



Kellogg's Cornflakes: Der Hersteller beliefert derzeit weder Edeka noch Rewe.

Inflation

Wegen Lieferstopp: Edeka will Schadenersatz von Kellogg

Deutschlands größter Lebensmittelhändler lehnt Preisforderungen des Konzerns ab. Edeka streitet mit mehreren Herstellern – fünf davon liefern nicht mehr.

Katrin Terpitz Düsseldorf

Seit vier Monaten liefert Kellogg nicht mehr an Deutschlands größten Lebensmittelhändler Edeka. Grund für den Lieferstopp: Die Edeka-Gruppe, zu der auch Netto gehört, will nicht alle Preiserhöhungen für Markenprodukte des US-Konzerns wie Cornflakes oder Pringles akzeptieren. Nun fordert der Händler zudem rund zehn Millionen Euro Schadenersatz für entgangenes Geschäft und verlorene Kunden.

Sollte Kellogg am Lieferboykott festhalten, droht Edeka bereits mit Forderungen in Höhe von 34 Millionen Euro. „Wir wehren uns weiter gegen das Geschäftsgebaren einiger internationaler Markenartikelhersteller und kämpfen für faire Preise im Supermarktregal“, sagte Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der Edeka Zentrale Stiftung. Zuerst hatte die „Lebensmittelzeitung“ berichtet.

Branchenkennner zeigen sich überrascht der Eskalation. Preiskämpfe mit Herstellern sind nicht neu, dass aber ein deutscher Händler Entschädigung für einen Lieferstopp verlangt, ist bislang zumindest nicht öffentlich geworden. Das Unternehmen Kellogg, was sich kürzlich in Kellanova umbenannt hat, wollte sich auf Anfrage des Handelsblatts nicht äußern.

Ende September hatte Edeka bereits beim Bundeskartellamt Beschwerde eingereicht, Kellogg würde „seine marktbeherrschende Stellung missbrauchen“. Der Hersteller führe mit dem Lieferstopp angeblich eine künstliche Verknappung des Angebots herbei. Kellogg hebe den Wettbewerb mit dem Ziel aus, ein deutlich höheres Preisniveau am Markt zu erzielen, lautet die Anschuldigung. Das Bundeskartellamt hat noch nicht entschieden, ob es den



Wir wehren uns weiter gegen das Geschäftsgebaren einiger internationaler Markenartikelhersteller.

Markus Mosa
Vorstandschef
Edeka

Vorwürfen nachgehen wird, teilte ein Sprecher mit.

Der Händler begründet informierten Kreisen zufolge seine Millionen-Forderungen so: Edeka und Netto seien nicht nur direkte Gewinne durch den Verkauf von Kellogg-Produkten entgangen. Die Händler hätten auch Kunden an die Konkurrenz verloren. „Kellogg's ist eine ‚Must-have-Marke‘ wie Coke oder Nutella“, erläutert ein Insider. Auf den gewohnten Geschmack wollten Verbraucher nicht verzichten. Da nütze es wenig, dass Edeka und Netto die Regale längst mit anderen Marken und Eigenmarken aufgefüllt haben.

Durch eben diese Eigenmarken habe Edeka aber auch ein gutes Gefühl, welche Preiserhöhungen tatsächlich gerechtfertigt seien, heißt es aus dem Umfeld des Händlers. So hat Edeka den Regalpreis für Cornflakes seiner Eigenmarke Gut&Günstig seit Januar 2022 von 1,19 Euro auf 1,79 Euro angehoben. Die Daten ermittelte die Preisvergleichs-App Smhaggle für das Handelsblatt.

Zum Vergleich: Kellogg's Cornflakes kosten derzeit etwa bei Kaufland 3,99 Euro. Seit Januar 2022 war der Regalpreis dort um 43 Prozent gestiegen. Bei Edeka ist die größere Packung der Eigenmarke um 60 Cent teurer geworden, das entspricht 50 Prozent.

Edeka hatte sich mit Kellogg sogar bereits auf höhere Preise geeinigt. Dann hätte es noch eine Erhöhung gegeben. Kellogg hätte bis zu 45 Prozent mehr verlangt, ist aus gut informierten Kreisen zu hören. Deshalb berufe sich Edeka auf einen „rechtswirksamen Belieferungsvertrag“ mit Laufzeit bis Ende Juni 2024. Der US-Konzern habe trotzdem die Auslieferung eingestellt.

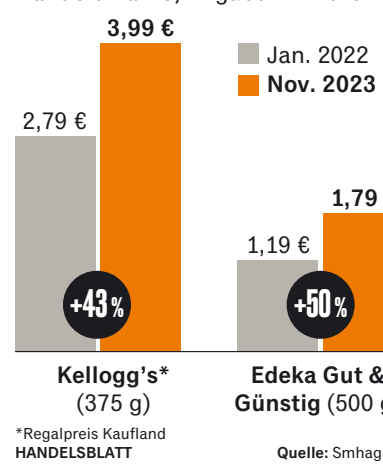
Der Cerealien-Anbieter versorgt nun als einzigen großen Vollsortimenter Kaufland, der wie Lidl zur Schwarz-



Edeka-Chef Markus Mosa: Der Händler ist für harte Preisverhandlungen bekannt.

Cornflakes deutlich teurer

Preisentwicklung von Marke und Handelsmarke, Angaben in Euro



Gruppe gehört. Rewe hat die Marken bereits seit über einem Jahr ausgelistet, weil der Händler die Preisforderungen nicht akzeptieren wollte.

Kellogg ist nicht der einzige Markenkonzern, der einen Lieferstopp gegen die Edeka-Gruppe verhängt hat. „Aktuell sind es noch fünf Hersteller,

die uns nicht mehr beliefern“, teilte das Unternehmen mit. Dazu gehören Mars, Pepsico und eben Kellogg.

Ende Mai hatten noch 17 Hersteller die Lieferung verweigert, weil man sich nicht auf höhere Preise einigen konnte. „Mit den anderen haben wir mittlerweile Kompromisse gefunden“, heißt es von Edeka. Mars beliefert die Supermärkte der Gruppe inzwischen seit mehr als einem Jahr nicht mehr mit Marken wie Snickers und Miracoli. Auch Tiernahrung von Whiskas oder Pedigree zählt dazu.

Mit dem Getränkekonzern Coca-Cola hat sich Edeka nach einem Lieferstopp inzwischen auf höhere Preise verständigt. Der Händler hatte darauf geklagt, dass Coca-Cola seine Produkte zu den alten Konditionen weiter liefern müsse. Doch kassierte Edeka eine juristische Niederlage: Das Landgericht Hamburg entschied im Sommer, für den Getränkehersteller.

Edeka ist für knallharte Preisverhandlungen bekannt. Die Gruppe mit einem Jahresumsatz von zuletzt mehr als 66 Milliarden Euro attackiert Markenhersteller laut - und öffentlich. Das Umfeld ist in Zeiten von hoher Inflation und Kaufzurückhaltung gerade beim sensiblen Thema Preise auch für Einzelhändler schwierig.

Edeka-Chef Mosa inszeniert sich in der Öffentlichkeit gerne als „Robin Hood der Verbraucher“ und „Hüter der Preise“, ärgern sich viele Konsumgüterhersteller. Sie verweisen auf ihre steigenden Kosten – von Rohstoffen wie Zucker bis zu Gehältern.

„Die Megamarken werden ihre Dominanz verteidigen können“, schätzt Rainer Münch, Experte für

Wärmewende

Comeback der fossilen Heizung

Die Euphorie am Wärmepumpenmarkt ist vorüber. Das Interesse an Öl- und Gasheizungen wird hingegen wieder größer.

Catiana Krapp Düsseldorf

Der Wärmepumpenboom lässt nach. Das zeigen neue Zahlen des Bundesverbands der Deutschen Heizungsindustrie (BDH). Zwar ist die Anzahl verkaufter Wärmepumpen in den ersten neun Monaten des Jahres um 86 Prozent auf insgesamt 295.500 Stück gestiegen.

Damit sind in Deutschland schon jetzt mehr Wärmepumpen verkauft worden als jemals zuvor in einem Jahr. Aber im Vergleich zu den Vorquartalen hat sich das Wachstum zuletzt wieder abgeschwächt. Fossile Heizungen gewannen indes Marktanteile hinzu.

Eine Berechnung der Verkaufszahlen für das dritte Quartal – also nur für die Monate Juli bis September 2023 – durch das Handelsblatt zeigt, dass Wärmepumpen einen Marktanteil von 26 Prozent an den Neuvverkäufen hatten. Gasheizungen machten 63 Prozent aller verkauften Heizungen aus, Ölheizungen neun Prozent.

Damit hat die Wärmepumpe im Vergleich zu den Monaten bis Juli drei Prozentpunkte an Marktanteil verloren. Gasheizungen gewannen hingegen fünf Prozentpunkte, Ölheizungen legten um zwei Prozentpunkte zu.

295.500

Wärmepumpen

wurden in den ersten neun Monaten 2023 in Deutschland verkauft.

Quelle: Bundesverband Deutsche Heizungsindustrie

Dass die Nachfrage nach Wärmepumpen an Schwung verlieren würde, hatte sich bereits abgezeichnet: Die Anzahl der Förderanträge für Wärmepumpen beim Bundesamt BAFA ist in den ersten acht Monaten 2023 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um über 70 Prozent gesunken.

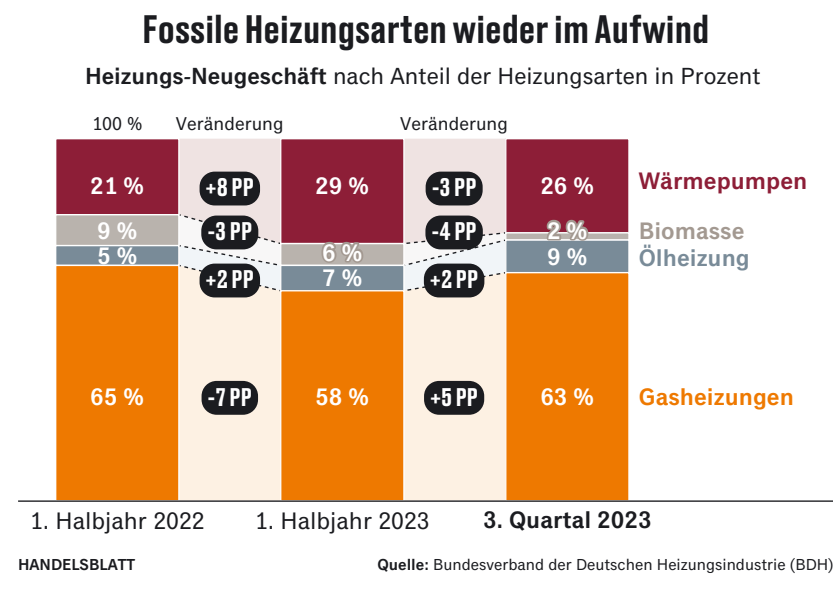
Grund dürften unter anderem die hohen Kosten für Wärmepumpen sein. Hersteller und -installateure kamen bei der hohen Nachfrage in den vergangenen Monaten kaum hinterher, das trieb die Preise. Mittlerweile haben viele Heizungsbauer ihre Fertigungskapazitäten für Wärmepumpen deutlich ausgebaut. Doch es mangelt weiter an Handwerkern, darum bleiben die Preise vorerst hoch.

Hinzu kommt eine Verunsicherung bei vielen Verbrauchern aufgrund des politischen Streits um das neue Gebäudeenergiegesetz (GEG) in der ersten Jahreshälfte. Das umgangssprachlich als Heizungsgesetz bezeichnete Gesetz ist mittlerweile beschlossen. Es sieht grundsätzlich vor, dass neu eingebaute Heizungen zu 65 Prozent auf erneuerbaren Energiequellen basieren sollen – weshalb in vielen Gebäuden nur eine Wärmepumpe eingebaut werden kann.

Allerdings soll das Gesetz nur dort gelten, wo Kommunen bereits Pläne zur kommunalen Wärmeplanung vorgelegt haben, sodass Hausbesitzer erfahren, ob sie statt einer Wärmepumpe einen Fernwärmeanschluss bekom-



Heizkörper: Die Branche erlebt ein Rekordjahr.



Anzeige

Handelsblatt KI-circle

Ihr neues KI-Netzwerk

Künstliche Intelligenz verändert Jobs, Branchen und Geschäftsmodelle – und Sie können diese Transformation gestalten. Der Handelsblatt KI-Circle bietet Ihnen das exklusive Netzwerk dazu. Treffen Sie die führenden Köpfe der KI-Entwicklung, diskutieren Sie Ihre Ideen mit Entscheider:innen und profitieren Sie von Weiterbildungen und Fachkonferenzen. Immer auf Augenhöhe und immer mit dem kritisch journalistischen Blick.

Mehr erfahren: kicircle.handelsblattgroup.com

Handelsblatt
Substanz entscheidet.