

## **Antrag**

**der Abg. Paul Locherer u. a. CDU**

**und**

## **Stellungnahme**

**des Ministeriums für Ländlichen Raum  
und Verbraucherschutz**

### **Der Marktmacht des Lebensmitteleinzelhandels begegnen – Möglichkeiten zur Gründung von gemeinsamen Vermark- tungsplattformen**

Antrag

Der Landtag wolle beschließen,  
die Landesregierung zu ersuchen  
zu berichten,

1. wie sie die Möglichkeit zur Gründung einer gemeinsamen Vermarktungsplattform für Baden-Württemberg bewertet, mit dem die Verhandlungsposition der Molkereien gegenüber dem Handel gestärkt werden kann;
2. ob aktuell daran gedacht ist, die möglichen Mitglieder zu Verhandlungen und Gesprächen einzuladen, gemeinsam mit ihnen eine mögliche Organisationsstruktur zu erarbeiten und im Bedarfsfall die nötige Anschubfinanzierung bereitzustellen;
3. wie sie Überlegungen bewertet, in die Vertragsgestaltung der Molkereien mit den Milcherzeugern Elemente der Bedarfsorientierung Eingang finden zu lassen.

12. 02. 2016

Locherer, Brunnemer, Burger, Dr. Rapp,  
Reuther, Rombach, Rüeck, Traub CDU

## Begründung

Der deutsche Milchmarkt ist durch ein Marktgleichgewicht zugunsten des Lebensmitteleinzelhandels (LEH) gekennzeichnet. Fünf Abnehmergruppen bündeln 85 % des Absatzes bei den Molkereiprodukten. Ihnen stehen 149 milchverarbeitende Unternehmen und mehr als 77.000 Milcherzeuger gegenüber. Der LEH nutzt diese Marktmacht in den Preisverhandlungen mit den Molkereien voll aus, in der Folge sinken die Auszahlungspreise für die Milcherzeuger. Um hier Abhilfe zu schaffen und die Verhandlungsposition der Molkereien gegenüber dem Handel zu stärken, kann eine stärkere Bündelung der Verkaufsmengen in gemeinsamen Vermarktungsplattformen infrage kommen. Ein gemeinsames Handeln und Auftreten der Molkereien in den Kontraktverhandlungen mit dem LEH könnte geeignet sein, den tatsächlichen Milcherzeugungskosten der Landwirte besser als in der Vergangenheit Rechnung zu tragen und die aktuellen Tiefstpreise zu verhindern.

Die jüngsten Preisentwicklungen haben oft wenig mit der real am Markt befindlichen Milchmenge zu tun, sondern sind der gegenwärtigen Marktpsychologie geschuldet, nach der insbesondere die Abnehmerseite erwartet, dass es nach dem Wegfall der Milchquote zu einem sprunghaften Anstieg der Milchproduktion kommt. Insgesamt wird gegenwärtig seitens der Discounter ein erheblicher Druck auf die Anbieterseite (Molkereien) ausgeübt, entgegen der eigentlichen Marktlage unter dem Preisniveau der bisherigen Preisabschlüsse zu verkaufen. Vor diesem Hintergrund kann daran gedacht werden, die Molkereien stärker in die Verantwortung zu nehmen, ihre kartellrechtlichen Möglichkeiten gegenüber dem LEH auszuschöpfen und so ihrem Auftrag gegenüber ihren Lieferanten und Eigentümern gerecht zu werden und deren Existenz nachhaltig zu sichern.

Der Antrag verfolgt das Ziel, eine Bewertung der Landesregierung zur Gründung einer solchen gemeinsamen Vermarktungsplattform zu erheben. Dazu könnten im Weiteren die möglichen Mitglieder zu Verhandlungen und Gesprächen eingeladen, gemeinsam mit ihnen eine mögliche Organisationsstruktur erarbeitet und im Bedarfsfall die nötige Anschubfinanzierung bereitgestellt werden.

## Stellungnahme

Mit Schreiben vom 7. März 2016 Nr. Z(22)-0141.5/15-615 F nimmt das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz im Einvernehmen mit dem Ministerium für Finanzen und Wirtschaft zu dem Antrag wie folgt Stellung:

*Der Landtag wolle beschließen,  
die Landesregierung zu ersuchen  
zu berichten,*

*1. wie sie die Möglichkeit zur Gründung einer gemeinsamen Vermarktungsplattform für Baden-Württemberg bewertet, mit dem die Verhandlungsposition der Molkereien gegenüber dem Handel gestärkt werden kann;*

Zu 1.:

Die Vermarktung von Milchprodukten ist sehr vielfältig und produktabhängig. Molkereien verarbeiten die Rohmilch zu verschiedenen Produktgruppen: Trockenprodukte in einer sehr vielfältigen Konfektionierung und Zusammensetzung sowie eine sehr große Bandbreite an Frischeprodukten.

Die Vermarktung erfolgt an den Lebensmitteleinzelhandel (LEH), an Einrichtungen der Außerhausverpflegung, an Industriekunden und auf den Exportmärkten. Im LEH werden Frischeprodukte wie beispielsweise Trinkmilch als Eigenmarke der Hersteller oder als Handelsmarke der unterschiedlichen Absatzmittler des LEH vertrieben.

Mögliche gemeinsame Aktivitäten der Molkereien sind auf der Basis dieser vielfältigen Vermarktungswege und der damit verbundenen Wettbewerbssituation untereinander zu bewerten. Aufgrund der leichteren Austauschbarkeit der Hersteller würde sich die Gründung gemeinsamer Vermarktungsplattformen zur Stärkung der Verhandlungsposition gegenüber dem LEH daher am ehesten bei Handelsmarken des LEH, wie z. B. bei Trinkmilch, anbieten. Bei den Herstellermarken muss das Interesse der einzelnen Molkereien für gemeinsame Aktivitäten mit den direkten Wettbewerbern eher geringer eingeschätzt werden.

Im Marktsegment Trinkmilch ist von einem überwiegend nationalen Markt auszugehen. Zu dieser Einschätzung kommt auch das Bundeskartellamt in der Sektoruntersuchung Lebensmitteleinzelhandel (BKartA, B2-15/11 SU LEH; September 2014). Das bedeutet, entsprechende Initiativen müssten auf nationaler Ebene ansetzen und von den Molkereien ausgehen, zumal auch Molkereiunternehmen oft über die Landesgrenzen hinweg überregional tätig sind.

Das Bundeskartellamt bestätigt in der genannten Sektoruntersuchung die hohe Nachfrage- und Verhandlungsmacht des LEH, der von wenigen Unternehmen dominiert wird, die untereinander im heftigen Wettbewerb stehen. Auch die wettbewerbsrechtlich zulässigen Möglichkeiten gemeinsamer Vermarktungsplattformen zur Stärkung der Verhandlungsposition der Molkereien müssen von den betroffenen und interessierten Unternehmen mit den dafür zuständigen Kartellbehörden abgestimmt werden.

Als eine weitere Möglichkeit gemeinsamer Vermarktungsaktivitäten bieten sich Vermarktungsplattformen im Rahmen der Erschließung von Exportmärkten an, da diese Aktivitäten oftmals die finanziellen und logistischen Möglichkeiten einzelner mittelständischer Molkereien übersteigen.

*2. ob aktuell daran gedacht ist, die möglichen Mitglieder zu Verhandlungen und Gesprächen einzuladen, gemeinsam mit ihnen eine mögliche Organisationsstruktur zu erarbeiten und im Bedarfsfall die nötige Anschubfinanzierung bereitzustellen;*

Zu 2.:

Wie in Nr. 1 ausgeführt, muss die geeignete Plattform für Gespräche und Verhandlungen auf nationaler Ebene angesiedelt sein, sofern die Wirtschaft ein entsprechendes Interesse hat. Im Rahmen der Agrarministerkonferenz (AMK) am 2. Oktober 2015 in Fulda wurde auch auf Initiative Baden-Württembergs auf Bundesebene ein Runder Tisch Milch eingerichtet, der verschiedene Aspekte wie Instrumente zur Bewältigung der Milchmarktkrise oder auch die Beziehungen der Akteure in der Wertschöpfungskette behandelt. Die Milchwirtschaft ist an dem Runden Tisch Milch beteiligt. Der Runde Tisch Milch wird 2016 vom AMK-Vorsitzland Mecklenburg-Vorpommern fortgesetzt. Das Thema sollte bei Interesse der Wirtschaftsbeteiligten dort aufgegriffen und weiter verfolgt werden.

Das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz führt mit der hiesigen Molkereiwirtschaft im Rahmen eines Jahresgesprächs einen regelmäßigen Dialog. Dort wurde ein entsprechendes Anliegen von den Molkereien noch nie thematisiert. Sofern aus der Milchwirtschaft des Landes Anfragen kommen, wird das Ministerium die Prozesse begleiten und moderieren. Fragen der Finanzierung können nur im Kontext konkreter Vorhaben geprüft werden.

*3. wie sie Überlegungen bewertet, in die Vertragsgestaltung der Molkereien mit den Milcherzeugern Elemente der Bedarfsorientierung Eingang finden zu lassen.*

Zu 3.:

Die Überlegungen zur Gestaltung der Liefer- und Abnahmebeziehungen zwischen Molkereien und Erzeugern sind ein Aspekt, der beim Runden Tisch Milch bereits aufgegriffen wurde. Der Eingang von Elementen der Bedarfsorientierung, d. h. der Absatzchancen wie des Rohstoffbedarfs, in die vertraglich oder per Lieferordnung gestalteten Lieferbeziehungen ist ein wesentlicher Aspekt bei dem Bemühen, in

der gesamten Wertschöpfungskette Milch mehr Stabilität und eine ausgewogene Verteilung der Chancen und Risiken zu befördern. Dies gilt insbesondere dann, wenn Qualitätsprodukte mit besonderen Produkteigenschaften im Fokus der Geschäftsbeziehung stehen.

Im Rahmen der Amtschefkonferenz am 14. Januar 2016 in Berlin wurde die Bund-Länder-AG der Milchreferentinnen und -referenten beauftragt, auf der Grundlage der geltenden Rechtslage im Zusammenhang mit Vertragsbeziehungen zwischen Milcherzeugern und Molkereien zu prüfen, welche Ansatzpunkte für gesetzliche oder anderweitige Regelungen für verbesserte Vertragsbeziehungen bestehen. Erfahrungen anderer Mitgliedstaaten zu den Vertragsbeziehungen sowie die Auswertung von Vertragsmustern sollen dabei einfließen.

Aktuelle Maßnahmen der Wirtschaft angesichts der schwierigen Marktlage zeigen, dass Überlegungen der Bedarfsorientierung (Mengensteuerung) bereits Eingang in die Geschäftsbeziehungen gefunden haben. Beispielsweise wurden von einzelnen Molkereiunternehmen zeitlich befristet Bonuszahlungen in Verbindung mit freiwilligen Mengenbegrenzungen der Erzeuger geleistet bzw. angekündigt, um das Rohmilchangebot zu begrenzen.

Für Fragen der zukünftigen Gestaltung der Beziehungen in der Wertschöpfungskette, etwa bezüglich der Lieferbeziehungen oder der Weiterentwicklung der Qualitätsanforderungen und Produktionssysteme vor dem Hintergrund sich ändernder gesellschaftlicher Anforderungen, ist ein intensiver Dialog in der Branche notwendig. Im Rahmen der Gemeinsamen Europäischen Marktordnung wurden entsprechende rechtliche Möglichkeiten zur Organisation geschaffen, die von der Branche genutzt werden sollten.

Bonde

Minister für Ländlichen Raum  
und Verbraucherschutz