



MARKENVERBAND

## PRESSEMITTEILUNG

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

### 70 Jahre soziale Marktwirtschaft sind Verpflichtung für die Zukunft

## Teilhabe von Unternehmen und Verbrauchern am freien Marktgeschehen auch in Zukunft sichern

Berlin, 14. Juni 2018. „Im 70sten Jahr des Bestehens der sozialen Marktwirtschaft ist die Haltung Ludwig Erhards so zukunftsgerichtet, wie sie es 1948 war. Noch nie war es notwendiger, dass die Politik in Berlin und Brüssel sich zu diesem Wirtschaftsmodell bekennt: Um die Teilhabe von Unternehmen und Verbrauchern am freien Marktgeschehen auch in Zukunft zu sichern, erwartet der Markenverband ein Bekenntnis zu Verbrauchersouveränität statt Verbotskultur mit Kommunikationsverboten für Produkte und Marken“, sagt Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer des Markenverbandes. Er ergänzt: „Gerade auch im Interesse der Verbraucher, darf Europa nicht von den Geschäftsmodellen der Zukunft abgehängt werden. Die Gleichbehandlung von On- und Offline und die Möglichkeit Online-Monopolpositionen aufbrechen zu können, schafft im Sinne von Erhard Rahmenbedingungen für Wettbewerb auch in einer digitalen Welt. Hierzu gehört ebenso die Verhinderung überzogener Regulierung sowie die Möglichkeit zu regional differenzierter Kommunikation und Preisstellung.“

„Wenn der Verbraucher als der höchste Richter über Gut und Böse in der Wirtschaft seine Entscheidung zugunsten des Markenartikels gefällt hat, dann muss dieser Spruch auch für Gesetzgebung und Rechtsprechung verbindlich sein“, schrieb Ludwig Erhard in seinem Geleitwort zum 50-jährigen Jubiläum des Markenverbandes im Jahr 1953. Ebenso war er fest davon überzeugt, dass nur im Geist einer freien Wettbewerbsordnung Unternehmen in der Lage sind Ihre Produkte und Dienstleistungen zum Wohle der Verbraucher in den Markt einzubringen. Profitorientierte oder dogmatische Entscheidungen Dritter dürfen nicht an die Stelle der Produktwahl durch die Konsumenten treten.

Die Spielfelder mögen sich inzwischen von Berlin nach Brüssel oder von Offline hin zu Online verschoben haben, die Aussagen Ludwig Erhards zu Wettbewerb sind und bleiben wahr und ein wichtiger Orientierungspunkt für gute Wirtschaftspolitik. Dem Vermächtnis Ludwig Erhards verpflichtet, setzt sich der Markenverband daher unvermindert für ein ordnungspolitisches Umfeld ein, in dem die unternehmerischen Freiheiten der Markenunternehmer garantiert sind. Zusammen mit dem Respekt vor den eigenverantwortlichen Entscheidungen der Verbraucher können so die Entwicklungsmöglichkeiten für den wirtschaftlichen Erfolg und den Wohlstand unserer Gesellschaft geschützt werden.

Der 1903 in Berlin gegründete Markenverband ist die Spitzenorganisation der deutschen Marktwirtschaft. 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 Unternehmen aller Größenordnungen, vom Mittelstand bis zu internationalen Konzernen, wie August Storck, Beiersdorf, Hugo Boss, Coca-Cola, Deutsche Bank, Deutsche Post, Falke, Dr. Doerr Feinkost, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Dr. Oetker, Schamel Meerrettich, WMF und viele andere renommierte Firmen.

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