RheinlandPfalz
MINISTERIUM FÜR
WIRTSCHAFT, VERKEHR,
LANDWIRTSCHAFT
UND WEINBAU

Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau
Postfach 3269 | 55022 Mainz

Vorsitzenden des Ausschusses für
Landwirtschaft und Weinbau
Herrn Arnold Schmitt, MdL
Landtag Rheinland-Pfalz
55116 Mainz

DER MINISTER
Dr. Volker Wissing
Stiftsstraße 9
55116 Mainz
Telefon 06131 16-2201
Telefax 06131 16-2170
poststelle@mwvlw.rlp.de
www.mwvlw.rlp.de

LANDTAG
Rheinland-Pfalz
17 / 4113
VORLAGE

12. **Dezember 2018**

Sitzung des Ausschusses für Landwirtschaft und Weinbau am 29. November 2018
TOP 6 Aktivitäten der Landesregierung im Hinblick auf die Anhebung der Erzeugerpreise beim Lebensmitteleinzelhandel
Antrag der Fraktion der AfD nach § 76 Abs. 2 GOLT – Vorlage 17/3767

Sehr geehrter Herr Vorsitzender,

entsprechend der Zusage in der Sitzung des Ausschusses für Landwirtschaft und Weinbau am 29. November 2018, erhalten Sie zu vorgenanntem Tagesordnungspunkt den beigefügten Sprechvermerk.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Volker Wissing

Sprechvermerk

Sitzung des Ausschusses für Landwirtschaft und Weinbau am 29. November 2018

TOP 6 Aktivitäten der Landesregierung im Hinblick auf die Anhebung der Erzeugerpreise beim Lebensmitteleinzelhandel

Antrag der Fraktion der AfD nach § 76 Abs. 2 GOLT -

- Vorlage 17/3767 -

Anrede,

die demografische Entwicklung, die Digitalisierung und der damit verbundene Strukturwandel im Handel haben vielfältige Auswirkungen auf die Zukunft des Lebensmitteleinzelhandels. Der Lebensmitteleinzelhandel generiert auf einer Umsatzbasis von ca. 187 Mrd. Euro eine Wertschöpfung von ca. 80 Mrd. Euro in der Branche selbst sowie auf vor- und nachgelagerten Wirtschaftsstufen wie Konsumgüterindustrie, Landwirtschaft, Großhandel und Dienstleistungen. Er ist somit eine für den Einzelhandel bedeutsame Branche mit positiven Auswirkungen auf die Versorgungssituation der Bevölkerung und die Regionalentwicklung. Der Gesamthandelsumsatz des Handels liegt aktuell bei ca. 513,5 Mrd. Euro.

Neben der statistischen Einordnung möchte ich Ihnen gerne einige Themen und Fragestellungen benennen, die für die Branche des Lebensmitteleinzelhandels zurzeit relevant sind:

So stellt sich z.B. die Frage, welche Anforderungen sich im Bezug auf Produkte und Dienstleistungen infolge der demografischen Entwicklung ergeben. Wie kann generationenübergreifendes, attraktives Einkaufen erreicht werden? Barrierefreiheit, Warenpräsentation, Erreichbarkeit, Beleuchtung, Aufenthaltsqualität, interaktives Interiordesign spielen dabei u.a. eine Rolle.

Auch kann die Digitalisierung dazu führen, dass die Attraktivität der „grünen Wiese" und des Vertriebssegments des großflächigen Einzelhandels nachlässt. Eine Renaissance der Innenstädte und der wohnortnahen Versorgung, wie gemäß G 56 des Landesentwicklungsprogramms (LEP) IV intendiert, kann dabei die Folge sein. Fragen nach der betriebswirtschaftlichen Organisation der „letzten Meile" zum Kunden, Online-Plattformen, Etablierung von Liefer-Services unter gleichzeitiger Einhaltung des Lebensmittelrechts und der Hygienevorschriften spielen dabei eine Rolle.

Anrede,

lassen Sie mich nunmehr auf die von Ihnen gestellte Frage bzgl. der Anhebung der Erzeugerpreise beim Lebensmitteleinzelhandel kommen, die ich gerne gemeinschaftlich mit Ihrer dritten Frage nach den juristischen Möglichkeiten insbesondere im Hinblick auf die Tätigkeit des Bundeskartellamtes und die Überwachung des fairen Wettbewerbs beantworten möchte.

Die soziale Marktwirtschaft ertüchtigt die Akteure des Handels und der Konsumgüterindustrie ihre Interessen zu benennen und auszutarieren. Der Staat setzt dabei nur den gesetzlichen Rahmen, innerhalb dessen die Akteure die freie Entfaltung der unternehmerischen Initiative umsetzen können. Dabei einigen sich die Vertragsparteien über Leistung, Gegenleistung, Zeit und Ort der Leistungserbringung, Kennzeichnung, Qualität und Quantität sowie Zahlungsmodalitäten. In der Realität kann es aber aufgrund der unterschiedlichen Größe von Marktpartnern zu einer unterschiedlichen Marktmacht kommen. Damit besteht zumindest latent immer wieder die Gefahr von Machtmissbrauch und damit der Beeinträchtigung von fairem Wettbewerb. Deshalb sind wirksame rechtliche Regelungen zur Sicherung eines fairen Wettbewerbs und mit entsprechenden Durchgriffsrechten ausgestattete Institutionen zur Durchsetzung des geltenden Rechts entscheidend. Allen voran betrifft dies das Bundeskartellamt. Es ahndet Verstöße gegen das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB). Es kann dazu z. B. das Instrument der Sektor-Untersuchungen anwenden, um festzustellen, ob marktmissbräuchliche Tendenzen infolge Marktkonzentration und Oligopol- oder Monopolbildung vorliegen. Zudem ermöglicht das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), das gegen unlautere Handelspraktiken vorgegangen werden kann. In der Vergangenheit ist dieser rechtliche Instrumentenkasten der Wettbewerbskontrolle und Bekämpfung von Marktmissbrauch immer wieder nachgebessert worden. Ich verweise in diesem Zusammenhang auf die 2017 verabschiedete 9. Novelle zum Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB), mit der der Verkauf von Lebensmitteln unter Einstandspreis nun dauerhaft verboten wurde.

Auch auf europäischer Ebene wird das Thema inzwischen sehr ernst genommen. Ich erinnere hier an den Richtlinienentwurf der Europäischen Kommission „Unlautere Handelspraktiken in der Lebensmittelversorgungskette", der im April 2018 vorgelegt wurde und mit dem wir uns hier im Ausschuss schon befasst haben. Die Richtlinie hat zum Ziel, unfaire Handelspraktiken wirksamer zu bekämpfen und damit im Gegenzug faire, verlässliche Vertragsbedingungen im Lebensmittelbereich zu stärken. Dadurch soll insbesondere die Landwirtschaft vor dem Risiko unlauterer Handelspraktiken in der Lebensmittelkette geschützt werden. Aktuell laufen die Triolog-Verhandlungen in der Europäischen Union. Nach aktuellen Informationen sind Rat, Kommission und

Parlament bestrebt, diese Verhandlungen zügig zu einem positiven Abschluss zu führen.

Zur der Frage der juristischen Möglichkeiten im Hinblick auf eine Anhebung der Erzeugerpreise beim Lebensmitteleinzelhandel möchte ich zusammenfassend feststellen: Angesichts eines zunehmend national und international aufgestellten Lebensmitteleinzelhandels sind das nationale und europäische Wettbewerbsrecht wichtige Stellschrauben, um für faire Praktiken im Handel zu sorgen. Neben dem o.a. rechtlichen Instrumenten des GWB, des UWG und der Richtlinie „Unlautere Handelspraktiken in der Lebensmittelversorgungskette" gibt es auch mit Initiativen zur Stärkung von Erzeugerorganisationen, also der marktwirksamen Bündelung des Angebots auf Erzeugerseite ebenfalls Bewegung.

Anrede,

zum Abschluss möchte ich noch etwas näher auf den Einfluss des Lebensmitteleinzelhandels auf die landwirtschaftlichen Erzeugerpreise eingehen:

Die Kundinnen und Kunden im deutschen Lebensmitteleinzelhandel sind sehr preisbewusst und legen zugleich Wert auf qualitativ hochwertige Produkte. Sie haben oftmals einen recht genauen Überblick und erwarten einen leistungsfähigen und gut sortierten Lebensmitteleinzelhandel. Die Wettbewerbssituation in Deutschland ist traditionell sehr intensiv und die Margen gering. Vor dem Hintergrund, dass die Wettbewerbsfähigkeit des Lebensmitteleinzelhandels maßgeblich von der Qualität und der breiten Vielfalt der Produkte abhängt, ist es auch für den Lebensmitteleinzelhandel bedeutsam, für verlässliche Vertragsbedingungen zu den Konsumgüterherstellern und Landwirten zu sorgen.

Innovative Hersteller mit einem klaren Markt- und Produktprofil haben dabei bessere Möglichkeiten, attraktive Konditionen zu verhandeln. Denn der Kunde entscheidet über die Produktauswahl durch seine Kaufentscheidung mit. Über die Dienstleistungszentren Ländlicher Raum (DLR) leisten wir einen entsprechenden Beitrag. Sie bieten neben den bewährten Netzwerkpartnern in der Landwirtschaft wie Landwirtschaftskammer, Berufsverbände und Regionalinitiativen zukunftsorientierte Beratungen und Schulungen an, damit Landwirte kundenorientiert handeln.

Die Digitalisierung kann dabei helfen, die schon seit Jahrzehnten propagierte Direktvermarktung zur Diversifikation der ländlichen Wirtschaft zu stärken. Regionalmarken und -initiativen wie die Regionalmarke Eifel, SooNahe mit Hunsrückmarketing, Ebbes von Hei in der Saar-Hunsrück-Region, Kräuterwind im Westerwald oder die Regionalinitiative MOSEL, digitale Plattformen sowie soziale Medien sind entscheidende Instrumente, um den direkten Zugang zwischen dem

Landwirt als Hersteller qualitativ hochwertiger Lebensmittel und seinem Kunden zu forcieren.

Wir unterstützen diese Regionalmarken und -initiativen im Rahmen der Marketingförderung, bei Projekten, die unter dem Dach von LEADER realisiert werden, und durch verschiedene Maßnahmen im Bereich der Struktur- und Investitionsförderung. Ich nenne beispielhaft die Förderung von Erzeugerzusammenschlüssen jeglicher Art, aber auch die Investitionsförderungen z. B. bei Genossenschaften und Erzeugerorganisationen. Wir wollen damit den Zusammenschluss von Erzeugern in der Verarbeitung und Vermarktung stärken, denn nur so können sie einer stark konzentrierten Abnehmerseite – zwar nicht auf Augenhöhe, aber doch aus einer besseren Position heraus begegnen.

Die Einkäufer von Aldi, Lidl und Co verhandeln nicht mit 17.000 einzelnen Landwirten und Winzern, sondern mit wenigen, schlagkräftigen genossenschaftlich organisierten Großmolkereien, Obst- und Gemüseerzeugerorganisationen, Winzergenossenschaften, Regionalmarken etc.

Gezielt unterstützt durch die einzelbetriebliche Förderung wachsen auch einzelne landwirtschaftliche Unternehmen in eine Größenordnung, in der sie den Lebensmitteleinzelhandel bedienen können, vor allem, wenn dieser auf Regionalität setzt, wie z.B. Rewe oder Edeka. Ich erinnere in diesem Zusammenhang an das Qualitätszeichen Rheinland-Pfalz, das zur Listung unter der Handelsmarke „Unsere Heimat – „ECHT UND GUT" bei Edeka geführt hat, oder an den LANDMARKT mit dem Angebot regionaler Produkte von Bauern- und Winzerhöfe aus Rheinland-Pfalz in Rewe-Märkten.

Anrede,

wir als Landesregierung leisten somit einen konkreten Beitrag zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Landwirtschaft und der mit ihr eng verbundenen Ernährungswirtschaft.