



## Stellungnahme

LANDTAG  
NORDRHEIN-WESTFALEN  
18. WAHLPERIODE

**STELLUNGNAHME  
18/1206**

A17

Ihre Ansprechpartnerin  
**Dr. Kristel Degener**

E-Mail  
**kristel.degener@koeln.ihk.de**

Telefon  
**+49 221 1640-4200**

Datum  
**22. Januar 2024**

**Anhörung des Ausschusses für Umwelt, Natur- und Verbraucherschutz, Landwirtschaft, Forsten und ländliche Räume am 29. Januar 2024**

**Ohne Großmarkt kein Wochenmarkt: Ernährungssicherheit gewährleisten, alternative Vertriebswege offenhalten! Antrag der Fraktion der SPD, Drucksache 18/6386**

Die Industrie- und Handelskammer zu Köln ist Partner der Unternehmerinnen und Unternehmer in der Region Köln. Rund 150.000 Unternehmen aus Köln, Leverkusen, dem Rhein-Erft-Kreis, dem Oberbergischen und dem Rheinisch-Bergischen Kreis sind bei uns Mitglied.

In unserem IHK-Bezirk vertreten wir die Interessen von 980 Großhändlern im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, 3.350 Gastronomen, 1.860 Lebensmittelhändlern, 600 Catering-Unternehmen, 220 Kantinen und sonstigen Verpflegungsdienstleister sowie zahlreichen großmarktaffinen Unternehmen (wie z. B. Entsorger und technische Dienstleister).

Ein Großmarkt bietet einen Mehrwert für die dort agierenden Unternehmen.

Das Vorhandensein eines **zentralen Handelsplatzes** sichert den **Erzeugern** von Lebensmitteln einen zentralen Absatzmarkt. **Großhändler** sorgen durch eine breite Produktpalette und die direkte Vergleichbarkeit für Wettbewerb und Vielfalt. Den **Abnehmern von Lebensmitteln**, den Einzelhändlern, Wochenmarkthändlern, Gastronomen und Verpflegungsdienstleitern garantieren die Vielfaltigkeit der Waren und die marktgesteuerten Preise die wirtschaftliche Führung ihrer Unternehmen.

**Industrie- und Handelskammer zu Köln**

Postanschrift: 50606 Köln | Hausanschrift: Unter Sachsenhausen 10-26, 50667 Köln | Internet: [ihk-koeln.de](http://ihk-koeln.de)  
Tel. +49 221 1640-0

Ein Großmarkt garantiert eine große **Warenvielfalt**. Neben regionalen Produkten werden auch Waren aus ganz Deutschland, der Europäischen Union und dem Nicht-Europäischen-Ausland angeboten. Die große Bandbreite der Produktqualitäten reicht von Bioqualität bis zum konventionellen Landbau.

Ein Großmarkt ist zudem ein Handelsplatz für eine große **Vielfalt von Anbietern**. Vor allem kleine und mittelständige Unternehmen (KMU) finden hier eine Heimat. Im Gegensatz dazu unterhalten große Lebensmittelkonzerne eigene Frischelogistikzentren, die nicht genossenschaftlich organisierten KMU als Handelsplatz nicht zugänglich sind.

Deutlich wird, dass Großmärkte eine **Diversität** ermöglichen, die die Qualität steigert, den Wettbewerb befördert und zu einer marktgesteuerten Preisentwicklung führt.

Der Großmarkt ist zudem **Innovationsmotor im Bereich der Lebensmittelerzeugung und -vermarktung**. Hier finden immer wieder neue Produkte (Kaki), Anbauverfahren und Dienstleistungen wie z. B. Verpackung und Logistik ihren Weg auf den Markt.

#### Ein Großmarkt hat Bedeutung für den Standort (Stadt und Region).

Ein Großmarkt hat weitreichende **Bedeutung als Logistikzentrum**. Durch die Bündelung von Waren- und Käuferverkehren werden **Fahrten bei Produzenten und bei Käufern reduziert**. Dies führt zu einem **geringeren CO<sub>2</sub>-Ausstoß** in der Region. Ergänzend führt ein adäquates Flächenangebot, welches großmarktaffinen Unternehmen hinreichend Fläche bietet, zu weiteren Einsparungen bei Fahrten und beim CO<sub>2</sub>-Ausstoß. Neben der Einsparung von Verkehrsbewegungen und dem damit geringeren CO<sub>2</sub>-Ausstoß besteht auf Seiten der Abnehmer durch gebündelte Logistikaktivitäten eine Kostenreduktion gegenüber der Einzelbeschaffung beim Wegfall eines Großmarktes.

Die Vielfältigkeit von Waren, Lieferanten, Erzeugern, Großhändlern führt zu einer robusten Handelsstruktur, die während der Corona-Pandemie ihre **Krisenfestigkeit** bewiesen hat. Die Großmärkte haben einen **beachtenswerten Beitrag zur Versorgungssicherheit** der lebensmittelverarbeitenden und der mit Lebensmitteln handelnden Unternehmen geleistet, die damit in Folge die Versorgungssicherheit der Bevölkerung erreicht haben. Der Großmarkt ist essenzielles Bindeglied einer von den Lebensmittelkonzernen unabhängigen Wertschöpfungskette. Er ist ein Instrument zur Sicherstellung der Versorgung in Notzeiten im Sinne des ESVG.

Neben der Vermarktung qualitativ hochwertiger Produkte sorgt ein Großmarkt auch für die Vermarktung von Ware, die vom Verbraucher unbedenklich genießbar – verkehrsfähig – ist, jedoch den spezifischen Ansprüchen der Lebensmittelkonzerne nicht mehr entspricht. Dies sorgt bereits beim Erzeuger für eine Verringerung der Vernichtung von Teilen der Ernte. So leistet ein Großmarkt einen **Beitrag gegen Lebensmittelverschwendung**.

Die Großhändler, die großhandelsaffinen Unternehmen und die Abnehmer der Produkte tragen zu einer bedeutenden **Wertschöpfung in der Region** bei. So sind z. B. im Jahr 2022 auf dem Kölner Großmarkt ca. 180 Firmen mit rund 2.000 Beschäftigten tätig (IHK Köln, IHKplus 08/2022). Die Stadt Köln nimmt 2022 ungefähr 985.000 Euro Gewerbesteueraufkommen ein. Für das Jahr 2023 rechnet die Stadt Köln mit 992.000 Euro Gewerbesteueraufkommen von 125 Unternehmen (Stadt Köln Vorlagen-Nummer 2837/2023).

Ein Großmarkt bietet eine **Vielzahl von Arbeitsplätzen** auch für gering qualifizierte Arbeitskräfte. Der Anteil von Unternehmerinnen und Unternehmern sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit Migrationshintergrund ist auf einem Großmarkt überdurchschnittlich hoch. Damit übernimmt ein Großmarkt eine wichtige Rolle bei der **Integration und bietet kulturelle Vielfalt** (auch mit Blick auf Essgewohnheiten).

#### Die Position der IHK Köln.

Großmärkte müssen aus den oben genannten Argumenten als bedeutende Handelsplätze und effektive Logistikzentren aufrechterhalten bleiben.

Die IHK Köln steht allen Betreibermodellen offen gegenüber, die die agierenden Unternehmen aktiv beteiligen.

Die IHK Köln akzeptiert marktübliche Mietpreise für Großhandelsflächen bei gleichzeitiger Anpassung der Produktpreise.

Die Erfüllung von **Ernährungssicherheit und das Nachkommen der Daseins-Vorsorge sind Aufgaben der Politik**. Diesen Forderungen können Großmärkte nachkommen, wenn die zuständigen politischen Gremien sich flankierend einbringen. Flankierende Maßnahmen können Fördermaßnahmen bei der Errichtung oder Beteiligungsformate beim Betrieb eines Großmarktes sein.

Die dargelegten Argumente zeigen, dass Wirtschaft und Politik gemeinsam den Handelsplatz und das Logistikzentrum Großmarkt zu beiderseitigem Gewinn aufrechterhalten können.