



**MARKENVERBAND**

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

European Commission  
Competition DG  
Place Madou, Madouplein 1  
1210 Saint-Josse-ten-Noode / Sint-Joost-ten-Node  
Belgium

Leiter Vertriebspolitik/  
Handelsbeziehungen  
Compliance-Officer  
**Dr. Andreas Gayk**  
a.gayk@markenverband.de

Berlin, 06.02.2015/AG

**The economic impact of modern retail on choice and innovation in the EU food sector**  
**Stellungnahme des Markenverbandes**

Sehr geehrte Damen und Herren,

der Markenverband e.V. ist die unter Nr. 2157421414-31 des europäischen Transparenz-Registers registrierte Interessenvertretung der markenorientierten Wirtschaft in Deutschland. Zu seinen Mitgliedern zählen zahlreiche Unternehmen der markenorientierten Konsumgüterindustrie, die ihre Produkte über den Lebensmitteleinzelhandel vertreiben.

Der Markenverband schließt sich vollumfänglich der gemeinsamen Stellungnahme von AIM und FoodDrinkEurope zu der von der Generaldirektion Wettbewerb veröffentlichten Studie an und macht sich die dortigen Ausführungen zu eigen.

Der Markenverband bedauert außerordentlich, dass die Studie zu zentralen Fragestellungen keinerlei Aussagen für den deutschen Markt trifft. Nach unserem Verständnis wären Marktforschungsinstitute, etwa die Gesellschaft für Konsumforschung in Nürnberg jedenfalls für Deutschland, in der Lage gewesen, benötigtes Datenmaterial bereitzustellen. Die Tatsache, dass Deutschland und andere wichtige Märkte nicht erfasst wurden, die fehlenden Daten sich allerdings auch nicht gleichmäßig auf Märkte mit unterschiedlichem Konzentrationsniveau verteilen, beeinträchtigt die Aussage- und Verallgemeinerungsfähigkeit der Studienergebnisse erheblich.

Wir halten es auch deshalb für essenziell, die Ergebnisse der Studie nicht als Endpunkt, sondern als Beginn einer breit angelegten Diskussion über die Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels und seine Auswirkungen zu betrachten. Die Diskussion darf dabei nicht nur in wettbewerblicher Hinsicht geführt werden, sondern muss darüber hinaus Auswirkungen auf Verbraucher, Arbeitnehmer, Lieferanten und die Gesellschaft insgesamt umfassen. In einer solchen breit angelegten Diskussion wird es darum gehen, Chancen zu optimieren und Risiken so rechtzeitig zu begegnen, dass sie sich nicht realisieren. Nationale Untersuchungen, wie etwa zuletzt die Sektoruntersuchung LEH des Bundeskartellamtes, sollten im Rahmen dieser Diskussion genutzt werden.

Mit freundlichen Grüßen

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

Telefon +49 (0)30 206 168 30  
Telefax +49 (0)30 206 168 730

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