

FACTSHEET

Faire Märkte Schweiz

Das Merkblatt bildet Ausgangslage und Handlungsbedarf in Bezug auf Marktmacht und Missbrauch von Marktmacht, förderlichen Wettbewerb und Fairness in den Agrar- und Lebensmittelmärkten ab und führt die organisatorischen und inhaltlichen Kennzeichen auf, mit denen faire Märkte und die Transformation zu nachhaltigen Märkten erzielt werden sollen.

Ausgangslage

Fairness in den Lebensmittelmärkten setzt nicht nur faire Lieferbeziehungen voraus, sondern vor allem auch eine faire Verteilung der Wertschöpfung innerhalb der Lieferkette. Den Produzenten ist die generierte Wertschöpfung aufwandgerecht und fair zu entschädigen. Schlecht funktionierender Wettbewerb und Marktversagen hindern ausserdem den nachhaltigen Wandel zu nachhaltigen landwirtschaftlichen Märkten.

Heute fehlt in den Agrar- und Lebensmittelmärkten eine faire Verteilung der Wertschöpfung¹. Es ist seit langem bekannt, dass die heutigen Marktordnungen und -strukturen sowohl global wie national in den Agrar- und Lebensmittelmärkten keine Fairness gewährleisten. Die Liberalisierung der Märkte und die zunehmende Grenzöffnung haben die Situation diesbezüglich noch dramatisch verschlechtert.

Agrarpreise bilden sich aufgrund von Nachfrage und Angebot. Dabei muss aber ein förderlicher Wettbewerb im Interesse aller sichergestellt werden und das Element Fairness mehr Gewicht erhalten. Es braucht in Zukunft in den Wertschöpfungsketten eine neue Denkweise. Schädliche Marktkonstellationen, der Missbrauch von Marktmacht und unfaire Handelspraktiken sind konsequent zu bekämpfen.

Auch der Bundesrat sieht gemäss seinem Bericht «Zukünftige Ausrichtung der Agrarpolitik» diesbezüglich grossen Handlungsbedarf und will dafür speziell die Markttransparenz und die Kostenwahrheit verbessern. Gemäss dem Bundesrat wird heute das «nachhaltige, gesundheits- und tierwohlfördernde Einkaufsverhalten» behindert.

¹ Quellen und Studien siehe unten.

Handlungsbedarf

Kleine und mittlere Abnehmer und Zulieferer von relativ marktmächtigen Unternehmungen stehen immer stärker unter Druck. Handlungsbedarf ist dringend und umgehend nötig.

- **Zuspitzung:** Die Marktmachtfrage spitzt sich zu (vor allem in der kleinräumigen Schweiz). Kleine und mittlere Abnehmende und Zulieferende von relativ marktmächtigen Unternehmungen stehen immer stärker unter Druck.
- **Fairness-Debatte:** Die Debatte zu Marktmachtmissbrauch ist angestossen und muss fortgesetzt und vertieft werden. Fairness in den Märkten setzt nicht nur faire Lieferbeziehungen voraus, sondern vor allem auch eine faire Verteilung der Wertschöpfung innerhalb der Lieferkette. Den Produzierenden ist die generierte Wertschöpfung aufwandgerecht und mit Preisen zu entschädigen, die – zusammen mit den staatlichen Beihilfen – ein existenzsicherndes und nachhaltiges Wirtschaften mit einem angemessenen Einkommen ermöglichen.
- **Relevanz von Nachhaltigkeit:** Die Fairness ist ein zentrales Thema der sozialen Dimension der Nachhaltigkeit. Hindernisse, die diesen Wandel behindern, wie schädliche Marktkonstellationen, stossen auch in der Gesellschaft immer stärker auf Kritik. Weil die Wettbewerbsfähigkeit von zukunftstauglichen und nachhaltig bzw. tierfreundlich erzeugten Produkten heute besonders beeinträchtigt ist, wird der Wandel zu nachhaltigen Ernährungssystemen nur mit gut funktionierendem Wettbewerb und Vermeidung von Marktversagen gelingen.
- **Bündelung von kompetenten Kräften:** Es ist dringend angezeigt, relevante Personen zusammenzubringen und interdisziplinäre Kräfte und Expertise zu bündeln. Damit können branchenübergreifend Synergien erarbeitet und Wirkung erzeugt werden.
- **Gezielte Planung und Ausrollung:** Um einen echten Wandel zu bewirken, sind die nötigen Massnahmen orchestriert, konzentriert und gezielt zu planen und auszurollen.

Marktmacht und Missbrauch von Marktmacht: Hintergrund und Definition

Die Prinzipien der Marktwirtschaft bauen auf einem vollkommenen Wettbewerb auf. Dieser ist nur dann gegeben, wenn kein Unternehmen und kein Konsument stark genug ist, um den Marktpreis zu beeinflussen. Eine derartige Situation liegt in der Regel dann vor, wenn sich eine grosse Anzahl von Kaufenden und Verkaufenden gegenüberstehen und ein freier Zutritt zum Markt möglich ist.

Unternehmungen wollen Gewinne maximieren und streben dazu, Marktmacht zu erreichen und dabei im Sinn einer Marktbeherrschung den Wettbewerb auszuschalten und auf den Preis Einfluss zu nehmen. In den Agrar- und Lebensmittelmärkten der Schweiz sind deshalb in den letzten Jahrzehnten Marktstrukturen entstanden, die von den zwei marktmächtigen Unternehmungen Migros und Coop dominiert werden. Es herrscht faktisch ein Duopol, dessen Auswirkungen in der kleinräumigen Schweiz mit hohem Grenzschutz für landwirtschaftliche Produkte äusserst gravierend sind. Verschiedene Studien und Publikationen haben dies in jüngster Vergangenheit bestätigt.

Was wird dagegen gemacht? Was macht der Regulator?

Das Kartellgesetz bzw. der Staat als Regulator stellt den Wettbewerb im Interesse einer freiheitlichen marktwirtschaftlichen Ordnung sicher und bekämpft dazu Kartelle und andere Wettbewerbsbeschränkungen. Mit Jahresbeginn 2022 kamen die neuen Vorschriften zur relativen Marktmacht zur Anwendung, wie dies die Professoren Paul Richli und Mathias Binswanger in einem Gastbeitrag in der NZZ vom 6.4.2022 darlegen.²

Wie die Ergebnisse von Studien und Publikationen zeigen, spielen die Märkte sehr unvollständig. Gemäss Richli und Binswanger sollten die dargelegten Studien und Ergebnisse für die Wettbewerbsbehörden (WEKO) Grund genug sein, die beschriebene Marktsituation unter dem neuen Aspekt der relativen Marktmacht aus eigener Initiative abzuklären. Der Verdacht liege nahe, dass die Ausnutzung der relativen Marktmacht durch die beiden Detailhändler ein Marktversagen verursache.

Der Verein FMS³ sieht diesbezüglich ebenfalls grossen Handlungsbedarf. Sollte die WEKO nicht selbst tätig werden, wird FMS ein Begehren für eine Vorabklärung stellen und Anzeige erstatten. In einem solchen Verfahren wären die Detailhandelsunternehmungen verpflichtet, alle Angaben zur Feststellung der relativen Marktmacht sowie geheim gehaltene Kalkulationen gegenüber den Wettbewerbsbehörden offenzulegen.

² www.nzz.ch/meinung/hohe-margen-fuer-bio-und-label-agrarprodukte-und-das-konzept-der-relativen-marktmacht-ld.1676244?

³ Mehr siehe unten.

Verein Faire Märkte Schweiz

Der Verein FMS – Faire Märkte Schweiz – bezweckt den Einsatz für faire und gerechte Märkte in der Schweiz, die sich durch einen förderlichen Wettbewerb im Interesse aller Akteure auszeichnen. Insbesondere soll für die jeweils schwächere Vertragspartei – in der Regel sind dies kleine und mittlere Unternehmen im Bereich von Landwirtschaft und Gewerbe – ein fairer Wettbewerb sichergestellt und letztlich die Transformation hin zu nachhaltigeren Märkten ermöglicht werden.

Mit den zur Verfügung stehenden Mitteln verfolgt der Verein seine Ziele durch Forschung, Bildung, Information und Aufklärung, durch politische Arbeit und, über eine Meldestelle, durch die gezielte Unterstützung von Produzentinnen und Produzenten sowie kleineren und mittleren Betrieben. FMS recherchiert und gewinnt Erkenntnisse und fördert durch Kampagnen eine Sensibilisierung zu den Themen Fairness und Nachhaltigkeit in der Öffentlichkeit und Politik. Der aktive Dialog in der Gesellschaft wird auch mit den Händlerinnen und Händlern und weiteren Marktteilnehmenden geführt. Der Verein setzt sich für die Interessen seiner Mitglieder und anderer Akteure ein und bietet diesen Dienstleistungen und Beratung an. Er betreibt eine interaktive Kommunikationsplattform und eine Geschäftsstelle.

In einer ersten Phase fokussiert FMS auf Märkte mit grossem Handlungsbedarf: die Agrar- und Lebensmittelmärkte. Landwirtschaftsbetriebe, die unter den zunehmend marktmächtig agierenden Abnehmern leiden, werden mit einer Melde- und Beratungsstelle unterstützt, damit ihnen ein existenzsicherndes und nachhaltiges Wirtschaften ermöglicht wird.

Der Verein besteht aus einem Vorstand und einem Expertenbeirat. Darin nehmen erfahrene Markt- und Wettbewerbsexperten sowie Vertretende aus Wirtschaft, Landwirtschaft, Umwelt/Tierschutz und Recht Einsitz. Die Geschäftsstelle unter der Leitung des geschäftsführenden Präsidenten Dr. Stefan Flückiger ist beim Kampagnenforum in Zürich domiziliert. Die Expertinnen und Experten aus dem Team von Kampagnenforum betreuen das operative Geschäft des Vereins und betreiben in Zusammenarbeit mit Rechtsfachpersonen die Meldestelle für wettbewerbsrechtliche Vorprüfungen.

Der Verein FMS verfolgt nach Artikel 2 der Statuten einen nicht gewinnstrebigem ideellen Zweck im Sinne einer Nicht-Regierungsorganisation.

Wandel hin zu nachhaltigen, zukunftsgerichteten Märkten: Zielsetzungen von FMS und seiner Mitglieder und Partner

Ziel 1: Engagement für faire Märkte, in denen ein förderlicher Wettbewerb im Interesse aller Akteure sichergestellt wird.

Ziel 2: Einsatz für eine Preisbildung, in der überhöhte Konsumentenpreise vermieden und angemessene Produzentenpreise bezahlt werden. Den Produzentinnen und Produzenten ist die generierte Wertschöpfung aufwandgerecht und fair zu entschädigen.

Ziel 3: Fokus auf und Aufzeigen von Missbrauch von Marktmacht, schädlichen Marktkonstellationen und unfairen Handelspraktiken.

Ziel 4: Förderung des Wandels hin zu nachhaltigen und tiergerechten Ernährungssystemen, in denen

- A. die Konkurrenzfähigkeit zukunftstauglicher Produkte ansteigt
- B. die Preise vermehrt nach den effektiven Kosten leistungsfähiger Betriebe kalkuliert werden (Kostenwahrheit inkl. Kosten Ökologie, Tierwohl)
- C. und das Wohlergehen von Mensch, Tier und Umwelt gefördert wird.

Ziel 5: Förderung von Diskussion und Dialog in der Gesellschaft zu Fairness und **Nachhaltigkeit** und Formulierung von Empfehlungen zuhanden der Politik.

Strategie und Dienstleistungen

1. Durch den Betrieb einer Plattform wird Transparenz geschaffen. Markt- und Wettbewerbsverzerrungen werden aufgezeigt und es wird proaktiv informiert.
2. Mitglieder und andere Marktakteure werden in ihren Anliegen in Zusammenhang mit unfairen Handelspraktiken unterstützt. Eine Melde- und Beratungsstelle wird lanciert.
3. Aufbau eines Expertinnen- und Expertennetzwerks, das Kompetenzen bündelt und Auskunfts- und Beratungsleistungen anbietet.
4. Recherchen, Erarbeitung neuer Erkenntnisse und Förderung von Aufmerksamkeit und Sensibilisierung für faire Märkte durch Kampagnen in Öffentlichkeit und Politik.

Meldestelle und wettbewerbsrechtliche Vorprüfung

Ausgangslage/Problemstellung

Die Marktmachtfrage spitzt sich zu (s.o.). Gerade in der kleinräumigen Schweiz mit ihren entsprechend kleindimensionierten (und oft abgeschotteten) Märkten stehen kleine/mittlere Abnehmer und Zulieferer immer stärker unter Druck von relativ marktmächtigen Unternehmungen und Grossverteilern. Gerade in der Land- und Ernährungswirtschaft treffen viele kleine Anbietende (landwirtschaftliche Produzentinnen und Produzenten) auf wenige grosse Nachfrager.

Prof. Mathias Binswanger hat es in seiner Studie wie folgt zusammengefasst⁴: «Unter solchen Marktbedingungen wird der Produzentenpreis tendenziell nach unten gedrückt, da die Nachfrager den Preis bestimmen können. Die Anbieter haben keine Chance, an andere Abnehmer zu verkaufen. Diese Marktkonstellation sorgt dafür, dass auch die Produzentenpreise für Schlachttiere, welche zu Label- und Bioprodukten verarbeitet werden, nur wenig höher sind als die Preise für die übrigen Schlachttiere».

Der Verdacht liegt nahe, dass die Ausnutzung der relativen Marktmacht durch grosse Abnehmer, insbesondere die beiden grossen Detailhändler, ein Marktversagen zum Schaden von kleineren und mittleren Betrieben verursacht.

FMS sieht diesbezüglich grossen Handlungsbedarf und will Marktakteure unterstützen, die besonders den unfairen Handelspraktiken ausgesetzt sind.

FMS: Melde- und Beratungsstelle

Mit der Melde- und Beratungsstelle des FMS werden folgende Leistungen angeboten:

1. **Meldestelle:** FMS hat eine Melde- und Beratungsstelle eingerichtet und die Zusammenarbeit mit erfahrenen Wettbewerbs- und Kartellrechtsexpertinnen und -experten in die Wege geleitet.
2. **Vorprüfung, kostenlos:** Betriebe können bei FMS ein Begehren für eine kostenlose wettbewerbsrechtliche Vorabklärung stellen und Missbräuche melden.
3. **Kartellrechtliche Beurteilung:** Die gemeldeten Fälle werden gestützt auf die gemachten Angaben kartellrechtlich beurteilt und anonymisiert ausgewertet.

⁴ www.tierschutz.com/nutztiere/analyse-labelfleisch/

4. **Weitere Schritte/Beratung:** Der Betrieb wird darüber informiert, wie der Fall hinsichtlich des weiteren Vorgehens eingestuft wird. Bei Fällen, wo Anzeichen bestehen, dass sie den gesetzlichen Rahmen verletzen, werden weitere Schritte vorgeschlagen und eine Beratung vorgenommen.
5. **Wettbewerbsbehörden:** FMS ist bestrebt, mit solchen Fällen an die Wettbewerbsbehörden zu gelangen und die Betriebe mit ihren Anliegen in Zusammenhang mit unfairen Handelspraktiken kräftig zu unterstützen.

Forschung & Analysen

Ausgangslage/Problemstellung

Bei der Preisbildung, bei der Wertschöpfungsverteilung und bei den Themen der Marktmacht herrscht kaum Transparenz. Die Öffentlichkeit hat wenig Kenntnis von den unguten Entwicklungen, die aber umfangreiche Auswirkungen für Umwelt, Mensch und Tier zur Folge haben. Auch hinsichtlich Erkenntnisse aus der Forschung sind kaum Studien vorhanden, die diesbezüglich mehr Transparenz schaffen würden.⁵

Deshalb besteht grosser Handlungsbedarf zur Erarbeitung von neuen Erkenntnissen im schweizerischen Kontext, um diese Sachverhalte konsequent aufzuarbeiten.

FMS: Beirat/Forschungsprojekte

Die Forschungsaufgaben werden vom Leiter des Expertenbeirates, von Prof. Dr. Mathias Binswanger koordiniert. Es wurde bereits eine Zusammenarbeit mit Forschungsteams der Fachhochschule Nordwestschweiz in die Wege geleitet und einzelne Projekte in Auftrag gegeben.

Mit dem FMS-Expertenbeirat werden weitere Forschungsfragen definiert und an Forschungsteams vergeben. Die ersten Ergebnisse der Forschungsprojekte werden noch im laufenden Jahr publiziert.

Mit den neuen Erkenntnissen aus angewandten Forschungsfragen wird FMS aufzeigen, wo Markt- und Wettbewerbsverzerrungen sowie unfaire Handelspraktiken existieren und welche Auswirkungen durch den ungenügend funktionierenden Wettbewerb und das Marktversagen auf Umwelt, Mensch und Tier entstehen.

⁵ Einige Studien hat der Schweizer Tierschutz STS im Rahmen seiner Transparenzprojekte in Auftrag gegeben.

Dialog & Bildung

Ausgangslage/Problemstellung

Die Fragen zu Fairness sind im Allgemeinen eng verbunden mit unserem Wirtschaftssystem. Wird mehr Freiheit und mehr Marktwirtschaft gefordert, dann vergrössert dies das Spannungsverhältnis zur Gerechtigkeit.⁶ Wird mehr Gerechtigkeit gefordert, dann fürchten viele übermässige Eingriffe in die Freiheit des Einzelnen oder der Betriebe. Ausserdem ist seit Längerem bekannt, dass Marktmacht und die verschiedenen Formen von Marktversagen den Werten von Fairness und Gerechtigkeit widersprechen.

FMS fördert Dialog und Bildung

Fairness ist Teil der sozialen Nachhaltigkeit. Die Diskussion und der Dialog dazu werden einerseits mit Kommunikations- und Informationsmassnahmen gefördert. Zudem werden dezentral Sensibilisierungprojekte lanciert, worin vor allem auch junge Leute für eine nachhaltige Lebensmittelversorgung aktiviert werden sollen. Eine Liste von solchen Projekten wird nach Aufnahme der Betriebstätigkeit auf der Homepage publiziert.

Studien/Publikationen

Verschiedene Studien und Publikationen haben in jüngster Vergangenheit die Hypothese bestätigt, dass die Agrar- und Foodmärkte nicht entsprechend funktionieren, wie dies vom Regulator erwartet wird.

- **Vorabklärungen des Preisüberwachers betreffend die Preise der Bio-Lebensmittel 2023:** Der Marktanteil von Bio bei Migros und Coop liegt gemäss Zahlen von 2021 bei 72.5%. In einem Vergleich zum Ausland findet der Preisüberwacher ein Indiz dafür, dass das wenig wettbewerbsintensive Umfeld in der Schweiz dazu beiträgt, dass Bio-Produkte stärker verteuert werden, weil sie eine extra hohe Marge zu tragen haben.
- **NZZ veröffentlichte am 19.5.2021 eine Analyse:** Darin wird festgehalten, «Herr und Frau Schweizer müssen für Bioprodukte das Zweifache des Preises bezahlen, den die gleichen Produkte in Österreich und Deutschland kosten».
- **STS-Labelstatistik 2022:** Der Marktanteil von Migros und Coop liegt bei Label- und Biofleisch in den Hauptkategorien bei 68 bis 90%. Darin wird ein Hauptgrund dafür gesehen, dass sich die Preisschere zwischen konventionellen und Label- bzw. Bioprodukten immer weiter öffnet und infolgedessen der Absatz von Tierwohlprodukten stagniert.

⁶ vgl. Die Fairness-Formel: Freiheit und Gerechtigkeit in der Wirtschaft der Zukunft. Herbert Lüthy, 2016

- **Recherche von Prof. Mathias Binswanger, Wertschöpfungsanalyse bei Rind- und Schweinefleisch 2022:** Er hat nachweisen können, dass Konsumentinnen und Konsumenten einen hohen Aufpreis für Label- und Bioprodukte zahlen, Tierhalterinnen und -halter jedoch nur einen geringen Aufpreis für die Einhaltung von Tierwohl- und Biorichtlinien erhalten. Dies lässt sich gemäss Binswanger mit Marktmacht begründen: «Viele kleine Anbieter (die einzelnen Tierhalterinnen und -halter) treffen dort auf wenige grosse Nachfrager (vor allem Grossverteiler). Unter solchen Marktbedingungen wird der Produzentenpreis tendenziell nach unten gedrückt, da die Nachfrager den Preis bestimmen können. Die Anbieter haben keine Chance, an andere Abnehmer zu verkaufen. Diese Marktkonstellation sorgt dafür, dass auch die Produzentenpreise für Schlachttiere, welche zu Label- und Bioprodukten verarbeitet werden, nur wenig höher sind als die Preise für die übrigen Schlachttiere».
- **Gastbeitrag der Professoren Paul Richli und Mathias Binswanger in der NZZ vom 6.4.2022:** Sie halten fest: «Gibt es ein Marktversagen im Bereich Bio- und Labelfleisch? Gemäss Kartellrecht könnten Wettbewerbsbehörden dank dem neuen Konzept der relativen Marktmacht die Margen grosser Detailhandelsunternehmungen prüfen.»

Die Aktivitäten in allen Handlungs-Silos zielen darauf ab, eine Preisbildung zu erreichen, in der sowohl überhöhte Konsumentenpreise vermieden als auch Produzentenpreise bezahlt werden, die, zusammen mit den Beihilfen, ein existenzsicherndes und nachhaltiges Wirtschaften mit einem angemessenen Einkommen ermöglichen und die Transformation hin zu nachhaltigen Märkten ermöglichen.

Kontakt

Verein Faire Märkte Schweiz

Hermetschloostrasse 70, 4.1.
8048 Zürich

www.fairemaerkteschweiz.ch

044 562 44 77

info@fairemaerkteschweiz.ch



Faire Märkte Schweiz+

