



**AUSGABE 10/2014**

## **Geschäftsklima im Lebensmitteleinzelhandel noch positiv**

Im Einzelhandel mit Lebensmitteln herrscht nach wie vor ein positives Geschäftsklima. Zu diesem Ergebnis kommt der aktuelle Konjunkturtest des ifo Instituts. Der Geschäftsklimaindikator lag im Oktober bei 6,1 Punkten. Damit setzt sich allerdings auch im Lebensmitteleinzelhandel eine Abwärtsbewegung fort, die seit Juni dieses Jahres (27,5 Punkte) anhält.

Bei der Beurteilung des aktuellen Geschäftsverlaufs überwiegen zwar weiterhin die zufriedenen Meldungen, jedoch erheblich weniger stark als noch im Juni. Bezüglich der Geschäftserwartungen für das kommende halbe Jahr keimte bei den Befragungsteilnehmern des ifo Konjunkturtests in den vergangenen Monaten eine leichte Skepsis auf. So hat sich der Indikator um etwas mehr als 14 Saldenpunkte von 7,7 Punkten im Juni auf – 6,5 Punkte im Oktober dieses Jahres verringert.

Erstmals seit vier Jahren meldeten die am ifo Konjunkturtest teilnehmenden Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels im Oktober per Saldo sinkende Verkaufspreise. Auch die Planungen für die nahe Zukunft waren per Saldo auf einen Rückgang der Preise ausgerichtet.

Auf der Basis der bisher vorliegenden Umsatzmessenzen des Statistischen Bundesamtes wurde von Januar bis August 2014 im Einzelhandel mit Lebensmitteln ein Umsatz von circa 145 Mrd. Euro erwirtschaftet.

## **Online-Handel mit Bio-Lebensmitteln nicht ohne Öko-Zertifizierung**

Das Oberlandesgericht Frankfurt am Main hat mit Urteil vom 30.09.2014 (Az. 14 U 201/13) entschieden, dass Online-Händler, die Bio-Lebensmittel zum Verkauf anbieten, dem Kontrollsystem nach Art. 27 EG-Öko-Verordnung unterstehen.

Die Wettbewerbszentrale hatte gegen einen Online-Händler geklagt, der Bio-Gewürze zum Verkauf anbot, ohne den Kontrollen einer zuständigen Öko-Kontrollstelle zu unterliegen. Nach Art. 28 Abs. 1 der Verordnung (EG) Nr. 834/2007 des Rates vom 28. Juni 2007 über die ökologische/biologische Produktion und die Kennzeichnung von ökologischen/biologischen Erzeugnissen (EG-Öko-Verordnung) ist jeder Unternehmer, der Bio-Produkte erzeugt, aufbereitet, lagert, aus einem Drittland einführt oder in Verkehr bringt, verpflichtet, vor dem Inverkehrbringen von jeglichen Erzeugnissen seine Tätigkeit den zuständigen Behörden des Mitgliedsstaates, in dem diese Tätigkeit ausgeübt wird, zu melden sowie sein Unternehmen dem Kontrollsystem zu unterstellen. Grundsätzlich ist nach der Vorschrift der gesamte Einzelhandel zur Zertifizierung verpflichtet. Deutschland hat jedoch von der in Art. 28 Abs. 2 der EG-Öko-Verordnung vorgesehenen Möglichkeit Gebrauch gemacht, eine Ausnahmenvorschrift für den Einzelhandel zu schaffen. Diese Ausnahme ist in § 3 Abs. 2 Öko-Landbaugesetz (ÖLG) umgesetzt. Nach der Vorschrift ist der Einzelhandel von der Kontrollpflicht entbunden, wenn die Erzeugnisse direkt an Endverbraucher oder –nutzer verkauft werden.



Die Wettbewerbszentrale ist der Ansicht, dass das Tatbestandsmerkmal „direkt“ beim Online-Handel mit Bio-Lebensmitteln nicht erfüllt ist, da es gerade an einer direkten Verkaufshandlung unter Anwesenheit der Endverbraucher, wie sie beispielsweise im Supermarkt gegeben ist, fehlt.

Diese Auffassung hat das Oberlandesgericht Frankfurt mit seinem Urteil bestätigt. Das Gericht hat ausgeführt, dass der Begriff „direkt“ in § 3 Abs. 2 ÖLG nach dem Sinn und Zweck der Vorschrift nur dahingehend verstanden werden kann, dass es einen Verkauf am Ort der Lagerung unter gleichzeitiger Anwesenheit des Unternehmers und des Verbrauchers meint. Dies sei beim Online-Handel nicht der Fall. Die Vorinstanz, das LG Fulda, hatte mit Urteil vom 23.09.2013, Az. 2 O 161/13 noch entschieden, dass den Online-Handel keine Pflicht zur Bio-Zertifizierung trifft, da die Ausnahme des § 3 Abs. 2 ÖLG greift. Zur Begründung hat das LG Fulda darauf abgestellt, dass der Endverbraucher und spätere Empfänger der Ware auf die invitatio ad offerendum des Anbieters direkt ein Angebot abgibt, welches dann vom Anbieter angenommen werde.

Das Gericht hat aufgrund der grundsätzlichen Bedeutung der Sache die Revision zugelassen.

## **Store of the Year-Wettbewerb 2015**

Auch 2015 vergibt der Handelsverband Deutschland wieder die Auszeichnung „Store of the Year“. Die Geschäfte werden dabei nach dem Innovationsgrad, dem Kundennutzen, dem Wertschöpfungspotenzial, dem Erlebniswert, der Leitbildfunktion und dem Alleinstellungsmerkmal beurteilt. Folgende Kriterien werden dabei durch die Jury herangezogen: Shop-Design, Geschäftsgröße, Sortimentszusammensetzung, Wareninszenierung, Mitarbeiterqualifikation und Kundenorientierung.

Teilnahmeberechtigt sind alle Handelsbetriebe, die Ende 2013 oder im Jahr 2014 ein neues Geschäft eröffnet oder ein bestehendes umgebaut oder komplett umgestellt haben. Die Auszeichnungen werden im Januar 2015 im Rahmen des 11. Deutschen Handelsimmobilienkongresses in Berlin verliehen. Die Bewerbungsfrist endet am 30.11.2014.

Teilnahmebedingungen und Anmeldeformulare für den Wettbewerb können über folgenden Link abgerufen werden.

<http://www.einzelhandel.de/index.php/veranstaltungenpreise/storesoftheyear.html>

## **Deutschland einig Konsumland?**

25 Jahre nach dem Mauerfall gleichen sich die Konsumgewohnheiten in Ost- und Westdeutschland weiter an, in einigen Bereichen gibt es jedoch weiterhin deutliche Unterschiede. Zu diesem Ergebnis gelangt die Gesellschaft für Konsumforschung GfK nach einem Vergleich des Einkaufsverhaltens in den alten und neuen Bundesländern.

So liegt man bei der Einkaufshäufigkeit im Osten und im Westen fast gleichauf. Geht der Ostdeutsche im Jahr durchschnittlich 210 Mal Güter des täglichen Bedarfs einkaufen, wobei er im Schnitt pro Einkauf 14,75 Euro ausgibt, sucht der westdeutsche Konsument die



Einkaufsstätte seiner Wahl noch zehn Mal häufiger auf. Mit durchschnittlich 15,88 Euro pro Einkauf lässt auch noch etwas mehr Geld dort. Insgesamt geben Westhaushalte im Jahresdurchschnitt pro Käufer jedoch einige hundert Euro mehr aus als Osthaushalte (West: 3.488,00 Euro, Ost 3.110,00 Euro). Laut GfK liege das an den nach wie vor bestehenden Einkommensunterschieden, aber auch daran, dass dieselben Produkte im Osten häufig weniger kosten als im Westen.

Markante Unterschiede bestehen zwischen Ost und West außerdem bei der Wahl der Einkaufsstätte. Wie die Nürnberger Konsumforscher in ihrem aktuellen Consumer Index schreiben, kaufen die Menschen zwischen Suhl und Saßnitz deutlich weniger im Fachhandel und im Supermarkt ein, dafür aber sehr viel mehr im SB Warenhaus. Hintergrund sei, so die GfK, dass es im Osten nach der Wende keinen ausgeprägten Fachhandel gegeben habe und sich die Großfläche in dieses Vakuum hinein zügig habe etablieren können.

Die Verteilung der Einkaufsstättenanteile lässt diesen Unterschied deutlich zu Tage treten. Gehen im Westen 24,2 Prozent der Verbraucher regelmäßig im LEH-Food-Vollsortimenter einkaufen, sind es im Osten nur 17,3 Prozent. Dort ist der Anteil der Einkäufer im SB-Warenhaus mit 26 Prozent deutlich höher als im Westen (15 Prozent).