**Überlegungen zur Exklusivität von Produkten**

Januar 2020

Achtung: bitte lassen sie sich von einem im Wettbewerbsrecht kompetenten Anwalt beraten. Für die Ausführungen unten wird keine Haftung übernommen!

Regionale Spezialitäten als Alleinstellungsmerkmal

Hilfreich und wünschenswert für regionale Kooperationen wäre, bestimmte Produkte exklusiv in den Verkaufsstellen der eigenen Läden oder der Partner-Läden zu vertreiben.

Wenn Erzeugnisse unter dem Logo der Kooperative vermarktet werden, lassen sich dafür die Vertriebswege fest legen. Nur bedingt lässt sich aber der Vertrieb von Erzeugnissen von Partnerbetrieben auch an Mitbewerber verhindern.

Achtung: Kartellrecht

Das Kartellrecht erschwert Exklusivität von Produkten und Absprachen zu Preisen und Mengen insbesondere über die Wertschöpfungskette, weil es darin eine Benachteiligung von Verbrauchern wegen zu hoher Preise befürchtet.

Gerade wenn über 15% oder sogar 40% (und damit marktbeherrschender) Marktanteil im jeweiligen Marktsegment erreicht wird, kann dies zu Schwierigkeiten führen.

Gemäß Gesetz dürfen keine Preisabsprachen, Mengenabsprachen und kein Ausschluss von Mitbewerbern erfolgen.

Aufbauphase: alte Handelsbeziehungen bestehen schon

Weiterhin ist anzutreffen, dass beim Aufbau von regionalen Wertschöpfungsketten-Partnerschaften schon existierende Vertriebswege der neuen Partnerbetriebe vorhanden sind. Denn überwiegend werden diese schon vor der Gründung im Markt tätig sein und LEH und Bio-Fachhandel schon beliefern. Es ist sowohl für die Partnerbetriebe, als auch rechtlich schwierig, exklusive Belieferung zu verlangen.

Kann es gelingen, auch ohne Exklusivität bei Produkten erfolgreich zu sein?

Wenn das Argument exklusiver Produkte wegfällt, werden andere Themen umso wichtiger: faire Erzeugerpreise, bei Genossenschaften das gemeinsames Eigentum an der Kooperative statt Konzernstrukturen, und/oder die Gemeinwohlorientierung. Gerade wenn bei letzterer deutlich wird, dass diese nicht von der Marketingabteilung vorangetrieben wird, sondern aus Überzeugung zum Beispiel regionale Ernährungsbildung ermöglicht wird, könnte dies bei Verbrauchern anerkannt werden.