



MARKENVERBAND

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

## PRESSEMITTEILUNG

### Markenverband zur digitalen Binnenmarktstrategie der EU

## Digitaler Binnenmarkt der EU muss weltweiten Vorbildcharakter für Online-Marktplätze haben

**Berlin, 11.05.2015.** Die groß angekündigte und vorgestellte digitale Binnenmarktstrategie der EU Kommission wird sich daran messen lassen müssen, ob der Europäischen Union der Wandel von Kleinstaaterei im Internet hin zu einem Binnenmarkt gelingt, der die wirtschaftliche Stärke der Europäischen Union auch online widerspiegelt. „Es geht nicht einfach darum einen digitalen Binnenmarkt zu schaffen. Vielmehr ist ein Spielfeld zu gestalten, das weltweiten Vorbildcharakter hat“, sagt Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer Markenverband e. V. „Die veröffentlichten 16 Punkte technokratisch abzuarbeiten, ist zu kurz gesprungen. Im Kern sind die Grundideen eines freien Internets, fairen Wettbewerbs und nicht zuletzt des Grundrechts auf informationelle Selbstbestimmung klar zu regeln.“

Für die im Markenverband vertretenen Markenunternehmen - unabhängig von Branche und Größe – ist die Ausgestaltung eines digitalen Binnenmarktes im Hinblick auf die Wettbewerbsfähigkeit Europas von höchster Bedeutung. Hier bietet sich für Europa die Chance, einen vorbildhaften Marktplatz aufzubauen, der freien und fairen Leistungswettbewerb unterstützt, ohne die kulturelle und wirtschaftliche Vielfalt zu beschneiden.

Einschränkungen der unternehmerischen Freiheiten in Folge der digitalen Binnenmarktstrategie erscheinen keineswegs notwendig, sondern eher kontraproduktiv.

Tatsächlich ist es gerade die gezielte Gestaltung der Zusammenarbeit in der Wertschöpfungskette, die es kleinen und mittleren Unternehmen erst ermöglicht, ihre innovativen Leistungen auf dem gemeinsamen Markt, und nicht nur regional, anzubieten.

Gleichzeitig muss aber auch die unternehmerische Freiheit gewährleistet sein, den Vertrieb von Produkten auf regionale Märkte zu beschränken. Eine pauschale Schuldzuweisung in Richtung der Unternehmen, sie würden so den Binnenmarkt beeinträchtigen, weist der Markenverband entschieden zurück.

Markenverband e.V.  
Unter den Linden 42 | D-10117 Berlin  
Telefon +49 (0)30 206 168 37  
Telefax +49 (0)30 206 168 737  
Postfach 080 629 | D-10006 Berlin  
www.markenverband.de

Ergänzend bietet der gemeinsame digitale Binnenmarkt die Chance, Vorreiter im Kampf gegen Produkt- und Markenpiraterie zu sein. Der Markenverband ermutigt Kommissar Oettinger daher zu einem klaren Vorschlag, wie Internetplattformen als Hostprovider künftig besser in die Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie eingebunden werden können, um Verbraucher und Unternehmen zu schützen.

Die Erwartungen an die Umsetzung eines digitalen Binnenmarktes sind hoch. Ziel kann nur sein, dass der digitale Binnenmarkt sich zu dem weltweit führenden Markt entwickelt. Mit dieser Zielrichtung wird der Markenverband die Kommission konstruktiv begleiten.

**Ansprechpartner**

Anja Siegemund  
Leiterin Büro Brüssel

Tel. +32 2 502 3091

E-Mail: [a.siegemund@markenverband.de](mailto:a.siegemund@markenverband.de)

Johannes Ippach

Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Tel. 030 / 206168 37

E-Mail: [j.ippach@markenverband.de](mailto:j.ippach@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.