

Faire Preise oder was?



Günter Fritz
Wirtschaft

Als Kunde der großen Lebensmittelhandelsketten hat man es gut – vorausgesetzt, man nutzt die zahlreichen Lockangebote und begibt sich von einem Supermarkt zum anderen. Egal, ob Wein im Sechserkarton, Bierkisten zum Kampfpfeis, Zehn- und 25-Prozent-Rabattpickerln, 1+1-Aktionen oder günstigste Eigenmarken – die Preise purzeln quer durchs Land und schonen die Geldbörsen. Für die Produzenten sieht es freilich anders aus: Listungsgebühren, Abnahmegarantien mit harten Auflagen, Geburtstagsrabatte bzw. geforderte Zahlungen ohne Gegenleistungen oder gar rückwirkende Auflösung von Vertragsbedingungen machen ihnen das Leben schwer. Speziell kleine Agrarbetriebe und Lebensmittelverarbeiter klagen immer wieder, dass sie von den Handelsmultis gnadenlos unter Druck gesetzt werden.

Doch damit soll es künftig ein Ende haben: **Elisabeth Köstinger**, Ministerin für Nachhaltigkeit und Tourismus, die selbst von einem kleinen Bauernhof in Kärnten stammt, ist das Thema seit Langem ein besonderes Anliegen. Deshalb soll ab nächstem Jahr eine nicht weisungsgebundene Ombudsstelle gegen unlautere Geschäftspraktiken eingerichtet werden. An diese können sich Bauern, Erzeugerorganisationen und Unternehmen anonym wenden. Niemand soll mehr Angst haben müssen, wenn er Probleme mit seinen Abnehmern anspricht, so die Intention von Köstinger, die mit der Initi-

ative „Vorreiter in Europa“ sein will. Ihr ist es gelungen, alle wesentlichen Player des heimischen Lebensmittelhandels mit ins Boot zu bekommen. Und die decken immerhin 90 Prozent des österreichischen Marktes ab. So waren bei der Unterzeichnung des Fairnesspakts neben **Rainer Will** und **Frank Hensel**, Geschäftsführer und Vizepräsident des Handelsverbands, die Supermarkt-Bosse **Marcel Haraszi**, (Rewe, sprich: Billa und Merkur), **Fritz Poppmeier** (Spar), **Horst Leitner** (Hofer), **Christian Schug** (Lidl) und **Xavier Plotitza** (Metro) dabei.

Sie alle wollen künftig Good Guys sein. Das ist schön und lobenswert, wie auch **WU-Handelsprofessor Peter Schnedlitz** konstatiert. Ob es tatsächlich hilft oder es sich nur um eine Imageaktion handelt, wird sich erst zeigen. Letztlich müssen auch die Konsumenten ihren Teil dazu beitragen, dass die kleinen bäuerlichen Produzenten einen fairen Preis für ihre Waren bekommen. Qualität kostet – und wer z. B. immer nur das billigste Fleisch kauft, braucht sich nicht wundern, dass dieses unter wenig erbaulichen Bedingungen produziert und gehandelt wird. „Geiz ist geil“-Mentalität und „Black Friday“-Einkaufswahn haben ihre Folgen. Da hilft auch kein gut gemeinter Pakt.



Was meinen Sie?
Schreiben Sie mir bitte:
fritz.guenter@news.at

Die Sicht der Dinge: **Brexit**



So sehen ihn die alten Briten



So sehen ihn die jungen Briten



So sieht ihn der Rest der EU



So sieht ihn Theresa May