



MARKENVERBAND

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

PRESSEMITTEILUNG

Markenverband zu Verzicht des Bundeskartellamtes auf kartellrechtliches Verfahren gegen geplante Einkaufskooperation der Erwerber von real-Standorten mit REWE

Dringender Appell des Markenverbandes an die Ampelkoalition: Kartellbildung verhindern – harte Missbrauchsaufsicht etablieren

Berlin, 13.04.2022. Die heutige Entscheidung des Bundeskartellamtes (BKartA) auf die Einleitung eines kartellrechtlichen Verfahrens gegen eine geplante Einkaufskooperation der Erwerber von real-Standorten mit REWE zu verzichten, bewertet Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer des Markenverbandes, kritisch:

„Vor dem Hintergrund des bisherigen Verfahrens, ist die Entscheidung nicht überraschend. Sie zeigt, dass gegenwärtig das Kartellrecht keine hinreichende Handhabe gegen die Entstehung und Verstärkung von Nachfragemacht bietet. Wenn es durch strategisch geschickte Aufspaltung des Verkaufsprozesses möglich ist wirksame Marktstrukturkontrolle zu verhindern, dann muss der Gesetzgeber handeln und das Versprechen des Koalitionsvertrages schnellstmöglich umsetzen: Effektive Missbrauchskontrolle und strikte Verfolgung von unlauteren Handelspraktiken müssen gewährleistet werden!“

Dass das BKartA jetzt nicht gegen die geplante Einkaufskooperation der Erwerber weiterer real-Standorte mit REWE vorgeht, ist nach den bisherigen Entscheidungen zur Aufteilung von Real ein weiteres Ergebnis geschickter Zergliederung des Prozesses. Zu keinem Zeitpunkt konnte das BKartA den Gesamtvorgang der Trennung der Metro von Real angemessen in der gesamtheitlichen Veränderung des Marktes beurteilen. Denn immer standen nur einzelne Scheibchen zur Disposition, die jeweils für sich genommen noch akzeptabel erschienen. Das Gesamtbild aber ist dabei doch folgendes:

Die Konzentration im Lebensmitteleinzelhandel hat weiter deutlich zugenommen, und zwar ausschließlich bei dem ohnehin dominanten Oligopol, während die verbleibenden mittelständischen Händler weiter systematisch an die Wand gedrückt wurden und mehrere Mrd. EUR an Einkaufsvolumen verloren haben. Wie kann man da von einer Stärkung des Mittelstandes sprechen?

Wenn eine wirksame Marktstrukturkontrolle nicht möglich ist, macht das die Gewährleistung effektiver Missbrauchskontrolle und strikte Verfolgung von unlauteren Handelspraktiken umso wichtiger. Bei den aktuellen Konzentrationsgraden im LEH ist eine Stärkung der Zusammenschlusskontrolle fast schon hinfällig; eine gesunde Marktstruktur könnte nur noch über Zerschlagung und damit faktisch Rückabwicklung von genehmigten Zusammenschlüssen hergestellt werden. Aber das stand bisher (zu Recht) nie wirklich zur Debatte.

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, Deutsche Telekom, Dr. Doerr Feinkost, Falke, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Dr. Oetker, Schamel Meerrettich, August Storck, WMF und viele andere renommierte Firmen.