



MARKENVERBAND

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

PRESSEMITTEILUNG

Vorschläge der Marktwirtschaft nach Treffen zur Lebensmittellieferkette im Kanzleramt

Markenverband fordert nationale Ergänzungen zur Umsetzung der UTP-Richtlinie, um wertschätzende Preise im Wettbewerb zu gewährleisten

Berlin, 03.02.2020. Als konstruktiven Beitrag zur Stärkung von Qualität, Nachhaltigkeit und Zusammenarbeit in der Lieferkette präsentiert Franz-Peter Falke, Präsident des Markenverbands, Lösungsansätze der Marktwirtschaft: „Allein die Umsetzung der europäischen Richtlinie gegen unlautere Handelspraktiken genügt nicht, um wertschätzende Preise im Wettbewerb zu gewährleisten. Hier müssen nationale Initiativen hinzukommen, wobei insbesondere die Lebensmittellieferkette gründlich auf Abhängigkeiten und unberechtigte Forderungen untersucht werden muss.“ Um die Ziele des heutigen Gipfels zu erreichen, müssen auch die Lieferanten vor den Nachteilen der Verramschung ihrer Produkte geschützt werden. „Vorrangig gilt es, die bestehenden kartellrechtlichen Verbote konsequent durchsetzen.“, ergänzt Falke.

Der Markenverband begrüßt die Initiative der Bundeskanzlerin und ihrer Bundesminister Klöckner und Altmaier, die Beteiligten der Wertschöpfungskette für Lebensmittel zu zum Teil separaten Gesprächen zu laden und die Fragen der Wertschätzung für die Leistungen. Eine Fortsetzung und Intensivierung als gemeinsame Gespräche und die Vereinbarung konkreter freiwilliger wie ggf. legislativer Maßnahmen liegt im Interesse aller Betroffenen.

Wertschätzung, Respekt vor den Leistungen der Unternehmer und Arbeitnehmer, egal ob in der Landwirtschaft, Verarbeitung, in Markenunternehmen oder Handel und Wettbewerb, der unternehmerische Freiheit auch als Freiheit von Zwang versteht, sind Kernelemente einer sozialen Marktwirtschaft, für deren Stärkung sich der Markenverband einsetzt. Und das gilt unabhängig von Produktgruppen und Unternehmensgrößen auch jenseits der Nahrungsmittelproduktion.

Wir haben es hier mit komplexen gesellschaftlichen Anforderungen und wirtschaftlichen Fragen zu tun, die wir nur gemeinsam lösen können. Dazu ist es erforderlich, dass jeder Betroffene eingeübte Reflexe unterdrückt und sich für ungewohnte Lösungen öffnet. Es muss gelingen, ohne die Verteilung von Almosen in verantwortungsvoller Ausübung von Verhandlungsfreiheiten ein für alle Beteiligten auskömmliches Ergebnis zu erreichen. Der Gesetzgeber kann dabei helfen, indem er ordnungspolitisch handelt und einen Rahmen für den fairen Wettbewerb stärkt und nicht Ergebnisse vorschreibt.

Ansprechpartner

Dr. Andreas Gayk
Geschäftsführer
Wettbewerbs- und Vertriebspolitik
Tel.: 030/20 61 68 30
E-Mail: a.gayk@markenverband.de

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

Die Markenwirtschaft steht in Deutschland für einen Markenumsatz in Höhe von knapp 1,1 Bill. Euro und rund 5,2 Mio. Arbeitsplätze. Der 1903 in Berlin gegründete Markenverband ist die Spitzenorganisation der deutschen Markenwirtschaft und mit seinen rund 400 Mitgliedern der größte Verband dieser Art in Europa. Die Mitgliedsunternehmen stammen aus vielfältigen Branchen – von Automobil, Finanzen, Nahrungs- und Genussmittel über Telekommunikation bis hin zu Luxus und Lifestyle. Zu den Mitgliedern zählen Unternehmen aller Größenordnungen, vom Mittelstand bis zu internationalen Konzernen, wie ABUS, Beiersdorf, Hugo Boss, Coca-Cola, Deutsche Bank, Deutsche Bahn, Deutsche Post, Dr. Doerr Feinkost, Falke, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Dr. Oetker, Schamel Meerrettich, August Storck, Telefónica, WMF und viele andere renommierte Firmen.