



MARKENVERBAND

PRESSEMITTEILUNG

Verbandskommunikation
presse@markenverband.de

Erster MARKEN-Talk mit Patrick Döring

Energiewende: Markenwirtschaft wird zwischen Handel und Energiepreis zermahlen

Berlin, 17. Juni 2013. Anlässlich des ersten MARKEN-Talks des Markenverbandes am Freitag, den 14. Juni, diskutierten Patrick Döring, FDP-Generalsekretär, Dr. Dierk Hirschel, Chefökonom Verdi sowie Andreas Schubert, Vorsitzender der Geschäftsleitung Carl Kühne (GmbH & Co KG) und Präsidiumsmitglied des Markenverbandes.

Diskutiert wurden die Folgen der Energiewende für die Markenhersteller sowie ein überzogener Verbraucherschutz und die Probleme bei der Kommunikation zwischen Hersteller und Handel bei der Preisgestaltung.

Kühne –Chef Schubert erklärte: „Die Energiewende war richtig. Aber ein Unternehmen wie Kühne muss bereits heute 1,5 Millionen Euro mehr an Energieabgaben zahlen und die nächste Erhöhung steht schon fest!“ Diese Kosten, so Schubert, können die Unternehmen nicht eins zu eins an den Verbraucher weitergeben. Das ist das Ergebnis einer Blitzumfrage des Markenverbandes. Danach sehen mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen keinen Spielraum für weitere Preiserhöhungen. Ein weiteres Ergebnis dieser Umfrage ergab, dass ein Drittel der Unternehmer die Zunahme von regulatorischen Eingriffen in die Marktprozesse befürchten.

Dazu erklärte Verdi Chefökonom Hirschel: „Es ist eine Illusion zu glauben, dass allein souveräne Konsumenten durch ihre Verbraucherentscheidungen die Produktion lenken. Märkte sind keine demokratischen Veranstaltungen!“ Er beklagte in diesem Zusammenhang das hohe Informationsdefizit der Verbraucher und sprach sich für mehr Regulierung aus. FDP-Generalsekretär Döring hielt dagegen: „In keiner Gesellschaftsform ist die Macht des Verbrauchers so stark wie in der sozialen Marktwirtschaft!“ Döring widersprach, dass mehr Informationen auf Etiketten zu den Inhaltsstoffen und Kalorien auch gleich mehr Aufklärung und Wissen für den Verbraucher bedeuten würde. Döring: „Heute gilt doch ‚Wer wenig weiß, muss mehr glauben!‘“

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

Schubert beklagt, dass die Kommunikation zwischen Herstellern und Handel bezüglich der Preisgestaltung immer schwieriger wird. „Ich darf heute nur einmal mit dem Handel über den Preis reden. Mehr darf ich nicht. Alle weiteren Gespräche dazu sind verboten!“ Schubert weiter: „Wenn ich darüber aber nicht mehr mit dem Handel diskutieren darf, der dann Preise nimmt, die nicht den Wert der Marke widerspiegeln, dann macht das die Marke auf Dauer kaputt“.

Döring bedauert, dass es der Politik bisher nicht gelungen ist, für diesen Graubereich des Wettbewerbsrechts eine klare Regulierung gefunden zu haben, trotz intensiver Diskussion im Bundestag.

Schubert abschließend: „Wenn die Energiesubventionen weiter in die falsche Richtung gehen und wir keine klaren Regeln bekommen für eine faire Möglichkeit der Preisgestaltung mit dem Handel, dann laufen die Hersteller Gefahr zwischen Energiepreis und Handel zermahlen zu werden“.

Ansprechpartner:

Johannes Ippach

Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: 030/20 61 68 37

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.