordinierung von Einkaufspreisen.“

Aus Sicht des Markenverbandes folgt das Vorgehen europäischer Gatekeeper-Allianzen gleichen Prinzipien: Lokal marktmächtige Händler schließen sich in verschiedenen Konstellationen zu solchen Allianzen zusammen, die dann vermeintlich Dienstleistungen verkaufen. Gleichzeitig drohen diese Allianzen mit kollektiver Auslistung, wenn ihre Angebote nicht angenommen werden. Mit harten Verhandlungen hat das nichts mehr zu tun, sondern mit gemeinsamen Boykott im Einkauf.

Und dass viele der von den Gatekeeper-Allianzen angebotenen Dienstleistungen nur auf dem Papier oder gar nicht existieren, ist spätestens seit dem Bericht „[Auslaufmodell Supermarkt?](#)“ auf arte bekannt. Versprechen die Allianzen doch lediglich, sich um Vermarktung durch die Mitglieder der Allianz bemühen zu wollen oder Gespräche mit dem Management der Mitglieder zu eröffnen.

Ansprechpartner

Dr. Andreas Gayk

Geschäftsführer Recht & Politik

Tel.: +49 30 206168-30

E-Mail: a.gayk@markenverband.de

Markenverband e.V.
Unter den Linden 42 | D-10117 Berlin

Telefon +49 30 206168-37

Telefax +49 30 206168-737

Postfach 080 629 | D-10006 Berlin
www.markenverband.de

Die Markenwirtschaft steht in Deutschland für einen Markenumsatz in Höhe von knapp 1,1 Bill. Euro und rund 5,2 Mio. Arbeitsplätze. Der 1903 in Berlin gegründete Markenverband ist die Spitzenorganisation der deutschen Markenwirtschaft und mit seinen rund 400 Mitgliedern der größte Verband dieser Art in Europa. Die Mitgliedsunternehmen stammen aus vielfältigen Branchen – von Automobil, Finanzen, Nahrungs- und Genussmittel über Telekommunikation bis hin zu Luxus und Lifestyle. Zu den Mitgliedern zählen Unternehmen aller Größenordnungen, vom Mittelstand bis zu internationalen Konzernen, wie ABUS, Beiersdorf, Hugo Boss, Coca-Cola, Deutsche Bank, Deutsche Bahn, Deutsche Post, Dr. Doerr Feinkost, Falke, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Dr. Oetker, Schamel Meerrettich, August Storck, Telefónica, WMF und viele andere renommierte Firmen.