



MARKENVERBAND

Leiter Presse
und Öffentlichkeitsarbeit
Johannes Ippach
j.ippach@markenverband.de

PRESSEMITTEILUNG

Der Markenverband 2015

Einsatz für Entscheidungsfreiheit, Kommunikationsfreiheit und freien und fairen Wettbewerb

Berlin, 05. Februar 2015. Das Engagement des Markenverbandes gilt im Jahr 2015 neben dem Schutz der Marke dem Erhalt der Entscheidungsfreiheit des Konsumenten, dem Einsatz für freien und fairen Wettbewerb, einer nachhaltigen Gesellschaft und dem Erhalt der freien Kommunikation. „Regulierungsmaßnahmen, die freies Handeln von Marken und Unternehmen einschränken und Wettbewerb verzerren, werden von der Politik gerne als Fürsorge ausgegeben“, sagt Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer des Markenverband e. V. Er ergänzt: „Der Kampf gegen die Aufgabe des Leitbildes vom mündigen Verbraucher wird im neuen Jahr das zentrale Thema des Markenverbandes in Berlin und Brüssel sein.“

Unser Einsatz für mündige Verbraucher und Kommunikationsfreiheit

Unter dem Deckmantel des Verbraucherschutzes wird der Wähler und Konsument schleichend entmündigt. Der Markenverband setzt sich in 2015 vehement für den Erhalt der Entscheidungsfreiheit von Konsumenten, Unternehmen und Marken ein. Er begleitet wachsam Initiativen, die zu erheblichen Kommunikationseinschränkungen und damit auch zu Verbraucherbeeinflussungen führen können. Zu nennen sind hier die Alkoholstrategie und Initiativen zur Vorsorge bzw. Bekämpfung von Übergewicht und dessen Folgekrankheiten. Eine darauf aufbauende Produktregulierung ist nicht hinnehmbar. Einheitsverpackungen, überdimensionierte Warnhinweise oder Werberestriktionen machen eine Differenzierbarkeit von Produkten unmöglich.

Ein weiteres wesentliches Thema für den Markenverband ist die konkret diskutierte, weitere Einschränkung der Werbe- und Sponsoringmöglichkeiten im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Sie stellt ebenfalls eine Einschränkung der Entscheidungsfreiheit der Verbraucher dar und beschneidet Unternehmen und Marken in ihrer Kommunikation. Zudem muss verhindert werden, dass Werbung für Produktgruppen nur noch in dafür vorgesehenen Fachmedien veröffentlicht werden darf, wie es beispielsweise derzeit von der Bundesregierung im Kleinanlegerschutzgesetz angedacht ist.

Unser Einsatz für fairen und freien Wettbewerb

In der ersten Jahreshälfte 2015 will der Markenverband als Teil einer Verbändeallianz den Aufbau einer zentralen Registerstelle für Verpackungen und Wertstoffe auf Basis des kommenden Wertstoffgesetzes vorantreiben. Das bisher ökologisch und ökonomisch erfolgreiche Sammel- und Recyclingsystem soll damit weiter gestärkt werden. Privatwirtschaftliche Organisation ist hier der Schlüssel zum Erfolg.

Der freie Leistungswettbewerb ist das Rückgrat einer soliden Wirtschaft. Beschränkungen durch Marktmacht, Behörden und den Staat gefährden diesen Leistungswettbewerb allerdings immer mehr

und es gilt 2015 die Erfolge in der Eindämmung dieser Beschränkungen aus den letzten Jahren fortzusetzen. Das bisher gegenüber nachfragemächtigen Händlern Erreichte wurde gesichert und die Rechtsdurchsetzung mit der Klagebefugnis für den Markenverband gestärkt.

Unser Einsatz für die Eindämmung vermachteter Märkte

Der Zusammenschluss von Edeka und Tengelmann zeigt, dass Nachfragemacht und Konzentrationsprozesse im Lebensmitteleinzelhandel auch weiter auf der Tagesordnung bleiben. Sie gilt es in 2015 weiter einzudämmen. Der dafür notwendige Rahmen steht zur Verfügung. Er muss jetzt mit den Mitteln der eigenverantwortlichen Selbstregulierung zwischen Handel und Industrie weiter ausgefüllt werden. Hierzu soll die Supply Chain Initiative 2015 erfolgreich gestärkt und vermehrt genutzt werden, um gemeinsam mit dem Handel unfaire Geschäftspraktiken zurückzudrängen. Ähnliches gilt für den e-Commerce. Die durch ihn hervorgerufenen Veränderungen der Vertriebsbedingungen müssen so gelenkt werden, dass Marken ihre Gestaltungsfreiheit behalten. Darüber hinaus gilt es, die Beschränkungen der Hersteller bei der Steuerung ihrer Absatzkanäle zurückzudrängen.

Unser Einsatz für den Schutz von Marken im Internet

Markenpiraterie wird von der deutschen Justiz nicht mehr als Kavaliersdelikt angesehen. Der Markenverband hat 2013 eine Verschärfung des Strafrechts erreicht, die dies beinhaltet. An diesen Erfolg werden wir im aktuellen Jahr anknüpfen, um weitere Schritte zur Verbesserung des Markenschutzes voranzubringen. So müssen vor allem Betreiber von Internet-Plattformen für den Verkauf von gefälschten Produkten angemessen in Haftung genommen werden können. So hoffen wir auf eine Verbesserung des Schutzes geistigen Eigentums vor allem im Internet. Im Koalitionsvertrag hat die Koalition eine Klausel zum Urheberrecht aufgenommen. Dies sollte auch auf Marken und Designs ausgeweitet werden, damit besonders Hostprovider für den Verkauf von markenrechtsverletzenden Waren verstärkt in die Verantwortung genommen werden können.

Ansprechpartner:

Christian Köhler

Hauptgeschäftsführer

Tel.: 030/20 61 68 10

E-Mail: c.koehler@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 und Dienstleistungen. 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.