



MARKENVERBAND

## PRESSEMITTEILUNG

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

**Markenverband zum Tag der Europäischen Union 2020**

**Perspektiven für Menschen und Wirtschaft in der EU nach COVID-19:**

**Green Deal zu europäischem Wiederaufbauprogramm ausgestalten**

Berlin, 09.05.2020. Seit dem Jahr 1950 hat sich in der Europäischen Union (EU) eine Kultur des Miteinanders entwickelt. Dazu kann man die EU nur beglückwünschen. Das zu beobachtende aktuelle, eindrucksvolle gesamtgesellschaftliche Engagement zur Überwindung der COVID-19-Krise ist hierfür ein lebendiger Beweis. Dennoch waren die jetzt schon absehbaren, negativen Auswirkungen einer Krise auf die EU niemals zuvor so hoch. „Gerade weil die COVID-19-Pandemie die Welt in Atem hält, braucht Europa eine Perspektive. Seine gemeinsamen Werte weisen den Weg in die neue Normalität und zu einer neuen wirtschaftlichen Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit“, sagt Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer Markenverband e. V. Er ergänzt: „Es ist Zeit, eine krisen- feste und nachhaltige Wirtschaftspolitik unter Einbeziehung der ökologischen, ökonomischen und sozialen Komponenten neu zu denken und umzusetzen. Hierfür kann der Green Deal ein wesentlicher Faktor sein, wenn jede Maßnahme auf ihre tatsächlichen Auswirkungen auf beispielsweise Arbeitsplätze überprüft wird und so der Green Deal zu einem nachhaltigen europäischen Wiederaufbau beiträgt. Denn die negativen Entwicklungen für Standortsicherheit, Wirtschaft und Bevölkerung, wie sie im Namen der Nachhaltigkeit bei der deutschen Energiewende in Kauf genommen wurden, dürfen sich nicht wiederholen.“

Noch nie in ihrer Geschichte stand die EU vor so großen Herausforderungen, wie sie durch die COVID19-Pandemie verursacht werden. Grundfreiheiten der EU wie Waren-, Dienstleistungs- und Personenfreizügigkeit sind in ihren Fundamenten erschüttert worden – mit der Folge eines konjunkturellen, fiskalischen und gesellschaftlichen Ausnahmezustands. Produktionsstillstand in vielen Ländern, zeitweise Unterbrechung der weltweiten Lieferketten, Grenzschließungen, auch innerhalb Europas, sowie weltweit wachsender Nationalismus müssen schnellstmöglich der Vergangenheit angehören. Ein baldiger Wiederaufbau erfordert wirtschaftlichen, sozialen und territorialen Zusammenhalt und Solidarität zwischen den Mitgliedstaaten.

Zum diesjährigen Europatag ruft der Markenverband deshalb zur Ausgestaltung des Green Deal zu einem nachhaltigen Europäischen Wiederaufbauprogramm auf, in welchen die aktuell notwendigen Konjunktur- und Investitionsprogramme integriert sind und welches die drei Komponenten der Nachhaltigkeit, Ökologie, Ökonomie und Soziales gleichberechtigt berücksichtigt. Das schafft die Voraussetzung für ein Europa, das im weltweiten Wettbewerb um die innovativsten und nachhaltigsten Produkte und Dienstleistungen auch in Zukunft führend sein kann.

### **Ansprechpartner**

Johannes Ippach  
Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
Tel.: 030/20 61 68 37  
E-Mail: [j.ippach@markenverband.de](mailto:j.ippach@markenverband.de)

Anja Siegemund  
Leiterin Büro Brüssel  
Tel.: +32 (0) 2 502 3091  
E-Mail: [a.siegemund@markenverband.eu](mailto:a.siegemund@markenverband.eu)

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](http://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.