

Verbraucher kritisieren Markenhersteller

HANDELSBLATT, 10.4.2001

rut BRÜSSEL. Verbraucher- und Handelsorganisationen haben mehr Preiswettbewerb auf dem Markenartikel-Markt in der EU verlangt. Viele große Markenhersteller würden ihre Produkte in der EU erheblich teurer verkaufen als in den USA oder in Asien, kritisierte die internationale Verbraucherorganisation Consumers Association (CA). Möglich werde dies durch die seit 1995 gültige EU-Markenrichtlinie. Demnach dürfen Markenhersteller dem europäischen Einzelhandel die Preise diktieren, sofern die Markenware außerhalb der EU hergestellt wurde.

Die Bestimmung erlaube es den Markenherstellern, „überhöhte Preise zu verlangen und damit die europäischen Verbraucher zu diskriminieren“, heißt es in einer CA-Stellungnahme für eine Anhörung am heutigen Dienstag im EU-Parlament. Auch der Einzelhandel wehrt sich gegen das Preisdiktat der großen Markenhersteller. Die EU-Marktrichtlinie müsse reformiert werden, verlangte die Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels in Brüssel. Groß- und Einzelhändlern müsse es erlaubt sein, sich Markenprodukte am Weltmarkt zu beschaffen und in die EU zu importieren. Dies ist laut EU-Markenrichtlinie zur Zeit verboten. Nur vom Markeninhaber autorisierte Vertragshänd-

ler dürfen Markenprodukte in die EU einführen. Dies mache bei großen Marken wie Levi's, Kodak oder Mercedes Preistreiberei in der EU möglich, kritisierte der deutsche EU-Parlamentarier Hans-Peter Mayer (EVP).

Ungeachtet der Klagen von Verbrauchern und Handel ist unklar, ob die EU mehr Preiswettbewerb bei Markenprodukten zulassen wird. Die schwedische Regierung will ihre derzeitige EU-Präsidentschaft zwar dafür nutzen, eine entsprechende Änderung der EU-Markenrichtlinie voranzutreiben. Unterstützt wird sie dabei von sieben weiteren EU-Mitgliedsstaaten.

Die Initiative stößt aber auf Widerstand. Frankreich zum Beispiel will den Preiswettbewerb bei Markenprodukten nicht fördern und vertritt damit die Interessen großer französischer Konsumgüterunternehmen wie zum Beispiel des Kosmetikkonzerns L'Oreal. Die Bundesregierung hat in dieser Frage noch nicht offiziell Position bezogen. Grund dafür ist offenbar, dass sich die zuständigen Bundesministerien für Justiz und für Wirtschaft nicht einig sind. Das Justizministerium befürwortet eine Liberalisierung bei den Preisen für Markenware. Vorbehalte dagegen kommen hingegen aus dem Wirtschaftsministerium, offenbar ebenfalls ausgelöst durch eine Intervention der Markenartikel-Industrie.