

P7_TA(2013)0580

Europäischer Aktionsplan für den Einzelhandel zum Nutzen aller Beteiligten

Entschließung des Europäischen Parlaments vom 11. Dezember 2013 zu dem Europäischen Aktionsplan für den Einzelhandel zum Nutzen aller Beteiligten (2013/2093(INI))

Das Europäische Parlament,

- unter Hinweis auf die Mitteilung der Kommission vom 31. Januar 2013 mit dem Titel „Ein Europäischer Aktionsplan für den Einzelhandel“ (COM(2013)0036),
- unter Hinweis auf das Grünbuch der Kommission vom 31. Januar 2013 zu dem Thema „Unlautere Handelspraktiken in der B2B-Lieferkette für Lebensmittel und Nicht-Lebensmittel in Europa“ (COM(2013)0037),
- unter Hinweis auf den Bericht der Kommission vom 5. Juli 2010 mit dem Titel „Überwachung des Handels- und Vertriebsmarktes: Ein effizienterer und fairer Binnenmarkt in Handel und Vertrieb bis 2020“ (COM(2010)0355),
- unter Hinweis auf seine Entschließung vom 5. Juli 2011 zu mehr Effizienz und Fairness auf dem Einzelhandelsmarkt¹,
- in Kenntnis der Mitteilung der Kommission vom 22. Mai 2012 mit dem Titel „Eine europäische Verbraucheragenda für mehr Vertrauen und mehr Wachstum“ (COM(2012)0225),
- unter Hinweis auf seine Entschließung vom 11. Juni 2013 zu einer neuen Agenda für eine europäische Verbraucherpolitik²,
- unter Hinweis auf das Arbeitsdokument der Kommissionsdienststellen vom 29. Mai 2012 mit dem Titel „Verbraucherbarometer zeigt, wo die Bedingungen für die Verbraucher am besten sind: Überwachung der Integration des Binnenmarkts im Einzelhandel und die Verbrauchersituation in den einzelnen Mitgliedstaaten“ (SWD(2012)0165),
- unter Hinweis auf die Mitteilung der Kommission vom 27. November 2012 mit dem Titel „Schutz von Unternehmen vor irreführenden Vermarktungspraktiken und Gewährleistung der wirksamen Durchsetzung – Überarbeitung der Richtlinie 2006/114/EG über irreführende und vergleichende Werbung“ (COM(2012)0702),
- unter Hinweis auf seine Entschließung vom 22. Oktober 2013 zu irreführenden Vermarktungspraktiken³,
- unter Hinweis auf die Tätigkeit des Hochrangigen Forums für die Verbesserung der Funktionsweise der Lebensmittelversorgungskette und der Expertenplattform zu den Vertragspraktiken im Geschäftsverkehr der Unternehmen,

¹ ABl. C 33 E vom 5.2.2013, S. 9.

² Angenommene Texte, P7_TA(2013)0239.

³ Angenommene Texte, P7_TA(2013)0436.

- unter Hinweis auf das Konsultationspapier der Kommission vom 4. Juli 2013 mit dem Titel „Konsultation der Sozialpartner gemäß Artikel 154 AEUV zur Stärkung der Zusammenarbeit in der EU bei der Verhinderung der nicht angemeldeten Erwerbstätigkeit und entsprechenden Abschreckungsmaßnahmen“ (C(2013)4145),
- unter Hinweis auf die Mitteilung der Kommission vom 28. Oktober 2009 mit dem Titel „Die Funktionsweise der Lebensmittelversorgungskette in Europa verbessern“ (COM(2009)0591),
- unter Hinweis auf seine EntschlieÙung vom 7. September 2010 zu dem Thema „Gerechte Einnahmen für Landwirte: Die Funktionsweise der Lebensmittelversorgungskette in Europa verbessern“¹,
- unter Hinweis auf seine Erklärung vom 19. Februar 2008 zu der Untersuchung des Machtmissbrauchs durch große Supermarktketten, die in der Europäischen Union tätig sind, und zu entsprechenden AbhilfemaÙnahmen²,
- unter Hinweis auf die Mitteilung der Kommission vom 11. Januar 2012 mit dem Titel „Ein kohärenter Rahmen zur Stärkung des Vertrauens in den digitalen Binnenmarkt für elektronischen Handel und Online-Dienste“ (COM(2011) 0942),
- unter Hinweis auf seine EntschlieÙungen vom 11. Dezember 2012³ und 4. Juli 2013⁴ zur Vollendung des digitalen Binnenmarkts,
- unter Hinweis auf die Stellungnahme des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses vom 10. Juli 2013 zur Mitteilung der Kommission mit dem Titel „Ein Europäischer Aktionsplan für den Einzelhandel“⁵,
- unter Hinweis auf die Stellungnahme des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses vom 11. Juli 2013 zum Grünbuch der Kommission zu dem Thema „Unlautere Handelspraktiken in der B2B-Lieferkette für Lebensmittel und Nicht-Lebensmittel in Europa“⁶,
- unter Hinweis auf die Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher⁷,
- unter Hinweis auf die Richtlinie 2000/13/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. März 2000 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Etikettierung und Aufmachung von Lebensmitteln⁸ sowie die Werbung hierfür und die Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel⁹,

¹ ABl. C 308 E vom 20.10.2011, S. 22.

² ABl. C 184 E vom 6.8.2009, S. 23.

³ Angenommene Texte, P7_TA(2012)0468.

⁴ Angenommene Texte, P7_TA(2013)0327.

⁵ <http://www.eesc.europa.eu/?i=portal.en.int-opinions.26063>.

⁶ <http://www.eesc.europa.eu/?i=portal.en.int-opinions.26065>.

⁷ ABl. L 304 vom 22.11.2011, S. 64.

⁸ ABl. L 109 vom 06.05.2000, S. 29.

⁹ ABl. L 304 vom 22.11.2011, S. 18.

- unter Hinweis auf die Richtlinie 2006/114/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2006 über irreführende und vergleichende Werbung¹,
 - unter Hinweis auf die Richtlinie 2011/7/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. Februar 2011 zur Bekämpfung von Zahlungsverzug im Geschäftsverkehr²,
 - unter Hinweis auf die Richtlinie 2007/64/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. November 2007 über Zahlungsdienstleistungen im Binnenmarkt³,
 - gestützt auf Artikel 48 seiner Geschäftsordnung,
 - in Kenntnis des Berichts des Ausschusses für Binnenmarkt und Verbraucherschutz sowie der Stellungnahme des Ausschusses für Beschäftigung und soziale Angelegenheiten (A7-0374/2013),
- A. in der Erwägung, dass die Bedeutung des Einzelhandelsmarkts kaum überbewertet werden kann, da er 11 % des EU-BIP ausmacht und über 15 % aller Arbeitsplätze in Europa dort angesiedelt sind, wozu sowohl qualifizierte als auch unqualifizierte Arbeitskräfte gehören, und er zudem zum gesellschaftlichen Zusammenhalt beiträgt;
 - B. in der Erwägung, dass die strategische Bedeutung des Einzelhandels als eine treibende Kraft für Wachstum, Wettbewerbsfähigkeit und Innovation sowie für die Stärkung des EU-Binnenmarkts in vollem Maße anerkannt werden muss;
 - C. in der Erwägung, dass in einer Gesellschaft, die zunehmend durch virtuelle Kontakte im Internet gekennzeichnet ist, Ladengeschäfte immer noch einen Treffpunkt von Menschen bilden, und dass insbesondere Haupteinkaufsstraßen und Innenstädte sowie der direkte Verkauf durch Erzeuger einen Ort für gemeinsame Erfahrungen sowie einen Kristallisationspunkt einer lokalen Identität, eines Gemeinschaftsgefühls sowie eines gemeinsamen Kulturerbes und gemeinsamer Werte bieten können; in der Erwägung, dass elektronischer und herkömmlicher Handel sich dennoch nicht gegenseitig ausschließen, sondern sich vielmehr ergänzen;
 - D. in der Erwägung, dass die gegenwärtige Wirtschaftskrise dem Einzelhandel und insbesondere kleineren unabhängigen Läden schwer zusetzt;
 - E. in der Erwägung, dass es nach wie vor unlautere Handelspraktiken gibt, die sich auf die gesamte Lieferkette, einschließlich Landwirten und KMU, negativ auswirken; in der Erwägung, dass unlautere Handelspraktiken negative Auswirkungen auf die Interessen der Verbraucher sowie auf Wachstum und Beschäftigung haben;
1. begrüßt den Europäischen Aktionsplan für den Einzelhandel der Kommission;
 2. stellt fest, dass man bei dem Aktionsplan größeres Gewicht auf die Auswirkungen der gegenwärtigen Wirtschaftskrise auf den Einzelhandel und insbesondere auf kleinere unabhängige Läden hätte legen sollen;
 3. begrüßt die Absicht der Kommission, eine ständige Gruppe für Wettbewerbsfähigkeit im

¹ ABl. L 376 vom 27.12.06, S. 21.

² ABl. L 48 vom 23.02.11, S. 1.

³ ABl. L 319 vom 05.12.07, S. 1.

Einzelhandel einzurichten, betont aber, wie wichtig dabei eine ausgewogene Vertretung, unter anderem durch große und kleine Einzelhandelsunternehmen, Lieferanten, Genossenschaften sowie Interessengruppen der Verbraucher, des Umweltschutzes und der Gesellschaft, ist; fordert die Kommission auf, einen ganzheitlichen Ansatz für den Einzelhandel zu verfolgen, bei dem Doppelaufwand und zusätzliche Bürokratie vermieden werden, und die Kohärenz und enge Koordinierung mit anderen bestehenden Foren, wie dem jährlichen Runden Tisch für den Einzelhandel, sicherzustellen;

4. begrüßt die Einrichtung der Hochrangigen Expertengruppe zur Innovation im Einzelhandel durch die Kommission, und fordert die Kommission auf, die bald zu erwartenden Empfehlungen der Gruppe zügig zu überprüfen, um unternehmerische Initiative stärker zu fördern, Innovation anzuregen und Arbeitsplätze und Wachstum in Europa zu schaffen;
5. unterstützt den von seinem Ausschuss für Binnenmarkt und Verbraucherschutz organisierten Runden Tisch für den Einzelhandel als institutionelles Forum, um den Einzelhandel weit oben auf der politischen Agenda der EU zu belassen, den Fortschritt bei der Umsetzung relevanter Aspekte des Aktionsplans für den Einzelhandel zu überprüfen, über die Arbeit der ständigen Gruppe für Wettbewerbsfähigkeit im Einzelhandel zu berichten und über den aktuellen Stand der in anderen bestehenden Plattformen und informellen Dialogmechanismen erzielten Fortschritte zu informieren; ersucht die ständige Gruppe für Wettbewerbsfähigkeit im Einzelhandel um eine enge Zusammenarbeit mit dem Parlament bei der Veranstaltung des jährlichen Runden Tisches für den Einzelhandel;
6. fordert die Mitgliedstaaten nachdrücklich auf, keine Maßnahmen im Rahmen der Sparpolitik zu ergreifen, welche das Vertrauen der Verbraucher untergraben und unmittelbar die Interessen des Einzelhandels schädigen, wie etwa eine Mehrwertsteuererhöhung, verschiedenen Warentypen und die Neuklassifizierung von Produkten oder höhere Gebühren für Läden; weist erneut darauf hin, wie wichtig ein besserer Zugang zu Finanzmitteln insbesondere für KMU im Einzel- und Großhandel ist; begrüßt in dieser Hinsicht den Aktionsplan 2011 der Kommission und die jüngsten Gesetzesvorschläge, mit denen der Kreditfluss für KMU aufrechterhalten und ihr Zugang zu den Kapitalmärkten verbessert werden soll;
7. betont, dass die Mitgliedstaaten von diskriminierenden Maßnahmen absehen müssen, wie es Handels- und Steuergesetze sind, die nur bestimmte Wirtschaftszweige oder Geschäftsmodelle betreffen und die den Wettbewerb verzerren;
8. bedauert die Tatsache, dass einige Mitgliedstaaten ausländische Unternehmen diskriminieren, indem sie neue Hindernisse schaffen, die diesen die Niederlassung in dem jeweiligen Mitgliedstaat erschweren, was einen eindeutigen Verstoß gegen die Grundsätze des Binnenmarktes darstellt;
9. fordert die Kommission und die Mitgliedstaaten auf, dem Einzelhandelssektor als einer Säule des Binnenmarkts und des digitalen Binnenmarkts den höchsten politischen Stellenwert beizumessen sowie regulatorische, administrative und praktische Hürden zu entfernen, die den Beginn, die Weiterentwicklung und die Kontinuität der unternehmerischen Initiative bremsen und die es Einzelhändlern erschweren, vom Binnenmarkt in vollem Umfang zu profitieren; ist der Ansicht, dass sich die Rechtsvorschriften des Einzelhandelsmarktes stärker auf Fakten stützen und die Bedürfnisse der Branche berücksichtigen sollten, mit dem besonderen Schwerpunkt darauf, ihre Auswirkungen auf kleine Unternehmen zu prüfen und zu verstehen;

10. ersucht die Mitgliedstaaten, die Regeln zum Binnenmarkt kohärent und konsequent umzusetzen und die entsprechenden Regeln und Rechtsvorschriften vollständig und korrekt umzusetzen; betont, dass Auflagen für Sonderprüfungen und -anmeldungen, die Nichtanerkennung von Bescheinigungen und Normen, Beschränkungen des regionalen Angebots und ähnliche Maßnahmen zusätzliche Kosten für Verbraucher und Einzelhändler, vor allem für KMU, verursachen und auf diese Weise den Europäern eine vollständige Nutzung der Vorteile des Binnenmarkts vorenthalten; fordert die Kommission ferner auf, zur Erzielung einer besseren Ordnungspolitik eine Nulltoleranzpolitik gegenüber Mitgliedsstaaten zu praktizieren, welche die Regeln des Binnenmarkts nicht ordnungsgemäß anwenden, soweit erforderlich durch Vertragsverletzungsverfahren und durch deren Beschleunigung mittels eines Schnellverfahrens;
11. fordert, dass der Binnenmarktanzeiger dahingehend erweitert wird, dass er die Umsetzung der Dienstleistungsrichtlinie beinhaltet;
12. legt den Unternehmerverbänden und Verbrauchervereinigungen nahe, den Interessenträgern mehr Informationen, Schulungen und juristische Beratung zu ihren Rechten und den ihnen zur Verfügung stehenden Instrumenten zur Problemlösung, wie z. B. SOLVIT, bereitzustellen und untereinander den Austausch bewährter Verfahren zu fördern;
13. begrüßt die Absicht der Kommission, Instrumente zu entwickeln, die den Verbrauchern den Zugang zu transparenten, verständlichen, vergleichbaren und verlässlichen Informationen über den Preis, die Qualität und die Nachhaltigkeit von Waren und Dienstleistungen ermöglichen; fordert die Kommission auf, eine leicht zugängliche Datenbank mit allen Kennzeichnungsvorschriften der EU und der Mitgliedstaaten einzurichten; warnt zugleich vor allzu vielen Kennzeichen und Kennzeichnungsvorschriften und fordert eine Vereinfachung, indem unter anderem mehrere Aspekte der Nachhaltigkeit in einem Kennzeichen vereint und gleichzeitig die Unterschiede der nationalen obligatorischen Kennzeichnungsvorschriften verringert und gegebenenfalls gemeinsame Bezugswerte und Kriterien auf EU-Ebene festgelegt werden;
14. fordert die Kommission auf, bei der Umsetzung ihres Aktionsplans ein besonderes Augenmerk auf Maßnahmen zu legen, mit denen unabhängige Einzelhändler unterstützt werden; legt den lokalen Behörden nahe, Maßnahmen zur Erleichterung eines gleichberechtigten Zugangs und zur Schaffung gleicher Wettbewerbsbedingungen für unabhängige Einzelhändler unter vollständiger Einhaltung des freien und lautereren Wettbewerbs zu ergreifen, darunter: die Förderung des Modells der „Ladenoption“, wonach größere Einzelhändler als „Mentoren“ von kleineren Läden am selben Ort, insbesondere von neuen Marktteilnehmern, fungieren; die Förderung von Gruppen unabhängiger Einzelhändler einschließlich Genossenschaften, die sich gegenseitig unterstützen und bestimmte Skaleneffekte nutzen, jedoch dabei ihre volle Unabhängigkeit bewahren; und die Respektierung des Rechts lokaler und regionaler Behörden, Anreize für Rahmenbedingungen zu schaffen, die günstig für kleine unabhängige Läden sind, welche sich für gewöhnlich in der Innenstadt niederlassen, indem man die Energiepreise (unter anderem für nächtliche Leuchtreklame) und Mieten mittels öffentlich-privater Partnerschaften senkt, im Einklang mit den geltenden EU-Wettbewerbsregeln für staatliche Beihilfen und den Binnenmarktregeln für die öffentliche Auftragsvergabe ermäßigte lokale Gebühren für kleine Unternehmen und unabhängige Einzelhändler gewährt sowie die Zusammenarbeit zwischen den Läden eines Einkaufsviertels fördert;

15. weist darauf hin, dass die Konzentration von Läden vor den Toren der Stadt zwar für einige Verbraucher von Nutzen sein kann, dass dies aber auch umweltschädlich und für andere Verbraucher, insbesondere für ältere Personen sowie Personen mit eingeschränkter Mobilität oder ohne Auto, ein Problem darstellen kann; fordert daher die lokalen und regionalen Behörden auf, einen ausgewogenen Ansatz zu verfolgen und außerdem zu berücksichtigen, dass in vielen Regionen vor allem angesichts der Wirtschaftskrise der Sättigungspunkt bereits erreicht worden ist; betont, dass Erschließungsunternehmen im Einzelhandel weiterhin die gemeinsame Verantwortung tragen sollten, wenn es um die Förderung der Nachhaltigkeit, eine echte Wahlfreiheit für Verbraucher und den Marktzugang von kleinen Läden geht; verweist darauf, dass die Mieten in Einkaufszentren in den Außenbezirken für kleinere, unabhängige Läden zu hoch sein können, und betont die Notwendigkeit, im Interesse dieser Läden für gleiche Wettbewerbsbedingungen zu sorgen, zum Beispiel indem sich die Miete an einem Prozentsatz des Umsatzes orientiert, sofern dies nicht bereits gängige Praxis ist;
16. bestätigt die Zuständigkeit lokaler Behörden für die Stadtplanung; betont jedoch, dass die Stadtplanung nicht als Vorwand genutzt werden sollte, um das Recht auf freie Niederlassung zu umgehen; weist in diesem Zusammenhang auf die wichtige Bedeutung einer ordnungsgemäßen Durchsetzung der Dienstleistungsrichtlinie hin; fordert die Mitgliedstaaten nachdrücklich auf, Hemmnisse des freien Verkehrs zu beseitigen und ihre Märkte zu öffnen, um den Wettbewerb anzuregen und eine Vielfalt von Läden zu fördern, die für die Attraktivität von Einkaufsvierteln, insbesondere in den Innenstädten, von wesentlicher Bedeutung sind;
17. betont die wichtige Rolle der öffentlich-privaten Partnerschaften zur Sicherstellung von sauberen, sicheren und zugänglichen Einkaufsvierteln, indem sie sich unter anderem mit den negativen Auswirkungen leerstehender Gebäude in Einkaufsvierteln befassen und diese zum Beispiel Unternehmensgründern zu niedrigeren als den üblichen Mieten zur Verfügung stellen, unter Einhaltung der geltenden EU-Regeln für staatliche Beihilfen und öffentliche Auftragsvergabe;
18. stellt fest, dass die rapide Entwicklung des Internethandels in Bezug auf Innovation, neue Marktchancen und Wachstum, eine verbesserte Auswahl, mehr Wettbewerb und niedrigere Preise erhebliche Vorteile für Verbraucher und Unternehmen mit sich gebracht hat; stellt jedoch auch fest, dass Läden heutzutage vor neue Herausforderungen gestellt werden, weshalb Einzelhandelsstrategien mit verschiedenen Absatzwegen so wichtig sind; ermutigt Einzelhändler, angesichts der gesellschaftlichen und kulturellen Rolle des Einzelhandels, innovative Technologien voll auszuschöpfen und neue Geschäftsmodelle für ihren Online-Kundenstamm zu entwickeln, bei gleichzeitiger Erweiterung des Einkaufserlebnisses in herkömmlichen Läden, indem unter anderem der Leistungsumfang vor und nach dem Kauf erweitert wird;
19. begrüßt die Absicht der Kommission, Internethandel zu fördern; bedauert jedoch, dass nicht das Ziel verfolgt wird, Online-Dienste und Waren Verbrauchern aus allen Ländern der EU zugänglich zu machen; fordert die Kommission auf, eine Strategie vorzuschlagen, um Händler davon abzuhalten, bei ihrem Internethandel diskriminierende Methoden anzuwenden, und damit sicherzustellen, dass alle Bürgerinnen und Bürger der EU uneingeschränkten Zugang zu grenzüberschreitendem Internethandel haben;
20. betont, dass Internethandel wichtig ist, um die Wahlmöglichkeiten der Verbraucher und den

Zugang zu Dienstleistungen und Waren vor allem in abgelegenen Gegenden sicherzustellen; hebt hervor, dass geeignete Maßnahmen ergriffen werden müssen, um sein volles Potenzial zu entwickeln, darunter die Verbesserung des Zugangs zum Internet in den abgelegensten Gegenden der Europäischen Union; unterstützt die Maßnahmen, die in der Mitteilung der Kommission vom 11. Januar 2012 zum Internethandel gefordert werden, um das Vertrauen zu stärken, die grenzüberschreitende Anmeldung von Domains zu vereinfachen, sichere Online-Zahlung und Zustelldienste zu verbessern, die grenzüberschreitende Eintreibung von Forderungen zu erleichtern und die Information der Verbraucher über ihre Rechte zu verbessern, insbesondere was das Widerrufsrecht und die Reklamationsmöglichkeiten betrifft;

21. hebt die Beseitigung der Hindernisse, (darunter Sprach- und Verwaltungsbarrieren und mangelnde Informationen), die das unternehmerische Potenzial im grenzüberschreitenden Online-Handel eingrenzen und das Vertrauen der Verbraucher in den Binnenmarkt untergraben, als wichtig hervor;
22. begrüßt den Vorschlag der Kommission zur multilateralen Austauschgebühr und betont, wie wichtig es ist, Regelungen von Kartenunternehmen aufzuheben, welche die wettbewerbsschädigenden Auswirkungen multilateraler Austauschgebühren verstärken; fordert die Kommission nachdrücklich auf, Mitgliedstaaten zu unterstützen, die bereits transparente, wettbewerbsfähige und innovative Zahlungssysteme haben, und diese bei der weiteren Entwicklung eines günstigeren und faireren Zahlungsverkehrsmarkts in Europa als bewährte Verfahren zu nutzen;
23. hebt die Verantwortung des Einzelhandels für Nachhaltigkeit hervor; begrüßt es, dass Einzelhändler und Lieferanten in vorderster Reihe stehen, wenn es um Umweltbewusstsein und speziell um Abfälle, Energieverbrauch, Transport und Senkung von CO₂-Emissionen geht; erachtet weitere Anstrengungen auf diesem Gebiet für notwendig;
24. begrüßt insbesondere die freiwilligen Initiativen und das Engagement von Einzelhändlern und Lieferanten zur Verringerung der Lebensmittelverschwendung;
25. betont, wie wichtig es ist, den Einzelhandelssektor auf öffentlichem Grund aufrecht zu erhalten, da dieser überwiegend aus Tausenden kleiner Familienbetriebe besteht und gleichzeitig ein besonderes Merkmal der europäischen Wirtschaft darstellt;
26. weist darauf hin, dass Einzelhändler vielfältige und zeitgemäße Formen des Kaufs und Verkaufs von Waren und Dienstleistungen bieten, die zu größeren Wahlmöglichkeiten für Verbraucher und zu flexiblen Beschäftigungsmöglichkeiten, insbesondere für junge Menschen und die Langzeitarbeitslosen, beitragen;
27. fordert, dass KMU und Genossenschaften, insbesondere diejenigen, die innovativ sind, einen Beitrag zur sozialen Marktwirtschaft leisten, auf neue Marktbedürfnisse eingehen und an umweltfreundlichen und sozial verantwortlichen Aktivitäten mitwirken, vermehrt unterstützt und gefördert werden, damit die Wettbewerbsfähigkeit des EU-Einzelhandelssektor gesteigert, die Verbraucherpreise gesenkt, die Qualität der Dienstleistungen verbessert und neue Arbeitsplätze geschaffen werden;
28. hebt eine sorgfältige Durchführung des geltenden Sozial- und Arbeitsrechts als wichtig hervor; verlangt, dass für Gewerbetreibende im Binnenmarkt gleiche Bedingungen gelten, um Schwarzarbeit sowie Steuerhinterziehung und Sozialbetrug zu bekämpfen;

29. begrüßt Franchising als ein Geschäftsmodell, das neue Unternehmen sowie das Eigentum an kleinen Unternehmen fördert; stellt jedoch fest, dass es in bestimmten Fällen unlautere Vertragsbedingungen gibt, und fordert daher transparente und faire Verträge; weist insbesondere die Kommission und die Mitgliedstaaten auf die Probleme von Franchisenehmern hin, die ihr Geschäft verkaufen oder ihr Geschäftskonzept verändern möchten, gleichzeitig aber im selben Sektor tätig bleiben wollen; fordert die Kommission auf, das Verbot von Preisbindungsmechanismen bei Franchisesystemen sowie die Auswirkungen von langfristigen Wettbewerbsklauseln, Kaufoptionen und dem Multi-Franchising-Verbot zu untersuchen und dementsprechend die derzeitige Ausnahme von den Wettbewerbsregeln für Vertragsparteien mit einem Marktanteil von weniger als 30 Prozent zu überdenken;
30. ist besorgt über die rapide Entwicklung von Eigenmarken; betont, dass Eigenmarken so aufgebaut werden sollten, dass sie eine verbesserte Auswahl für die Verbraucher bewirken – besonders was Transparenz, Informationsqualität und Vielfalt angeht – und den KMU eindeutige Innovations- und Expansionsmöglichkeiten eröffnen;
31. unterstützt die Tätigkeit des Hochrangigen Forums für die Verbesserung der Funktionsweise der Lebensmittelversorgungskette und ihrer Expertenplattform zu den Vertragspraktiken im Geschäftsverkehr der Unternehmen; ist der Ansicht, dass das Parlament die ausstehenden Fragen in Bezug auf seine Beteiligung an der Tätigkeit des Forums dringend lösen sollte; betont, dass unlautere Handelspraktiken auch in der Lieferkette für Nicht-Lebensmittel auftreten; fordert die Kommission und die Unternehmensverbände daher auf, einen konstruktiven und branchenübergreifenden Dialog in den bestehenden Foren zu verfolgen, darunter auch beim jährlichen Runden Tisch für den Einzelhandel und in der in Kürze entstehenden Arbeitsgruppe für Wettbewerbsfähigkeit der Kommission;
32. begrüßt die Grundsätze bewährter Verfahrensweisen und die Liste mit Beispielen von fairen und unfairen Praktiken bei vertikalen Handelsbeziehungen in der Lebensmittellieferkette sowie den Rahmen für die Umsetzung und Durchsetzung dieser Grundsätze; begrüßt die Anerkennung seitens der Berufsverbände der Notwendigkeit einer Durchsetzung und betont, dass es, wenn ein Durchsetzungsmechanismus eine praktische Wirkung entfalten soll, unverzichtbar ist, dass sich alle Akteure der Lebensmittellieferkette an ihn halten und dass sich alle daran beteiligen, einschließlich der Bauernverbände sowie der Erzeuger- und Großhandelsbranchen; fordert die Kommission auf, die praktische Wirkung der freiwilligen Initiative einschließlich der Einführung der Grundsätze der bewährten Praxis innerhalb von einem Jahr nach Inkrafttreten zu überprüfen;
33. stellt fest, dass Probleme in Bezug auf vertikale Handelsbeziehungen auch im Zusammenhang mit selektiven Vertriebsvereinbarungen und Alleinvertriebsvereinbarungen im Einzelhandel mit Markenwaren aufkommen; fordert die Kommission und die Mitgliedstaaten daher auf, die Rechte der Einzelhändler und Ladenbesitzer mit stärker eingeschränkter Verhandlungsmacht zu schützen;
34. ist der Ansicht, dass es für schwächere Marktteilnehmer, insbesondere für Landwirte und Lieferanten, oftmals schwierig ist, sich über unlautere Handelspraktiken zu beschweren, und hebt in diesem Zusammenhang die wichtige Rolle von Verbänden hervor, die in der Lage sein sollten, solche Beschwerden für diese schwächeren Marktteilnehmer einzulegen, ersucht die Kommission, zu untersuchen, ob Bedarf an und die Möglichkeit einer

Beschwerde- oder Schiedsstelle besteht, die befugt sein sollte, bei nachweislich unlauteren Handelspraktiken von Amts wegen Maßnahmen zu ergreifen;

35. fordert die Kommission auf, dafür Sorge zu tragen, dass kleine Zulieferer das Recht haben, Erzeugervereinigungen zu gründen, ohne von den nationalen Wettbewerbshütern bestraft zu werden, die die Bedeutung dieser Vereinigungen lediglich auf der Grundlage der nationalen Produktion beurteilen;
36. fordert die Kommission auf, die derzeit geltenden Rechtsvorschriften zu territorialen Lieferbeschränkungen von Lieferanten gegenüber ihren Kunden durchzusetzen;
37. beauftragt seinen Präsidenten, diese EntschlieÙung dem Rat und der Kommission sowie den Regierungen und Parlamenten der Mitgliedstaaten zu übermitteln.