



MARKENVERBAND

PRESSEMITTEILUNG

Verbandskommunikation  
presse@markenverband.de

## Neue Tabakrichtlinie EU-Parlament sucht neue Wege der Verbraucherbevormundung

Berlin, 08. Oktober 2013. In der ersten Lesung der Tabak-Produktrichtlinie hat das EU-Parlament sich für eklatante Eingriffe in die Rechte der betroffenen Markenhersteller ausgesprochen. Auch wenn die vorab diskutierte Einheitsverpackung abgelehnt wurde, so führt der Beschluss der Parlamentarier zu nur noch extrem kleinen nutzbaren Flächen. Der Markenverband hat sich bewusst als Vertreter aller Markenhersteller frühzeitig in die Debatte auf europäischer und deutscher Ebene eingeschaltet, um nachdrücklich unkontrollierter Überregulierung sowie Auswirkungen auf andere Sektoren entgegenzutreten. „Mit seiner heutigen Entscheidung für drastische Kommunikationseinschränkungen von Marken und der Bevormundung von Verbrauchern folgt das EU-Parlament einem vermeintlichem EU-Zeitgeist“, sagt Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer des Markenverbandes. Er ergänzt: „Aber die Bürger in Europa wollen Eigenverantwortung und Eigenentscheidung. Es wird Zeit, dass die EU und das Parlament dies respektieren.“

Aus Sicht des Markenverbandes ist Verbraucher- und Gesundheitsschutz ein wichtiges und gesamtgesellschaftliches Ziel. Hierbei muss das Leitbild des mündigen, eigenverantwortlichen und selbstbestimmten Bürgers im Vordergrund stehen. Dieses, auch von dem EU-Parlament unterstützte, Leitbild wird erreicht durch Aufklärung und Kommunikation, also aktive Förderung der Bürger und Verbraucher. Kommunikationsrestriktionen und der Eingriff in Marken – der wichtigste Einflussfaktor für den Unternehmenserfolg – fördern weder die Eigenständigkeit der Verbraucher noch den Wettbewerb und stehen im Widerspruch zum eigenen Leitbild des Parlaments. Es bleibt abzuwarten, welche Konsequenzen die nun anstehenden Verhandlungen zwischen Europäischem Rat, Europäischem Parlament und Europäischer Kommission für die Markenhersteller und Verbraucher nach sich ziehen werden. Der Markenverband warnt eindringlich vor einer unkontrollierten Ausweitung der Bevormundung des Verbrauchers langfristig auch auf andere Sektoren und einer damit einhergehenden, massiven Schwächung der Wirtschaftskraft der Markenunternehmen und des europäischen Wirtschaftsraums.

### **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 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.