

## Markenhersteller versuchen erneut, jeglichen Ausgleich ihrer Marktmacht zu verhindern

Als Reaktion auf die Aufforderung des internationalen Markenverbands AIM an die EU, eine Marktuntersuchung von Einkaufsgemeinschaften im Einzelhandel zu unternehmen, gaben EuroCommerce-Generaldirektor Christian Verschueren und Independent Retail Europe-Generaldirektorin Else Groen folgende gemeinsame Erklärung ab:

„Europas Einzel- und Großhändler agieren jeweils in einer begrenzten Anzahl von Ländern und auf hart umkämpften Märkten mit hohen Fixkosten und niedrigen Margen (1-3%). Daher helfen Einzelhandelseinkaufsgemeinschaften bei der Schaffung von Effizienzgewinnen und Synergien im Rahmen des Einkaufs auf dem EU-Binnenmarkt. Einkaufsgemeinschaften ermöglichen es den Einzelhändlern, im Verhältnis mit mächtigen multinationalen Markenherstellern, die weltweit operieren und dessen Margen etwa zehnmal höher sind als die der Einzelhändler, zu bestehen. Die Hersteller konfrontieren Einzelhändler stetig mit neuen Preiserhöhungen, die wenig mit dem Produkt oder den damit verbundenen Produktionskosten zu tun haben. Einzelhandelseinkaufsgemeinschaften helfen auch dabei, die negativen Auswirkungen der von großen Markenherstellern auferlegten territorialen Beschränkungen im Rahmen von selektiven Vertriebssystemen abzumildern. Letztere führen oft zu einer Fragmentierung des Binnenmarkts, und so zu erheblichen und meist ungerechtfertigten Preisunterschieden in Europa. Alle europäischen Einzelhandelseinkaufsgemeinschaften unterliegen klaren Corporate Governance Prinzipien, und stellen so die Einhaltung von EU- und nationalem Recht, einschließlich der Wettbewerbsregeln, sicher.

Letztes Jahr hat die Gemeinsame Forschungsstelle der Europäischen Kommission (JRC) nach Aufforderung des Europäischen Parlaments zu diesem Thema einen Bericht erstellt, mit eindeutigen Ergebnissen: Der Bericht befand, dass Einzelhandelseinkaufsgemeinschaften den Wettbewerb fördern können, indem sie Effizienzgewinne generieren, eine Gegenmacht zu großen Markenherstellern bilden und somit für niedrigere Verbraucherpreise sorgen. Auch Margrethe Vestager, Exekutiv-Vizepräsidentin der Kommission, erkannte die wettbewerbsfördernde Wirkung von europäischen Einzel- und Großhandelseinkaufsgemeinschaften im November 2019 eindeutig an: „*Einzelhandelseinkaufsgemeinschaften sind zu einem wichtigen Bestandteil von Lieferketten im Lebensmittelhandel geworden. Sie können bei Lebensmittel- und Körperpflegeprodukten, die Menschen alltäglich kaufen, für niedrigere Verbraucherpreise sorgen*“.

Verbraucher haben eine große Auswahl an Einkaufsmöglichkeiten: Sie werden meist dort einkaufen, wo sich die beste Zusammensetzung aus Preis, Bequemlichkeit und Verfügbarkeit der Produkte für sie ergibt – ob online oder offline. Einzelhändler können daher nicht als „Gatekeeper“ betrachtet werden, die den Zugang zu den Märkten, in denen sie tätig sind, kontrollieren. Denn in einem hart umkämpften Markt riskiert ein Einzelhändler, der auf das Angebot bestimmter Produkte verzichtet, seinen Kunden an die Konkurrenz zu verlieren. Dies gilt insbesondere für „Must-have“-Produkte, die von nur einigen wenigen multinationalen Markenanbietern geliefert werden. Letztere betreiben einen großen Werbeaufwand für diese Produkte, verkaufen sie zunehmend direkt an den Verbraucher, und konkurrieren so mit den Einzelhändlern.“

--- END ---

### Contacts:

EuroCommerce – Neil McMillan – +32 2 737 05 99 – [mcmillan@eurocommerce.eu](mailto:mcmillan@eurocommerce.eu)

Independent Retail Europe – Else Groen – + 32 2 732 46 60 – [Else.Groen@IndependentRetailEurope.eu](mailto:Else.Groen@IndependentRetailEurope.eu)

*EuroCommerce is the principal European organisation representing the retail and wholesale sector. It embraces national associations in 31 countries and 5.4 million companies, both leading global players such as Carrefour, Ikea, Metro and Tesco, and many small businesses. Retail and wholesale provide a link between producers and 500 million European consumers over a billion times a day. It generates 1 in 7 jobs, providing a varied career for 29 million Europeans, many of them young people. It also supports millions of further jobs throughout the supply chain, from small local suppliers to international businesses. EuroCommerce is the recognised European social partner for the retail and wholesale sector.*

*Established in 1963, Independent Retail Europe (formerly UGAL – the Union of groups of independent retailers of Europe) is the European association that acts as an umbrella organisation for groups of independent retailers in the food and non-food sectors. Independent Retail Europe represents cooperative and associative retail groups characterised by the provision of a support network to independent SME retail entrepreneurs; joint purchasing of goods and services to attain efficiencies and economies of scale, as well as respect for the independent character of the individual retailer. Members are groups of independent retailers, associations representing them as well as wider service organizations built to support independent retailers. Independent Retail Europe represents 24 organisations and their 380.980,00 independent retailers, who manage more than 757.000 sales outlets, with a combined retail turnover of more than 971 billion euros and generating a combined wholesale turnover of 291 billion euros. This represents a total employment of more than 6.486.000 persons in the EU.*