



MARKENVERBAND

## PRESSEMITTEILUNG

Verbandskommunikation  
presse@markenverband.de

Markenverband zum Weltverbrauchertag

### Das Recht des mündigen Verbrauchers auf freie Wahl erhalten

**Berlin, 15.03.2011.** Anlässlich des heutigen Weltverbrauchertages setzt sich der Markenverband für eine verantwortungsvolle Verbraucherpolitik ein, die Konsumenten unterstützt, mündige und selbstbestimmte Entscheidungen zu treffen. „Die Gesundheit, das Wohlbefinden und auch der finanzielle Schutz der Verbraucher ist ein wichtiges gesamtgesellschaftliches Anliegen“, sagt Christian Köhler, Geschäftsführer des Markenverbandes. „Bei Ihren Bemühungen um den Schutz der Verbraucher sollte die Politik aber nicht über das Ziel hinausschießen und notwendigen Schutz mit Beeinflussung und Bevormundung verwechseln.“

Der Markenverband setzt sich für eine verantwortungsvolle Verbraucherpolitik ein, die den mündigen Konsumenten unterstützt und nicht bevormundet. Daher müssen:

- ungünstige gesellschaftliche Entwicklungen wie Alkoholmissbrauch oder Fettleibigkeit durch Aufklärung bekämpft werden, denn Werbeverbote sind Scheinlösungen, die einfache und schnelle Ergebnisse nur vortäuschen.
- Verbraucherinformationen, insbesondere wenn sie gesetzlich vorgeschrieben sind, grundsätzlichen Qualitätskriterien entsprechen, um nicht zu einer Verbraucherverwirrung oder Bevormundung zu führen. Dementsprechend müssen Informationen nützlich, einfach, objektiv, beweisbar, angemessen und vernünftig sein.
- Verbraucher über die Folgen der Produkt- und Markenpiraterie besser aufgeklärt werden, denn Piraterie gefährdet den Verbraucher und schadet der gesamten Volkswirtschaft.
- Verbraucher beim Kauf auf Internetverkaufsplattformen besser vor Fälschungen geschützt werden, indem Plattformbetreiber eine größere Verantwortung für ihre Marktplatzsicherheit übernehmen.

Wettbewerb ist der beste Verbraucherschutz. Daher müssen:

- seine Rahmenbedingungen durch den Staat konsequent verteidigt werden. Insbesondere Wettbewerbsbehörden müssen bei der Entstehung von Nachfrageoligopolen rechtzeitig eingreifen, um zum Wohle des Verbrauchers Nachfragemacht und Schleuderpreise zu verhindern und qualitätsbewussten Konsum wieder zu fördern.
- Überregulierungen verhindert und Selbstregulierung unterstützt werden. Nur so können sich die Marktteilnehmer auf die schnell wechselnden Marktgegebenheiten flexibel einstellen und ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit verteidigen.

Markenverband e.V.  
Unter den Linden 42 | D-10117 Berlin  
Telefon +49 (0)30 206 168 50  
Telefax +49 (0)30 206 168 750  
Postfach 080 629 | D-10006 Berlin  
www.markenverband.de

Die Unternehmen der Markenwirtschaft leisten entscheidende Beiträge, um das Leitbild des mündigen Verbrauchers mit Leben zu erfüllen. Sie stehen für stetige Innovation, hohe Qualität und ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis unter nachvollziehbarer Einhaltung hoher sozialer, gesellschaftlicher und umweltbezogener Standards. Marke an sich transportiert ständig nachprüfbar Verbraucherinformation, sie trägt maßgeblich zu hohem Verbraucherschutz bei. Marken sind als Repräsentant für stetige Innovation, hohe Qualität und zur Einhaltung hoher gesellschaftlicher Standards unverzichtbar. Ein an den Interessen der Verbraucher ausgerichtetes Verhalten ist für Markenunternehmen die Triebfeder ihres Handelns. Marken sind daher eine wichtige Säule des Verbraucherschutzes. Zukunftsweisende Verbraucherpolitik sollte im Dialog von Wirtschaft, Verbraucherschützern und Politik entstehen.

**Ansprechpartner:**

Dr. Alexander Dröge

Leiter Recht / Verbraucherpolitik

Tel.: 030/20 61 68 40

[a.droege@markenverband.de](mailto:a.droege@markenverband.de)

Der 1903 in Berlin gegründete Verband ist die Spitzenorganisation der deutschen Markenwirtschaft. Die Mitglieder stehen für einen Markenumsatz im Konsumgüterbereich von über 300 Mrd. Euro und im Dienstleistungsbereich von ca. 200 Mrd. Euro in Deutschland. Der Markenverband ist damit der größte Verband dieser Art in Europa. Die Mitgliedsunternehmen stammen u. a. aus den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel, Mode und Textil, pharmazeutische Produkte sowie Telekommunikation. Zu den Mitgliedern zählen Beiersdorf, Hugo Boss, Coca-Cola, Deutsche Bank, Deutsche Post, Falke, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Dr. Oetker, Volkswagen und viele andere renommierte Firmen.