



PRESSEMITTEILUNG

Markenwirtschaft:

Auswirkungen der Wirtschaftskrise spürbar, aber Anlass für kontrollierten Optimismus
Ergebnisse der aktuellen Konjunkturumfrage des Markenverbandes

Berlin, 28.05.2009 Im Rahmen der Jahrestagung 2009 des Markenverbandes stellt Präsident Franz-Peter Falke heute in Berlin die Ergebnisse der repräsentativen Konjunkturumfrage unter den rund 400 Mitgliedsunternehmen aus der Markenwirtschaft vor:

„Unsere Unternehmen spüren die aktuelle Wirtschaftskrise deutlich, stemmen sich vielfach aber erfolgreich dagegen. Während 70 Prozent unserer Mitglieder die wirtschaftliche Lage insgesamt als schlecht bis sehr schlecht bewerten, wird die Lage im eigenen Segment durchweg positiver beurteilt: Rund die Hälfte der Unternehmen hält diese für befriedigend, gute jedes zehnte Unternehmen sogar für gut. Die Umsätze im ersten Quartal zeigen sich bislang robust. Ebenso ermutigend: Investitionen und Beschäftigung werden bei zurückgehender Auslastung der Kapazitäten bei rund zwei Drittel der Firmen stabil bleiben. Qualität, Innovation und Leistung haben offensichtlich Konjunktur. Mündige Verbraucher schätzen das Versprechen, das in Marke liegt“, so Falke.

Die Markenwirtschaft blickt dennoch nicht ohne Sorge in die nähere Zukunft. Ein kaum berechenbares Risiko ist, ob und in welchem Umfang die Konsumneigung in der Bevölkerung auch vor dem Hintergrund wachsender Arbeitslosenzahlen zurück geht.

„Die Unternehmen im Markenverband appellieren daher an die Politik, das Verbraucherklima mit einer umfassenden Belastungsverringerung für den Bürger nachhaltig zu stützen. Vor dem Hintergrund einer breiten Verunsicherung unter den privaten Nachfragern helfen branchenspezifische Subventionen wie die nunmehr sogar noch ausgeweitete „Abwrackprämie“ nicht weiter. Hilfreich und notwendig sind hingegen Ansätze, die den Bürgern mehr Netto vom Brutto im Geldbeutel lassen, gerade bei mittleren Einkommen. Statt über hohe Staatsverschuldung für reine Strohfeueraktionen die Grundlagen für die Krise nach der Krise zu legen, müssen jetzt vielmehr strukturelle Weichenstellungen bei Steuern und Sozialabgaben vorgenommen werden“, forderte Falke.

Die Markenhersteller beziehen hier klare Position: 90 Prozent der befragten Unternehmen halten die Abwrackprämie für nicht geeignet oder sogar kontraproduktiv. Zu 93 Prozent sprechen sich die Firmen für eine Senkung der Einkommensteuer gerade bei kleinen und mittleren Einkommen aus. 87 Prozent halten zudem eine Senkung der Sozialversicherungsbeiträge für geeignet bis sehr geeignet. Darüber hinaus plädieren weitere gut 60 Prozent der Unternehmen für den nachhaltigen Ausbau von Infrastruktur.

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, 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.

Ansprechpartner:

*Christoph Kannengießner
Hauptgeschäftsführer
Tel.: 030/20 61 68 10*

*Markenverband e.V.
Unter den Linden 42
10117 Berlin*

*Ilka Houben
Leiterin Verbandskommunikation/Wirtschaftspolitik
Tel.: 030/20 61 68 35
Mobil: 0175/430 47 35
i.houben@markenverband.de*

<http://www.markenverband.de>