



Herrn Robert Schulte-Frohlinde
Feurigstraße 18
10827 Berlin

2. Beschlussabteilung

Telefon: 0228 9499-
Telefax: 0228 9499-166
E-Mail: judith.holin@bundeskartellamt.de
Über E-Mail sind nur informelle Kontakte möglich. Hinweise zur elektronischen Kommunikation mit dem BKartA finden Sie unter www.bundeskartellamt.de.

Aktenzeichen: **B 2 - 1/13-34**

11. September 2013

Sehr geehrte Herr Schulte-Frohlinde

Vielen Dank für Ihr Schreiben vom 10.09.2013. Sie bitten darin um die Überprüfung der Tatsache, dass die Lebensmitteleinzelhändler und auch Drogeriemärkte in Ihrer Umgebung das Produkt Butterbrotpapier „Toppits“ nicht mehr im Sortiment haben und stattdessen Butterbrotpapier der Eigenmarke angeboten wird. Sie vermuten darin ein missbräuchliches Verhalten der jeweiligen Anbieter.

Auf Ihre Bitte um Prüfung kann ich Ihnen folgendes mitteilen:

Die Entscheidung über die Gestaltung des Sortiments obliegt jedem einzelnen Anbieter. Dieser ist frei darin, bestimmte Artikel anzubieten oder auch aus seinem Sortiment herauszunehmen. Auch die Frage, in welchem Umfang Eigenmarken angeboten werden und in welchem Ausmaß Markenartikel gelistet werden, kann jeder Händler frei entscheiden und ist eine Frage der jeweiligen Geschäftsstrategie. So werden bei den Discountern wie z.B. Aldi oder Lidl weniger Markenartikel angeboten als bei einem Vollsortimenter wie Edeka oder Rewe. Unabhängig von der jeweiligen Geschäftsstrategie können auch bei Händlern, die Markenartikel grundsätzlich anbieten, die in der Regel jährlich stattfindenden Verhandlungen wegen unterschiedlicher Vorstellungen über den Preis scheitern, so dass kein Vertragsabschluss zustande kommt und das jeweilige Produkt nicht mehr im Sortiment vertreten ist.

Das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) sieht im Rahmen der Missbrauchsaufsicht eine Verhaltenskontrolle für marktbeherrschende Unternehmen vor, nach der der Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung verboten ist. Typische Fälle eines solchen Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung sind die unbillige Behinderung anderer Unternehmen, die überhöhte Forderung von Entgelten ohne sachlichen Grund, die Verweigerung des Zugangs zu Infrastruktureinrichtungen gegen angemessenes Entgelt, sowie die Ausnutzung der Marktstellung, um von anderen Unternehmen ohne sachlich gerechtfertigten Grund Vorteile zu erhalten. Eine gesetzliche Verpflichtung zur Aufrechterhaltung eines bestimmten, vom Verbraucher erwarteten Sortiments besteht dagegen nicht. Der Händler wird immer diejenigen Artikel anbieten, die sein Kunde zu kaufen bereit ist und bei dem der Händler einen für ihn akzeptablen Preis verlangen und Gewinn erzielen kann. Selbst wenn also das Unternehmen, bei dem Sie einkaufen, marktbeherrschend wäre, würde sein Verhalten also nicht gegen das GWB verstoßen.

Es ist allgemein zu beobachten, dass die Lebensmitteleinzelhändler nicht nur im Segment des Preiseinstiegs, sondern auch im höherpreisigen Bereich ihr Angebot an Eigenmarken ausweiten. Die Frage, wie sich diese Strategie insgesamt auf die Machtverhältnisse zwischen Herstellern und Händlern auswirkt, wird – neben zahlreichen anderen Themen – derzeit in einer Sektoruntersuchung des Bundeskartellamtes zum Lebensmitteleinzelhandel untersucht. Ein Bericht zu dieser Untersuchung wird voraussichtlich Anfang des Jahres 2014 veröffentlicht werden. Auch verschiedene Marktforschungsunternehmen und auch die Europäische Kommission haben sich ebenfalls mit dem Thema Handelsmarken beschäftigt und unter anderem die Frage untersucht, welche Auswirkungen die Ausweitung von Handelsmarken haben.

Allerdings ist es auch möglich, dass Hersteller von bestimmten Produkten ihre Produktion aus unternehmensinternen Gründen einstellen und einen bestimmten Artikel nicht mehr über den Handel anbieten. Dies ist kartellrechtlich natürlich nicht zu beanstanden.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Hölm'.