



POSITIONSPAPIER ZUM AGRAR- ORGANISATIONEN- UND LIEFERKETTENGESETZ (AGRAROLKG)

EINFÜHRUNG

Mit dem AgrarOLkG wurde die europäische Richtlinie über unlautere Handelspraktiken (sog. UTP-Richtlinie) in deutsches Recht überführt. Die Umsetzung geht sowohl beim Anwendungsbereich als auch bei den Klauselverboten (sog. schwarze Liste) deutlich über EU-Recht hinaus. Damit wird die Vertragsgestaltung zwischen Lebensmitteleinzelhandel (LEH) und seinen Lieferanten stark reglementiert. Zu beachten ist hierbei, dass ALDI in der Regel keine direkten Geschäftsbeziehungen zu landwirtschaftlichen Erzeugerinnen und Erzeugern hat. Wir verhandeln stets mit einer Vielzahl von kleinen, mittleren und großen Unternehmen der Lebensmittelverarbeitung, -industrie oder des Großhandels. Zu unseren Lieferanten haben wir vertrauensvolle und langfristige Geschäftsbeziehungen, oftmals über Jahrzehnte.

Eine Befragung des Bundeskartellamts hat bestätigt: Die Unternehmensgruppen ALDI Nord und ALDI SÜD stehen für verlässliche und faire Geschäftsbeziehungen. Die überwiegende Mehrheit der rund 400 befragten Lieferanten bewerten die Handelsbeziehungen mit uns sehr positiv oder positiv. ALDI Nord und ALDI SÜD schneiden unter den Discontnern am besten ab.

Gemäß § 59 AgrarOLkG hat das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) eine Evaluierung der geltenden Regelungen vorgenommen, um deren Wirksamkeit zu überprüfen. Auf der Grundlage des ausgewogenen Evaluierungsberichts werden von einigen politischen Akteuren Verschärfungen gefordert, um vermeintlich damit die Ertragssituation der Landwirtinnen und Landwirte zu verbessern.

Im Fokus der aktuellen Debatte stehen folgende Forderungen:

- Die **Einführung einer Generalklausel**, um bisher nicht näher definierte, potentiell unlautere Handelspraktiken grundsätzlich zu verbieten.
- Das **Verbot aktuell noch zulässiger Praktiken**, wie die Zahlung von Werbekostenzuschüssen (WKZ) durch Lieferanten für Vermarktung, Werbung oder Preisaktionen.
- Das **Verbot der Regalpflege**, bei der die Lieferanten für die Pflege des Bestandes in den Filialen zuständig sind.
- Die **dauerhafte Ausweitung des Anwendungsbereichs**, damit Unternehmen mit einem Jahresumsatz bis 4 Milliarden Euro unbefristet in den Schutzbereich des AgrarOLkG fallen.

Alle diese Forderungen sind nicht geeignet, um die Stellung der Landwirtinnen und Landwirte in der Lebensmittelwertschöpfungskette zu verbessern oder gar die Ertragssituation positiv zu beeinflussen. Sie würden lediglich dazu führen, die Vertragsfreiheit weiter zu beschränken, zusätzliche bürokratische Hürden zu errichten und über Jahrzehnte gelebte Praktiken zu verbieten, die im beiderseitigen Interesse von LEH und Lieferanten sind (insbesondere WKZ). Auch die Monopolkommission rät von kurzfristigen Eingriffen in die Lieferketten ab: Die Wirkung der geltenden Verbote könne noch nicht seriös bewertet werden. Zudem sollten keine Verschärfungen vorgenommen werden, die sich auch negativ auf die Erzeugersituation auswirken könnten.

In der Debatte zur Novellierung des AgrarOLkG sollten deshalb die folgenden Standpunkte berücksichtigt werden:



POSITIONSPAPIER ZUM AGRAR- ORGANISATIONEN- UND LIEFERKETTENGESETZ (AGRAROLKG)

UNSERE STANDPUNKTE

1. Eine Generalklausel führt zu massiver Rechtsunsicherheit

Mit einer Generalklausel wären nicht nur die explizit im Gesetz aufgeführten Vertragsklauseln verboten, sondern darüber hinaus alle theoretisch denkbaren und potentiell unlauteren Vertragsklauseln. Aus gutem Grund ist der Evaluierungsbericht des BMEL zur Einführung einer Generalklausel zurückhaltend: Sie entspricht nicht der Systematik der UTP-Richtlinie und würde in der Praxis zu massiven Rechtsunsicherheiten und damit zusätzlichem Aufwand führen. Keine der Vertragsparteien könnte mit Sicherheit sagen, ob bestimmte Vertragsgestaltungen zulässig sind oder nicht. In der Praxis wäre jede Vertragsklausel mit einer enormen Unsicherheit behaftet und müsste in jedem Einzelfall gegenüber dem Lieferanten gerechtfertigt werden. Hieraus würde ein enormer Abstimmungs- und Prüfbedarf sowohl bei den Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels als auch bei der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) resultieren. Damit würden Vertragsverhandlungen massiv erschwert und bürokratische Hürden aufgebaut, die die Bundesregierung eigentlich abbauen will. Die Generalklausel ist zudem nicht erforderlich, weil schon heute Kartellrecht, AGB-Recht und Wettbewerbsrecht ein faires Verhandlungsverhalten sicherstellen.

Unsere Empfehlung

- Auf die Einführung einer Generalklausel in § 23 AgrarOLkG verzichten.

2. Graue Praktiken nicht weiter schwärzen – Möglichkeit für Werbekostenzuschüsse beibehalten

Gemäß § 20 Abs. 1 AgrarOLkG sind Zahlungen oder Preisnachlässe vom Lieferanten für die Listung von Produkten bei Markteinführung (Nr. 1), bei der Vermarktung von Produkten einschließlich Verkaufsangeboten (Nr. 2) und beim Errichten der Räumlichkeiten (Nr. 3) zulässig, wenn sie eindeutig vereinbart wurden. Die Nummern 1 und 3 werden bei ALDI Nord und SÜD nicht vereinbart.

Zahlungen des Lieferanten für Vermarktung, Werbung oder Preisaktionen für die gelieferten Waren in Form von Werbekostenzuschüssen (Nr. 2) sind indes seit Jahrzehnten gelebte Praxis in der Beziehung zwischen LEH und Lieferanten. Die pauschalen WKZ werden uns regelmäßig seitens der Lebensmittelhersteller angeboten, denn sie schätzen unsere Gegenleistung: Wir erhöhen die Sichtbarkeit ihrer Produkte im wöchentlichen Handzettel und steigern damit ihren Absatz. Mit WKZ beteiligen sich die Lieferanten dementsprechend an unseren hohen Kosten für die Produktwerbung. Diese Praxis wird insbesondere von kleinen und mittelständischen Lieferanten genutzt, die über keine großen eigenen Werbebudgets verfügen. Ein Verbot von WKZ würde somit überproportional kleinen und mittleren Unternehmen schaden. Große Lebensmittelkonzerne könnten weiterhin anderweitig für ihre Produkte werben. WKZ von Markenherstellern werden oftmals auch in den Einkaufspreis investiert. Da dieses Budget im Falle eines Verbots von WKZ möglicherweise in eigene Marketingaktivitäten investiert würde, könnte ein steigender Einkaufspreis die Folge sein.

Unsere Empfehlung

- Die Möglichkeit für Werbekostenzuschüsse gemäß § 20 Abs. 1 Nr. 2 AgrarOLkG sollte unverändert beibehalten werden.

