

Bauern oder Lebensmittelkonzerne – wer hat das Sagen?

Marktkonzentration und ihre Auswirkungen auf den Agrar- und Nahrungsmittelsektor und die Politik in der EU

Marita Wiggerthale und Alexandra Strickner

Die Reform der Europäischen Agrarpolitik (Gemeinsame Agrarpolitik – GAP) steht im Jahr 2008 ganz oben auf der politischen Agenda. Im Visier sind dabei insbesondere die hohen Subventionszahlungen an große Lebensmittelkonzerne, Adelige und reiche Bauern. Schlagzeilen wie »Volle Töpfe für die Großen«, »Die dickste Kohle für die reichsten Bauern« und »Milliarden für Millionäre« machen deutlich: Die jetzige Verteilung der Agrarsubventionen spielt den Großen in die Hände und benachteiligt bäuerliche Betriebe.

Während in Berlin, Paris, London und Brüssel über Subventionskürzungen bei Spitzenempfängern gestritten wird, werden die Veränderungen in den Produktions- und Vermarktungsstrukturen genauso ausgeblendet wie die Brüsseler Agrar-Agenda in der globalisierten Welt. Wichtige Akteure bleiben bei der Bewertung der EU-Agrarreformprozesse außen vor. In wessen Interesse eigentlich in Brüssel verhandelt wird, bleibt weitestgehend verborgen. Mit diesem Beitrag sollen die Strukturen der internationalen und europäischen Agrar- und Lebensmittelmärkte und ihre Entwicklungstrends skizziert und in den Kontext der jetzigen Reformdiskussion gestellt werden.

Die Marktmacht der mächtigen Konzerne

Die EU ist weltweit der größte Exporteur. Die EU-25 hat einen Anteil von 18% bei Waren, von 28% bei Dienstleistungen¹ sowie von 20,8% bei Lebensmitteln und Getränken (CIAA 2007). Beim Export von verarbeiteten Lebensmitteln beträgt der Anteil gar 46%. Zu den Hauptprodukten zählen dabei unter anderem Milchprodukte (75% Weltmarktanteil), Getreide (47%), Zucker (36%) (COM 2007) und Schweinefleisch (29%)². Im Gegensatz zu den USA importiert die EU hauptsächlich Rohprodukte und exportiert mehrheitlich verarbeitete Lebensmittel.

Angesichts der dominanten Position der EU im internationalen Handel mit Lebensmitteln und Getränken gehören europäische Lebensmittelkonzerne zu den »Big Playern«. Zu den Top 30 der Welt gehören neben den US-Konzernen Cargill, PepsiCo, Kraft Foods und ADM neun Europäer, darunter Nestlé (1), Unilever (6), Danone (11), InBev (12), Cadbury Schweppes (17), Heineken (23) und Lactalis (25) (CIAA 2007, 22). Die großen Lebensmittelkonzerne sind bereits seit langem auf Expansionskurs und von daher sehr stark internationalisiert. Dies spiegelt sich auch in den ausländischen Direktinvestitionen wider: In Asien wuchsen sie im Zeitraum von 1988 – 1997 von 743 Mio. US\$ auf mehr als 2,1 Mrd. US\$, und in Lateinamerika von 222 Mio. US\$ auf 3,3 Mrd. US\$ (FAO 2005). Die Marktkonzentration bei verpackten Lebensmitteln ist insgesamt relativ niedrig. Die Top 20 kontrollieren 21% des Weltmarktes (Vander Stichele/ Van der Wal 2006, 36).

Dabei ist die Konsolidierung in der ersten Verarbeitungsstufe bereits erheblich fortgeschritten. Drei der neun weltweit größten Öl und Fette verarbeitenden Konzerne haben ihren Sitz in der EU. Unilever, Montedison SPA (Italien) und Raisio Group (Finnland) verfügen allein über einen Marktanteil von 22%.³ Im globalen Getreidemarkt haben vier Konzerne das Sagen: Cargill, Louis Dreyfus, ADM und Bunge kontrollieren 73% des Marktes (COM 2007, 34). Eine hohe Marktkonzentration ist ebenso bei der Herstellung von Stärke zu verzeichnen. Die vier größten Konzerne in der EU haben einen Marktanteil von 81% und in den USA von 87%. Für kleinere und mittlere Unternehmen bleibt praktisch kein Platz mehr.

In einzelnen Produktbereichen wie zum Beispiel Milch, Schwein, Geflügel, Rind oder Obst- und Gemüse gibt es keine vergleichbare Marktkonzentration in der EU. Allerdings machen große Lebensmittelkonzerne 51,6% des Umsatzes der Ernährungsindustrie, obwohl sie nur 0,9% der europäischen Lebensmittel- und Getränkeunternehmen darstellen. Gleichwohl schreitet der Konzentrationsprozess unaufhörlich voran. Die vier größten Schweineschlachter – Danish Crown, Vion, Tönnies und Westfleisch – kommen beispielsweise europaweit bereits auf einen Marktanteil von 23,2%. Die Liste der Top 10 Geflügelschlachter wird von französischen Unternehmen dominiert, der größte unter ihnen, die Gruppe Doux, hat einen Marktanteil von 5% in der EU. Bei Rindfleisch führt Vion mit einem Anteil von 4,5% innerhalb der EU. Auf nationaler Ebene ist die Konzentration jedoch bereits weiter fortgeschritten: So kommen beispielsweise in Deutschland die drei größten Schweineschlachter Tönnies, Vion und Westfleisch auf einen Marktanteil von 50%.⁴

Im Obst- und Gemüsebereich sind neben den führenden Konzernen Dole, Chiquita und Del Monte sowie Nestlé und Unilever viele kleinere Unternehmen tätig. Insbesondere die belgische Univeg-Gruppe, derzeit auf Platz 2 in Europa, und Fyffes (Platz 3) haben in den letzten Jahren ihren Marktanteil durch Übernahmen ausgebaut (Wiggerthale 2008, 47). Bei Milchprodukten ist Europa führend mit zehn Molkereien unter den Top 20 der Welt. Dazu zählen Danone (4), Arla (5), Lactalis (7), Unilever (9), Friesland (10), Bongrain (11), Campina (13), Parmalat (15), Humana Milchunion (17) und Nordmilch (20). Danone, Arla und Friesland kooperieren mit der neuseeländischen Molkerei Fonterra (6), die ein Billiglieferant von Milchpulver ist.

Lebensmittelmärkte im Umbruch: Wie alte Akteure sich neu positionieren

In den 1990er Jahren begann die Expansion der Supermärkte international. Europäische Supermarktketten wie Carrefour, Tesco, Metro und Ahold ließen sich in Lateinamerika, Osteuropa und in Asien nieder. Zeitgleich waren die Discounter mit ihrer aggressiven Preispolitik in Deutschland und später in Europa auf dem Vormarsch. Kein Akteur hat in den letzten 10 Jahren die Lebensmittelmärkte derart verändert, wie die Discounter in Europa und die Supermarktketten international. Verarbeitete Lebensmittel machen 50–70% der Verkäufe von Supermärkten aus (Reardon et al., 56). Folglich wirken sich Neuerungen in der Logistik, der Bestandsführung und der Beschaffung unmittelbar auf die Unternehmensaktivitäten der Ernährungsindustrie aus.

Der Einkauf der Supermärkte wird zunehmend neu ausgerichtet. Das Stichwort lautet Optimierung der Lieferkette. Das heißt, der Einkauf wird gebündelt, zentralisierte Verteilungszentren werden eingerichtet, Verträge werden zunehmend direkt mit den Erzeugern beziehungsweise den Importeuren abgeschlossen, hohe Quali-

tätsanforderungen werden vorgegeben und strikt kontrolliert (ibid, 48-50). Gleichzeitig wird die Beschaffung internationalisiert, globale Handelsknotenpunkte werden gebildet und die Zusammenarbeit mit spezialisierten Großhändlern insbesondere regional verstärkt (Wiggerthale 2007, 18-19). Um ihren Marktanteil auszubauen, setzen Supermärkte zudem zunehmend auf Eigenmarken. Ihr Anteil beträgt bei verpackten Lebensmitteln weltweit derzeit 12% (Vander Stichele/ van der Wal, 2006, 41). Eigenmarken tragen zur sich wandelnden Dynamik innerhalb der Ernährungsindustrie bei, bei der die Supermärkte eine zunehmend machtvolle Rolle einnehmen. Es ist kaum nachzuvollziehen, wer die Zulieferer bzw. Produzenten der Eigenmarken-Lebensmittel sind.

Für kleinere Lebensmittel verarbeitende Unternehmen ist es schwer, ein Zulieferer von Supermärkten daheim oder im Ausland zu werden. Die Nachfrage nach großen Mengen, hoher Qualität und Sicherheit, Rückverfolgbarkeit, kontinuierliche Belieferung sowie die Anwendung unfairer Wettbewerbspraktiken stellen hohe Hürden dar. Aber selbst für mittlere und große Lebensmittelunternehmen stellen diese Anforderungen eine Herausforderung dar. Um ihre Position am Markt zu sichern, setzen sie unterschiedliche Strategien ein: Einkauf billigerer Rohstoffe, Fusionen & Übernahmen, höhere Lebensmittelstandards und Zollabbau, um neue Märkte zu erschließen.

Die Expansion der Discounter und der Supermarktketten geht mit einer steigenden Konzentration im Lebensmittelhandel einher. Die 30 größten Supermarktketten weltweit kontrollieren heute rund 33% der weltweiten Lebensmittelverkäufe (ETC Group 2005, 7). Auch in Europa nimmt die Konzentration stetig zu. In vielen europäischen Ländern haben die fünf größten Supermärkte einen Anteil von 70–90%.⁵ In Deutschland gab es beispielsweise 1999 noch acht große Handelsketten, die gemeinsam über einen Marktanteil von 70 Prozent verfügten. Heute teilen sich die fünf führenden Vollsortimenter und Discounter 90 Prozent des Marktes.⁶ Je größer dabei der Marktanteil, umso mehr kann auch die Einkaufsmacht gegenüber den Lieferanten ausgespielt werden. Den Lieferanten – auch in der Ernährungsindustrie – und Erzeugern bleibt häufig nichts anderes übrig, als die Preis-, Qualitäts- und Liefervorgaben des Einzelhandels zu akzeptieren.

Das Voranschreiten der Supermärkte und die steigende Marktkonzentration verleihen dem kapitalintensiven »*Business Modell*« der Supermärkte eine immer größere Durchschlagkraft. Es beruht auf den »Säulen« der Ertragsmaximierung, der größtmöglichen Preiseffizienz, der Just-In-Time-Lieferung von Lebensmitteln in gewünschter Menge und Qualität und der lückenlosen, strikten Kontrolle der von ihnen festgelegten Standards. Die damit einhergehende Industrialisierung entlang der gesamten Wertschöpfungskette bringt die Förderung bzw. Forcierung einer Landwirtschaft mit sich, die auf kapital- und inputintensive Massenproduktion sowie die Erreichung von Höchstserträgen ausgerichtet ist. Die sozialen und ökologischen Kosten werden externalisiert, Risiken werden auf die Zulieferer abgewälzt.

Ist Marktmacht gut für VerbraucherInnen und schlecht für ProduzentInnen?

VerbraucherInnen werden gemeinhin als GewinnerInnen einer »modernen, wettbewerbsfähigen Landwirtschaft« dargestellt. Ganz nach dem Motto, je niedriger die Preise, desto besser für die VerbraucherInnen. Dabei wird häufig der Interessensge-

gensatz zwischen VerbraucherInnen und ProduzentInnen angeführt: Faire Erzeugerpreise sind demnach nicht im Interesse der VerbraucherInnen. Die Industrialisierung der Landwirtschaft, vorangetrieben von den Supermärkten und den großen Lebensmittelkonzernen, schadet jedoch nicht nur den bäuerlichen ProduzentInnen, sondern am Ende auch den VerbraucherInnen.

In einigen europäischen Ländern zeichnet sich bereits der Trend ab, dass die Schere zwischen dem, was die Bauern/Bäuerinnen erhalten und die VerbraucherInnen im Supermarkt bezahlen, immer weiter auseinandergeht. In Spanien sind nach Angaben der COAG beispielsweise die Produzentenpreise bei Klementinen um 8% und bei grünen Paprika um 10% gesunken, während die Preise in den Supermärkten bei Klementinen gleich blieben und bei grünen Paprika sogar um 12% stiegen (Farquhar/ Whateley 2006). Die Entwicklung der Milchpreise in Schottland zeigt, dass die Handelsmarge, die die Supermärkte am Verkaufspreis abschöpfen, immer größer wird. Dort wo ein Überangebot – wie beispielsweise Milch – besteht und politisch befördert wird, haben die Supermärkte ohnehin eine günstigere Verhandlungsposition vis-à-vis den Zulieferern und bäuerlichen Produzenten.

Aber auch in den Ländern, in denen der Konkurrenzkampf nicht nur den Bauern/Bäuerinnen, sondern auch den VerbraucherInnen niedrige Preise beschert, kommt die retrograde Preiskalkulation der Supermärkte zum Tragen: Vom anvisierten Ladenpreis ausgehend wird der Lieferantenpreis festgesetzt. So bestimmt nicht die Qualität den Preis, sondern der Preis die Qualität. Aber auch die von den Discountern vorangetriebene Politik der »niedrigen Preise« bewirkt, dass die Qualität der Lebensmittel immer weiter unter die Räder kommt. Dies trifft nicht nur für die geschmackliche Qualität zu, sondern auch für den Nährwert. Dieser ist beispielsweise bei Milch höher, wenn Grünfutter verwendet wird.⁷

Preise sagen immer weniger über die »wahren Produktions-Kosten« aus, ganz zu schweigen von den sozialen und ökologischen Kosten, die nicht berücksichtigt werden. Die im Lebensmittelhandel gängige Praxis, Kosten auf die Lieferanten abzuwälzen, führt darüber hinaus zu verschleiertem Dumping. Verbraucher/innen verlieren immer mehr die Möglichkeit zur Einschätzung, zu welchen Preisen eine Erzeugung überhaupt möglich ist.⁸ Das zunehmende Angebot von Eigenmarken verschlechtert zudem die Transparenz in der Produktionskette.

Die bäuerlichen ProduzentInnen und LandarbeiterInnen stellen als »Preisnehmer« das schwächste Glied in der Produktionskette dar. Analysen der Marktmacht der Supermärkte aus Großbritannien ergeben: je höher der Marktanteil desto niedriger die Preise für die Zulieferer bzw. Produzenten. Der zu verzeichnende Trend »nicht kostendeckender Preise« wird aber nicht nur durch die zunehmende Marktkonzentration der Supermärkte – und der Ernährungsindustrie – befördert, sondern auch durch den Abbau des Außenschutzes, die politisch motivierte Steigerung des Überangebots und die Verteilung der Agrarsubventionen. In jüngster Zeit hielt darüber hinaus die Entwicklung der Produzentenpreise nicht mit dem Anstieg der Produktionskosten bedingt durch höhere Erdölpreise und steigende Pachtpreise für Land (Flächenkonkurrenz zwischen Agrartreibstoffen und Lebensmittelproduktion) mit. Bäuerliche Betriebe bleiben so immer mehr auf der Strecke. Die Industrialisierung entlang der gesamten Wertschöpfungskette im Lebensmittelbereich treibt jedoch nicht nur das Höfesterben voran, sie schadet auch der Umwelt und bringt Arbeitsplatzverluste in der Landwirtschaft und in der Lebensmittelwirtschaft mit sich.

Agrobusiness Macht Agrarpolitik

Die europäische Ernährungsindustrie ist mit einem Umsatz von 850 Mrd. Euro der größte verarbeitende Sektor in der EU (Anteil von 14%; CIAA 2007, 4). Sie bezieht 70% ihrer landwirtschaftlichen Rohstoffe für die Weiterverarbeitung vom internen Markt (Wiggerthale 2005, 4). Entsprechend ist für sie die Reform der Europäischen Agrarpolitik von großer Bedeutung. Das oberste Ziel der Ernährungsindustrie und der EU-Kommission (Lissabon-Agenda) ist die Sicherung und Verbesserung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit des Lebensmittelsektors. Wesentliche Grundvoraussetzung dafür ist, dass landwirtschaftliche Rohstoffe, die einen großen Teil des Endprodukts ausmachen können, zu wettbewerbsfähigen d. h. niedrigen Preisen verfügbar sind (CIAA 2005, 1). Angesichts der niedrigen Wachstumsraten innerhalb der EU, hat die Ernährungsindustrie vor allem die Wachstumsmärkte in den Schwellenländern im Blick. Dies trifft insbesondere für die Europäische Milchindustrie zu, die als Folge der von ihr vorangetriebenen Abschaffung der Milchquote Probleme beim Absatz der zusätzlich produzierten Überschüsse befürchtet.⁹ Die Reform der Agrarpolitik geht hier Hand in Hand mit der aggressiven Liberalisierungsagenda »Global Europe«, die von der Kommission im Oktober 2006 vorgestellt wurde.

Im Kern sind also niedrige Preise das Ziel der Ernährungsindustrie, wenn es um die Reform der Europäischen Agrarpolitik geht. Die internen Marktpreise sollen nach und nach auf Weltmarktpreisniveau gebracht werden. Dies geschieht durch die Förderung leistungsstarker Betriebe bzw. die Reduzierung ihrer Produktionskosten (Direktzahlungen, Investitionsförderung), die Reduzierung der Preisstützung und die Ausweitung des Angebots (z. B. Abschaffung der Milchquote). Vor allem die erste Säule, insbesondere die Direktzahlungen, sind für die »nachhaltige Produktion von landwirtschaftlichen Rohstoffen« von besonderer Bedeutung. Sie soll eine »wettbewerbsfähige, marktorientierte und nachhaltige Landwirtschaft« gewährleisten. Die zweite Säule soll in dem Maße gestärkt werden, wie sie die Wettbewerbsfähigkeit der Ernährungsindustrie unterstützt (CIAA 2008, 3). Die schnelle Abschaffung der Exportsubventionen wird hingegen torpediert (ibid). Diese sollen nicht ohne Not und zu schnell aufgegeben werden. Als »Instrument für alle Notfälle« ist die strategische Bedeutung der Exportsubventionen unabhängig von ihrer Höhe nicht zu unterschätzen.

Die Veröffentlichung der Empfänger der EU-Agrarsubventionen durch Nichtregierungsorganisationen (siehe z. B. www.wer-profitiert.de) in den letzten Jahren hat gezeigt, dass Großbauern, große Lebensmittelkonzerne und Agrarexporteure zu den Spitzenempfängern gehören. Die Masse der kleinen landwirtschaftlichen Betriebe erhält einen verschwindend geringen Teil der Fördergelder.

Der Dachverband der europäischen Ernährungs- und Getränkeindustrie (CIAA) ist ein sehr einflussreicher Lobbyverband für die Interessen der Lebensmittel verarbeitenden Industrie. Dies spiegelt sich auch in Aussagen der Kommission wider, die von »exzellenten Beziehungen« und einer »Fünf-Sterne-Behandlung« spricht, wenn es um die Ernährungsindustrie geht. Es wird ein intensiver Austausch gepflegt, ob über Email, Telefon oder Treffen auf allen Ebenen. Der Kontakt mit dem Kabinett Barroso erfolgt genauso problemlos wie die Vereinbarung von Treffen mit Agrarkommissarin Fischer Boel. Die vorherige Einsicht in Gesetzesvorschläge ist gang und gebe. Selbst bei originären Kommissionsaufgaben entflucht den Vertretern der Ernährungs-

dustrie das »wir«. Kein Wunder, dass der CIAA ohne Probleme die Kommissions-Mitteilung zum Gesundheitscheck willkommen heißen kann. Ihre Handschrift ist in den Kommissions-Texten deutlich wiederzufinden.

Resümee und Ausblick für eine andere europäische Agrarpolitik

Die gegenwärtigen Produktions- und Machtstrukturen im Agrar- und Lebensmittelsektor in Europa haben in den vergangenen Jahren die Ausweitung des agro-industriellen Produktions- und Konsummodells in Europa und global vorangetrieben. Die Interessen der exportorientierten Lebensmittelkonzerne, bestimmen heute die Ausrichtung für die GAP. So mag die Ausweitung der landwirtschaftlichen Produktion in Europa – u. a. durch die Abschaffung der Flächenstilllegung oder der Milchquoten angesichts der Explosion der Lebensmittelpreise auf einen ersten Blick »logisch« erscheinen, da mehr Produktion letztlich zu sinkenden Preisen für europäische KonsumentInnen führen sollte. Genau diese Vorschläge kommen jedoch von Milch verarbeitenden Konzernen und Großbauern, die in erster Linie das Wachstum ihrer Weltmarktanteile – insbesondere in Schwellenländern wie China oder Indien – im Blick haben. Das Sinken der Marktpreise für Milch innerhalb Europas wird in der Konsequenz diesen exportorientierten Unternehmen weitere Profite beschern, während es zu weiteren Konzentrationen in der Milchproduktion kommen wird. Die VerliererInnen dieser Politik werden einmal mehr kleine MilchproduzentInnen sein, die unter diesen Rahmenbedingungen nicht mehr kostendeckend produzieren können, die europäischen KonsumentInnen, an die ein gesunkener Milchpreis für die ProduzentInnen kaum weitergegeben wird und die Umwelt.

Angesichts der aktuellen Machtstrukturen im Agrar- und Lebensmittelsektor und des Einflusses der Agrar- und Lebensmittelkonzerne auf die Gestaltung der GAP, kann eine Neugestaltung dieser Politik nur dann erfolgen, wenn sich neue Akteure in deren politische Gestaltung einbringen und bisherige Akteure – u. a. jene landwirtschaftlichen ProduzentInnen, die eine sozial und ökologisch nachhaltige Agrarpolitik verfolgen mit z. B. VertreterInnen von KonsumentInnengruppen – zu neuen Allianzen zusammenschliessen. Denn die massive Konzentration im Agrar- und Lebensmittelsektor und die Deregulierung der Agrarpolitik, die diese Akteure seit Jahren vorantreiben, nutzt weder der Masse der landwirtschaftlichen ProduzentInnen (der Grossteil von ihnen sind immer noch relativ kleine ProduzentInnen) noch den KonsumentInnen.

Die Gründung einer Bewegung für Ernährungssouveränität in Europa beim 5. Europäischen Sozialforum in Malmö (September 2008), ist möglicherweise ein erster Schritt für die Schaffung eines europäischen Diskussions- und Vernetzungsraumes für soziale Bewegungen, NGOs und zivilgesellschaftliche Initiativen, die aktiv für eine sozial und ökologisch nachhaltige Landwirtschaft in Europa kämpfen.

Literatur

- Agrafacts vom 1. 8. 2008: WTO Debrief: TNC update; Further reactions to collapse of talks.
- CIAA (2005) Preliminary position on trade and competitiveness. Brüssel
- CIAA (2007) Data and Trends of the European Food and Drink Industry. Brüssel
- CIAA (2008) CIAA reaction to the Commission's Communication on the »Health Check« of the CAP. Brüssel

- COM (2007) Competitiveness of the European Food Industry. An economic and legal assessment. 2007
- CWB (2007) Annual Report 2006 – 2007
- Der Einzelhandel in der EU: Wann ist ein Markt kein Markt? Briefing für Europa-Abgeordnete. Oktober 2007.
- Ehrlich, Maria (2006) Untersuchung von Molkereimilchprodukten aus Deutschland auf gesundheitlich bedeutsame Fettsäuren (Omega 3, Omega 6, CLA) unter Berücksichtigung des eingesetzten Maisfutters. Universität Kassel.
- ETC group (2005) Oligopoly, Inc. 2005. Concentration in Corporate Power.
- FAO (2005) Of supermarkets and small farmers. Globalization also spurring concentration of food processing and retail trade.
- Farquhar, Iain; Whateley, Judith (2006) Call for Action on: Impacts of Buyer Power in the EU. DRAFT. London.
- <http://www.fas.usda.gov/dlp/circular/2005/05-04LP/porkoverview.pdf>
- <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-dienstleister/kartellamt-genehmigt-neuen-discountriesen;2006378;3>.
- <http://www.lz-net.de/rankings/industriedeutschland/pages/show.prl?id=245>.
- Koning, Niek (2006) Lessons to be learned from the Common Agricultural Policy of the European Union. Paper prepared for the Forum on Food Sovereignty, Niamey, 7-9 November 2006, Wageningen.
- Reardon, Thomas; Berdegué, Julio A.; Timmer, C. Peter et al. (2005) Links among Supermarkets, Wholesalers, and Small Farmers in Developing Countries: Conceptualization and Emerging Evidence
- Siehe http://ec.europa.eu/trade/gentools/downloads_en.htm.
- Vander Stichele, Myriam, van der Wal, Sanne (2006) The Profit Behind Your Plate. Amsterdam
- Vergleiche Plattformpapier der deutschen Supermarktinitiative »Supermarktmacht im Handel: Wer zahlt den Preis? (www.supermarktmacht.de).
- Wiggerthale, Marita (2005) Agrobusiness Macht Handelspolitik. Berlin
- Wiggerthale, Marita (2007) Supermärkte auf dem Vormarsch im Süden – Bedrohung für Kleinbauern? Berlin
- Wiggerthale, Marita (2008) Endstation Ladentheke. Berlin

Anmerkungen

- 1 Siehe http://ec.europa.eu/trade/gentools/downloads_en.htm.
- 2 <http://www.fas.usda.gov/dlp/circular/2005/05-04LP/porkoverview.pdf>
- 3 Die neun größten Unternehmen verfügen über einen Anteil von 62% am Weltmarkt. Siehe COM (2007) Competitiveness of the European Food Industry. An economic and legal assessment. 2007. S. 168.
- 4 <http://www.lz-net.de/rankings/industriedeutschland/pages/show.prl?id=245>.
- 5 Vgl. Der Einzelhandel in der EU: Wann ist ein Markt kein Markt? Briefing für Europa-Abgeordnete. Oktober 2007.
- 6 <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-dienstleister/kartellamt-genehmigt-neuen-discountriesen;2006378;3>.
- 7 Der Gehalt an Omega-3-Fettsäuren und an Conjugierten Linolsäuren (CLAs) ist in der Milch beim Verzicht auf Maisfutter und bei Verwendung von Grünfutter deutlich erhöht. Omega-3-Fettsäuren wirken blutdrucksenkend und gefäßschützend bei Arteriosklerose, entzündungshemmend bei rheumatischen Erkrankungen, können Allergien bessern und scheinen sogar eine schützende Wirkung bei verschiedenen Krebsarten zu haben. Vgl. Ehrlich, Maria (2006)
- 8 Vergleiche Plattformpapier der deutschen Supermarktinitiative »Supermarktmacht im Handel: Wer zahlt den Preis? (www.supermarktmacht.de).
- 9 Vgl. Agrafacts vom 1. 8. 2008: WTO Debrief: TNC update; Further reactions to collapse of talks.