



**Independent  
Retail Europe**

*For groups of independent retailers*

**EMPFEHLUNGEN VON INDEPENDENT RETAIL EUROPE  
FÜR DIE NÄCHSTE EUROPÄISCHE LEGISLATURPERIODE**

**ENTWICKLUNG EINES POSITIVEN EINZELHANDELSKLIMAS  
ZUM WOHLER DER NÄCHSTEN GENERATION**



**Unsere Vision für Europa ist ein Europa, welches das Wohlergehen der nächsten Generation der Einzelhändler und Verbraucher fördert.** Vorteile für Verbundgruppen selbständiger Einzelhändler und ihrer Mitglieder gehen einher mit Vorteilen für die Verbraucher – durch leichtere Kaufentscheidungen, Zugang zu neuen Technologien, eine größere und gesündere Auswahl, bessere Preise und Serviceleistungen. Sie erfüllen die Verbrauchererwartungen an eine starke Europäische Union, die Chancen bietet und ihre Bürger und die Umwelt schützt.

Zur Erfüllung dieser Erwartungen sollte die EU ihr Augenmerk aus unserer Sicht auf die Stärkung ihrer Grundlagen legen:

**1. Vollendung und Stärkung des europäischen Binnenmarktes als DIE zentrale Aufgabe in der nächsten Legislaturperiode – zum Wohl der Wirtschaft und der Verbraucher**

Nur die Vollendung des Binnenmarktes kann das Vertrauen aller europäischen Bürgerinnen und Bürger und der Geschäftswelt in die EU stärken und gereicht allen gleichermaßen zum Vorteil. Aufgrund der mangelnden Harmonisierung werden grenzüberschreitende Geschäfte für Unternehmen, insbesondere KMU, erschwert.

**2. Schaffung gleicher und fairer Wettbewerbsbedingungen für die verschiedenen Wirtschaftsakteure, in unserem Fall für Verbundgruppen selbständiger Einzelhändler**

Der Binnenmarkt sollte gleiche und faire Wettbewerbsbedingungen für alle Einzelhändler und Dienstleister im Einzelhandel bieten.

**3. Förderung von Nachhaltigkeit, Umweltschutz sowie von Gesundheit und Sicherheit von Verbrauchern**

Für den Einzelhandel sind diese Themen von zentraler Bedeutung. Die Pflichten sollten gleichmäßig auf Wirtschaftsakteure, Behörden und Verbraucher verteilt sein – auch auf internationaler Ebene.

**4. Schaffung einer solidarischen, integrativen Gesellschaft mit stärkerem Zusammenhalt**

Die EU kann zu einer solidarischen, integrativen Gesellschaft beitragen, indem sie einen breit gefächerten Einzelhandel in lebendigen Innenstädten, auch in ländlichen Regionen, unterstützt.

**5. Konsequenterer Umsetzung der Agenda für bessere Rechtsetzung**

Zur Erreichung der Ziele in den o. g. Schwerpunktbereichen sollten größere Anstrengungen zur Umsetzung der Agenda für bessere Rechtsetzung unternommen werden.

Nur durch eine engere Zusammenarbeit und Abstimmung zwischen allen europäischen Gesetzgebern können diese Ziele erreicht werden. Eine stärkere Kohärenz zwischen allen Politikfeldern sollte das Leitprinzip zur Vollendung eines gut funktionierenden Binnenmarktes sein – geprägt durch die Werte Solidarität, Integration und Fairness. Mehr denn je ist eine ganzheitliche Sichtweise auf den Geltungsbereich und die Auswirkungen neuer europäischer Rechtsvorschriften notwendig. In diesem Zusammenhang sind Richtlinienvorschläge für unseren Sektor von großer Bedeutung, die in der nächsten Legislaturperiode in Angriff genommen werden sollten.

Der Einzelhandel ist ein äußerst vielschichtiger und komplexer Sektor. Er ist einer der größten Arbeitgeber in der EU und ein fester Bestandteil des europäischen Staatsgebiets und der europäischen Kultur. In der EU gibt es verschiedenste Geschäftsmodelle und Lieferketten, die mit zahlreichen Herausforderungen für den Online- und den stationären Handel, wie u. a. unzähligen Vorschriften und einem unvollständigen Binnenmarkt, konfrontiert sind.

**Ein in der Europäischen Kommission speziell für den Groß- und Einzelhandel verantwortlicher Direktor** und eine **für den Groß- und Einzelhandel zuständige interfraktionelle Arbeitsgruppe des Europäischen Parlaments** würden zu einem besseren Verständnis für diesen Sektor auf institutioneller Ebene beitragen. Auf diese Weise könnte dieser Sektor sein enormes Potenzial als Wachstumsmotor zur Schaffung von Arbeitsplätzen, Förderung von Unternehmertum und Stärkung des sozialen und wirtschaftlichen Zusammenhalts ausschöpfen.

## **1. Vollendung und Stärkung des europäischen Binnenmarktes als DIE zentrale Aufgabe in der nächsten Legislaturperiode – zum Wohl der Wirtschaft und der Verbraucher**

Da die Rechtsvorschriften der EU für Lebensmittel weder vollständig harmonisiert sind, noch in den Mitgliedstaaten einheitlich umgesetzt und ausgelegt werden, sind Verbundgruppen selbständiger Einzelhändler bei der Erbringung grenzüberschreitender Dienstleistungen mit Hindernissen konfrontiert. Selbst in dem erst kürzlich verabschiedeten „New Deal“ für Verbraucher fehlt ein klarer, einheitlicher Rechtsrahmen für grenzüberschreitende Verträge.

**Daher sollten die EU und ihre Mitgliedstaaten größere Anstrengungen zur Schaffung eines echten Binnenmarktes unternehmen**, um bei Unternehmern und Verbrauchern ein positives Bild der EU zu schaffen und ihre jetzige Unzufriedenheit zu zerstreuen. Obwohl in der letzten Legislaturperiode Fortschritte erzielt wurden, **vermissen wir immer noch einen klaren Regelungsrahmen zur Realisierung grenzüberschreitender Dienstleistungen**. Angesichts der jüngsten Entwicklungen im E-Commerce-Bereich **sollte die Verordnung „Rom I“ über das auf Schuldverhältnisse anzuwendende nationale Recht für grenzüberschreitende Dienstleistungen** überarbeitet, d. h. klargestellt werden, was aktive und passive Verkaufsgeschäfte sind (Art. 6 Rom I).

Verstöße können nur in einem vollständigen Binnenmarkt verhindert werden. Ein vollständiger Binnenmarkt sorgt beispielsweise dafür, dass **Hersteller den Binnenmarkt nicht mehr künstlich aufteilen können, um eine EU-weite Produktbeschaffung oder grenzüberschreitende Waren-/Lagerbewegungen in Einzelhandelsnetzwerken zu verhindern**. Diese „*regionalen Angebotsbeschränkungen*“ werden von Herstellern auferlegt, um den Markt zu verzerren und künstlich höhere Preise zu erhalten, was wiederum höhere Verbraucherpreise zur Folge hat.

**Die Arbeit an der Verordnung über die Sicherheit von Verbraucherprodukten sollte wiederaufgenommen werden**. Die vorgeschlagenen Bestimmungen zu den Pflichten von Händlern sowie zu Einzelfällen (d. h. wie Einzelhändler mit Behörden und Herstellern kommunizieren sollten) sollten angenommen werden, um den Verwaltungsaufwand für Hunderttausende selbständiger Einzelhändler zu verringern und gleichzeitig den Verbraucherschutz zu stärken.

## 2. Schaffung gleicher und fairer Wettbewerbsbedingungen für Verbundgruppen selbständiger Einzelhändler

Nur mit gleichen und fairen Wettbewerbsbedingungen kann der Binnenmarkt die europäische Wirtschaft stärken.

Der Einzelhandel steht unter permanentem Druck durch die digitale und technische Weiterentwicklung sowie die Veränderungen in den Gewohnheiten und Präferenzen der Verbraucher.

Zudem hat sich das Gleichgewicht der Einzelhandelsmärkte zugunsten von integrierten Unternehmen, insbesondere zugunsten von Technologieunternehmen und reinen Online-Anbietern, und zuungunsten von Verbundgruppen selbständiger Einzelhändler verschoben. Diese Entwicklung hat sich auch nachteilig auf unsere europäischen Innenstädte und negativ auf den Zusammenhalt der europäischen Regionen ausgewirkt. Daher sollte die EU anerkennen, welche Bedeutung ein breit gefächertes Einzelhandel und lebendige, florierende Innenstädte in allen EU-Ländern für die Bürger sowie für die Erhaltung der europäischen Kultur und die Wirtschaft haben.

**Zwischen Verbundgruppen selbständiger Einzelhändler und anderen Geschäftsmodellen im Einzelhandel müssen gleiche Wettbewerbsbedingungen gewährleistet sein, damit ein echter Leistungswettbewerb überhaupt möglich ist.** Verbundgruppen selbständiger Einzelhändler haben erhebliche Nachteile gegenüber integrierten Händlern, einschließlich technischer Plattformen, die als Einzelhändler agieren, sowie gegenüber Akteuren der partizipativen Wirtschaft. Unfaire Marktverzerrungen durch wettbewerbsrechtliche Ungleichbehandlung, unterschiedliche Steuersysteme (Direktbesteuerung) oder sonstige Verpflichtungen sollten ausgeräumt werden.

Zur Wiederbelebung und Stärkung des Wettbewerbs im Handels-Sektor betonen wir die Wichtigkeit, bei der **Reform der EU-Wettbewerbsvorschriften selbständiger Einzelhändler innerhalb ihrer Verbundgruppen mehr Möglichkeiten für koordinierte Zusammenarbeit zu eröffnen – sei es durch gemeinsame Preise oder gemeinsame Marketingkampagnen.** Durch gemeinsame Preise hätte eine Verbundgruppen-„Marke“ selbständiger Einzelhändler auf einem gemeinsamen Webshop zusammen einen ausreichend großen Umsatz, um auf Websites und in Suchmaschinen für Preisvergleiche genannt zu werden und somit einen positiven Einfluss auf den Wettbewerb im Markt durch größere Auswahl und niedrigere Preise für den Verbraucher auszuüben.

**Die EU-Rechtsvorschriften sollten einen flexibleren Informationsaustausch innerhalb von Verbundgruppen selbständiger Einzelhändler gestatten,** beispielsweise den Austausch von Daten auf gruppeneigenen digitalen Plattformen. Die Nutzung von Algorithmen innerhalb von Verbundgruppen selbständiger Einzelhändler fördert den Wettbewerb, da Verbundgruppen dadurch mit großen integrierten Akteuren und Online-Plattformen effektiv konkurrieren können.

Die Kommission sollte **die Folgen und Auswirkung neuer Technologien auf die Märkte zeitnah abschätzen und für fairen Wettbewerb sorgen** (z. B. Auswirkung von passiven „Smart-Home“ Geräten im häuslichen Bereich).

**Die Verordnung (EU) 2015/751 über Interbankenentgelte sollte evaluiert werden.** Im Rahmen dieser Evaluierung sollten die Umgehung der Bestimmungen dieser Verordnung und auch die Aufnahme von Firmenkarten analysiert werden. Dabei sollte insbesondere auf die Anwendung der Verordnung auf neue Zahlungsmethoden wie Apple Pay und Google Wallet, doch auch neuer Bezahlssysteme wie Alipay und WeChat geachtet werden.

Die EU sollte den Zugang zu Fördermitteln für mittelständische Einzelhändler erleichtern. Dafür haben wir mehrere Vorschläge.

### 3. Förderung von Nachhaltigkeit, Umweltschutz sowie von Gesundheit und Sicherheit von Verbrauchern

Ganz gleich, ob Verbundgruppen selbständiger Einzelhändler im Food- oder Non-Food-Bereich tätig sind, fördern Sie eine nachhaltige Entwicklung, eine saubere und „grünere“ Umwelt und die Gesundheit der Verbraucher. Proaktiv beteiligen sie sich an der Reduzierung von Verpackungsabfällen und anderen Abfällen, an sozialverträglichen und umweltfreundlicheren Beschaffungs- und Verteilungsmethoden sowie an der besseren Information von Verbrauchern mit einer größeren Auswahl an gesunden Produkten. In diesem Zusammenhang sind Betrugsbekämpfung und Rückverfolgbarkeit wichtige Themen.

Nach unserer Auffassung **sollten alle Akteure in der Lebensmittelversorgungskette, Verbraucher und Behörden gemeinsam für eine nachhaltigere Kreislaufwirtschaft und die Verbrauchergesundheit – auch auf internationaler Ebene – verantwortlich sein.** Dafür müssen adäquate Lösungen gefunden werden.

**Verordnungen über den Umwelt- und Verbraucherschutz sollten evidenzbasiert sein, also auf nachgewiesenen Fakten basieren, und den Binnenmarkt berücksichtigen.** Nach Möglichkeit sollten die EU-Rechtsvorschriften für den Verbraucher- und Umweltschutz harmonisiert werden. **Nationale Kennzeichen und Label, die ein Handelshemmnis darstellen, sollten harmonisiert werden.**

### 4. Schaffung einer solidarischen integrativen Gesellschaft mit stärkerem Zusammenhalt

Lebendige Innenstädte mit einem breit gefächerten Einzelhandel sind Teil der europäischen Kultur. Der Zugang zu Dienstleistungen lokaler Einzelhändler wird zu einer modernen, solidarischen, integrativen Gesellschaft beitragen. Obwohl die EU für die Vitalität der Innenstädte nicht direkt zuständig sind, **sind wir der Meinung, dass sie eine aktive Rolle bei der Förderung eines ganzheitlichen Ansatzes zur Revitalisierung der Innenstädte spielen sollte.** Die EU sollte die Mitgliedstaaten dazu ermutigen, der Schaffung eines zukunftsfähigen, breit gefächerten Einzelhandels in lebendigen Innenstädten hohe Priorität in ihren Ländern einzuräumen – beispielsweise durch die Einrichtung einer EU-weiten Plattform, die Bereitstellung von Fördermitteln und sonstige Unterstützung zur Erreichung dieses Ziels.

**Dafür könnte eine Analyse der Auswirkungen des Online-Handels auf den stationären Einzelhandel ein guter Anfang sein.**

Die EU sollte **an ihrem Streben nach Wachstum, Schaffung neuer Arbeitsplätze und Förderung von Unternehmertum festhalten und in diesem Zusammenhang die Unternehmer der nächsten Generation im Einzelhandel unterstützen.** Zur Förderung von Unternehmertum im modernen Omni-Channel-Einzelhandel kann die **Entwicklung von Programmen für die Ausbildung an höheren Schulen und Hochschulen, einschließlich Universitäten,** helfen. Derartige Initiativen sollten durch die **Finanzierung von Schulungskursen und -programmen des Einzelhandels gefördert werden, um die Fähigkeiten zukünftiger Unternehmer im Einzelhandel, insbesondere ihre Omni-Channel-Kompetenzen, zu verbessern.**

## 5. Konsequenterer Umsetzung der Agenda für bessere Rechtsetzung

Durchdachte Vorschriften sind unerlässlich, damit Bürger und Unternehmen Vertrauen in die EU und ihre politischen Entscheidungsträger haben. Nachstehend finden Sie einige Vorschläge, die wir zur besseren Rechtsetzung empfehlen würden. Vor allem sollten die politischen Entscheidungsträger der EU den aktiven Dialog zu europäischen Branchenverbänden, wie Independent Retail Europe, suchen und pflegen, um ein besseres Verständnis für die verschiedenen Sektoren und die Auswirkungen ihrer Vorschläge oder Änderungen zu entwickeln. Wir werden den Dialog mit Ihnen suchen und zur Beantwortung Ihrer Fragen zu unserem Sektor oder den möglichen Auswirkungen bestimmter Maßnahmen auf unseren Sektor immer gern zur Verfügung stehen.

Ferner möchten wir gemeinsam mit anderen europäischen Einzelhandelsverbänden im Europäischen Parlament eine **Interfraktionelle Arbeitsgruppe Handel** („*European Parliament Intergroup on Distribution Services*“) anregen. Der Einzelhandel ist ein vielschichtiger und komplexer Sektor. Er ist der einer der größten Arbeitgeber in der EU und ein fester Bestandteil des europäischen Staatsgebiets und der europäischen Kultur. Er umfasst verschiedenste Geschäftsmodelle und Lieferketten, die mit zahlreichen Herausforderungen im stationären Handel und Online-Handel konfrontiert sind. Wir sind der festen Überzeugung, dass diese Gruppe den Abgeordneten bei Ihrer legislativen Tätigkeit ein besseres Verständnis für diesen Sektor, Lieferketten, den Beitrag dieses Sektors zur Gesellschaft und seine Herausforderungen vermitteln würde. Dadurch könnten sie Richtlinien ausarbeiten, die das enorme Potenzial des Einzelhandels zur Förderung von Wachstum, Schaffung neuer Arbeitsplätze, Stärkung des Zusammenhalts und Verbesserung des Verbraucherwohls fördern.

Wir haben die Agenda zur besseren Rechtsetzung stark begrüßt. Allerdings sollten die Grundsätze der Subsidiarität und der Verhältnismäßigkeit eingehalten werden. Die EU-Rechtsvorschriften sollten von den Mitgliedstaaten besser und einheitlicher umgesetzt und ausgelegt werden.

**Wir sind der Auffassung, dass das Gesetzgebungsverfahren der EU durch folgende Maßnahmen verbessert werden könnte:**

- **Rechtsvorschriften sollten immer evidenzbasiert sein, d. h. auf nachgewiesenen Fakten beruhen.** Dieser Nachweis sollte in Folgenabschätzungen und Berichten des JRC enthalten sein.
- **Die Folgenabschätzung wesentlicher Änderungen an (Gesetzes-) Vorschlägen sollte sich auf den gesamten Gesetzgebungsprozess erstrecken.**
- **Das Gesetzgebungsverfahren sollte vollkommen transparent sein sowie Trilog-Gespräche und die Ausarbeitung von delegierten Rechtsakten und Durchführungsrechtakten einschließen.**
- **Im Rahmen von Folgenabschätzungen sollten grundsätzlich der KMU-Test und der „Check-up“ der Wettbewerbsfähigkeit vorgenommen und die Auswirkung auf die Innovation von Unternehmen analysiert werden.**
- **Besonderes Augenmerk sollte darauf gelegt werden, inwiefern die einzelnen Maßnahmen den Binnenmarkt stärken können.**
- **Für die Anwendung von Überprüfungs- und Überwachungsklauseln sollten Leitlinien ausgearbeitet werden.** Insbesondere sollten Rechtsakte erst dann überprüft werden, wenn verlässliche Nachweise in Bezug auf die Folgen und praktische Auswirkung des betreffenden Rechtsakts vorgelegt werden

können. Realistisch gesehen ist dies erst fünf Jahre nach dem Inkrafttreten des Rechtsakts und der folgenden Durchführungsrechtsakte möglich. Diese Leitlinien sollten für alle EU-Institutionen gelten.

- **Neue Rechtsvorschriften sollten technologieneutral sein.**
- **Die vierwöchige Frist zur Abgabe von Stellungnahmen zu delegierten Rechtsakten oder Durchführungsrechtsakten sollte um weitere vier Wochen verlängert werden.**
- **Der Ausschuss für Regulierungskontrolle (*Regulatory Scrutiny Board*; RSB) sollte ein politisch neutrales und von den EU-Institutionen unabhängiges Gremium sein, damit er auf Basis nachgewiesener Fakten bei Folgenabschätzungen objektive und von der EU-Kommission, dem Europäischen Parlament und dem Rat unabhängige objektive Entscheidungen treffen kann. Nur so ist eine größere Kohärenz der ursprünglichen politischen Zielsetzung und der Politik insgesamt gewährleistet.**
- Die Institutionen und ihre politischen Entscheidungsträger **sollten den aktiven Dialog zu allen Branchenverbänden in der EU suchen und pflegen und auch beim Gesetzgebungsprozess mit ihnen Gespräche führen.**
- Durch die Teilnahme an Expertengruppen, Konferenzen und Anhörungen sind auch Interessenvertreter involviert. Die Kommission sollte **die Expertenauswahl auf transparentere Weise begründen und ihre Mitarbeiter durch die Bereitstellung einer Methode für die richtige Auswahl unterstützen.**
- **Bei Interessenkonflikten sollten Mitglieder des Europäischen Parlaments nicht in federführender Rolle als Berichterstatter oder Schattenberichterstatter an Gesetzgebungsverfahren beteiligt sein.**

## Über Verbundgruppen selbständiger Einzelhändler

Die Mitgliedschaft in einer **Verbundgruppe selbständiger Einzelhändler** ist eine Möglichkeit für mittelständische Einzelhändler, ihr unternehmerisches Potenzial voll auszuschöpfen und gleichzeitig ihre Selbständigkeit zu bewahren. Durch dieses Geschäftsmodell können selbständige Einzelhändler beim Einkauf von Waren und Dienstleistungen **Skalenvorteile** erzielen und sich gegenseitig in ihrem Gruppennetzwerk unterstützen. Im Unterschied zum Franchising-Geschäftsmodell sind Einzelhändler oft **die Hauptakteure in der Verbundgruppe** und können auch maßgeblich **an der Entwicklung und Umsetzung der Verbundgruppenstrategie mitwirken**.

Die Ausgestaltung und Struktur von Verbundgruppen selbständiger Einzelhändler sind sehr unterschiedlich. Sie reichen von einfachen Einkaufsgemeinschaften bis hin zu komplexen, partizipativen Strukturen. Sie können auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene in Food- und Non-Food-Branchen agieren – sei es in der Sportartikel-, Elektronik-, Textil-, Lederwaren-, Arzneimittel- oder Möbelbranche.

**Unsere Mitglieder tragen entscheidend zur lokalen Entwicklung und zum europäischen Zusammenhalt bei**, weil sie als Einzelhändler in ganz Europa in städtischen und ländlichen Regionen vertreten sind. Dort bauen sie enge Beziehungen zu ortsansässigen Produzenten und Dienstleistern auf. **Durch lokale Investitionen sowie durch das Sponsoring von Veranstaltungen, Sportvereinen und Gemeinschaftsprojekten werden die Gewinne wieder für die Gemeinde eingesetzt**.

Durch die Entwicklung und Bereitstellung hochmoderner Technologien, die höchste Lieferketteneffizienz, bestmöglichen Kundenservice und hochwertige Eigenmarken unterstützen, fungiert die Verbundgruppe als **Innovationsmotor im Einzelhandel**.

Sie sorgt für moderne und umweltfreundliche Vertriebszentren mit hoher **Lieferketteneffizienz** und **fördert die Wiederbelebung städtischer und ländlicher Gebiete**. Diese Zentren bieten tausende Arbeitsplätze für Bürger in allen europäischen Ländern. Eine Verbundgruppe kann bewährte Praktiken im Groß- und Einzelhandel aus aller Welt sammeln – auch im Bereich der **Corporate Social Responsibility**.

Eine Verbundgruppe kann **KMU-Einzelhändlern den Zugang zu Finanzierungsmitteln** in Zeiten bieten, in denen Banken diesen Zugang erschweren.

Im Ergebnis sorgen Verbundgruppen für **nachhaltige und wettbewerbsfähige KMU** und einen breiter gefächerten Einzelhandel. Mittelständische Einzelhändler wahren ihre Selbständigkeit und können unabhängig vom Geschäftsformat mit großen integrierten Ketten und Franchiseunternehmen an ihrem Standort konkurrieren.



# Independent Retail Europe



Commerçants autrement



✓ **24 groups** and associations of groups in Europe / **24 groupements** et associations de groupements en Europe / **24 Verbundgruppen** und Vereinigungen von Verbundgruppen in Europa

✓ Representing over **380,000 independent retailers** / **représentant plus de 380.000 détaillants indépendants** / mehr als **380.000 selbstständige Einzelhändler**

✓ More than **757,000 sales outlets** / **plus de 757.000 points de vente** / mehr als **757.000 Verkaufsstellen**

✓ **6.48 million jobs** / **employant 6,48 millions de personnes** / mit insgesamt **6,48 Millionen Beschäftigten**

✓ A wholesale turnover of **€291 billion** / **avec un chiffre d'affaires de gros supérieur à 291 milliards d'euros** / einem **Großhandelsumsatz** von mehr als **291 Milliarden Euro**

✓ A combined retail turnover of more than **€971 billion** / **avec un chiffre d'affaires de détail supérieur à 971 milliards d'euros** / mit einem **Einzelhandelsumsatz** von über **971 Milliarden Euro**



(1<sup>st</sup> May 2019)

