



Der Markenverband ist seit über 100 Jahren die Stimme der Marktwirtschaft in Deutschland. Marken bekennen sich klar zum Leistungswettbewerb. Um hier erfolgreich zu sein, streben sie kontinuierlich nach Verbesserungen, gehen unternehmerische Risiken ein, fördern und leisten Innovationen. So liefern sie die Grundorientierung in den Märkten und verleihen diesen Stabilität. Marken sind also Wertelieferant für Verbraucher, Unternehmen und Gesellschaft.

Was die anstehende 8. GWB-Novelle betrifft, vertritt der Markenverband daher eine klare ordnungspolitische Linie: Sicherung des **Leistungswettbewerbs** durch Gewährleistung eines gesicherten Zugangs der Marktteilnehmer zum Konsumenten, eine effektive Kontrolle von Nachfragemacht, eine Zusammenschlusskontrolle, wo diese notwendig ist, und das Verbot des Verkaufs unter Einstandspreis sind die Kernanliegen des Markenverbandes.

Für einen funktionierenden Leistungswettbewerb notwendig, ist Klarheit über wettbewerbsrechtliche zulässige Vereinbarungen hinsichtlich Leistungs-, Warenaustausch und generell erlaubte Kommunikationsmaßnahmen. Zur Klärung dieser Fragen wird der Markenverband auch in diesem Jahr mit allen Beteiligten direkt zusammenarbeiten.

Produkt- und Markenkriminalität ist eine der größten Bedrohungen für qualitäts- und innovationsgetriebene Volkswirtschaften. Unverändert setzt sich der Markenverband dafür ein, strafrechtlich effektiver gegen Produkt- und Markenpiraterie vorzugehen. Zusätzlich bedarf es neuer gesetzlicher Grundlagen für die Verantwortung von Internetverkaufsplattformen, die häufig Profiteure dieser kriminellen Handlungen sind. Hier werden jährlich Millionen am Verkauf gefälschter Ware über die eigene Plattform verdient, ohne dass man der eigenen Verantwortung für rechtstreu Verhalten auf dem Marktplatz gerecht wird. Der Markenverband wird sich nachdrücklich dafür einsetzen, dass keine gesetzliche Unterstützung für die Profiteure von kriminellen Handlungen geleistet wird.

In Brüssel steht die Verabschiedung des internationalen Abkommens zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie (ACTA) an. Hier muss im Interesse einer effektiven Rechtsdurchsetzung zukünftig auf schnellen Beitritt der Staaten hingearbeitet werden, die durch hohe Produkt- und Markenpiraterie auffallen. Zudem sollen illegal hergestellte Güter, gerade auch im Transit, frühzeitig und entschlossen aus dem Verkehr gezogen werden.

Kommunikation ist als Element des Wettbewerbs gut für die Gesellschaft, als Informationsquelle gut für die Verbraucher und als Möglichkeit zur Differenzierung gut für die Unternehmen. Um die Werbung als Element der sozialen Marktwirtschaft zu sichern, setzt sich der Markenverband für die folgenden Positionen ein: Erhalt der Kommunikationsfreiheit von Unternehmen und Marken, keine Beschränkung des werblichen Zugangs zu einzelnen Zielgruppen und Stärkung eines fairen und transparenten Leistungswettbewerbs im Mediageschäft. Insbesondere wendet sich der Markenverband ganz klar gegen derzeit in Brüssel diskutierte, regulatorische Maßnahmen, wie die Verpflichtung zu Blanko-Einheitsverpackungen, die einem Frontalangriff auf die Marke gleichkommen.

In der **Verbraucherpolitik** achtet der Markenverband weiterhin darauf, dass die Verbraucher nicht entmündigt werden.



Im Bereich des Verbraucherschutzes hat sich der Markenverband dem Ziel der Stärkung von Compliance verpflichtet. Dies verlangt vom Gesetzgeber die Gewährleistung effektiven Rechtsschutzes. Also klare und eindeutige Regeln, die auch in der Praxis umgesetzt werden können. Denn effektiver Rechtsschutz bedeutet sicherzustellen, dass Rechte gar nicht erst verletzt werden. Dagegen sind Sammelklagen nach amerikanischem Vorbild nicht einmal zur Wiedergutmachung geeignet, sie bereichern nur die Klageindustrie.

Eine erschreckende Entwicklung vollzieht sich zur Zeit beim Verbraucherschutzministerium (BMELV). Anstelle auf Aufklärung und Verbesserung, wird auf Pranger und offene Anklage gesetzt. Dort ist geplant eine Internetplattform zu finanzieren, die von einer Verbraucherzentrale betreut wird und auf der Jedermann seine ungeprüften oder haltlosen Vorwürfe gegen aus seiner Sicht vermeintlich irreführende Lebensmittel kundtun kann. Dies gilt selbst für solche Lebensmittel, die unzweifelhaft allen gesetzlichen Kennzeichnungsvorschriften entsprechen. Eine solche Vorgehensweise schadet rechtstreuen Unternehmen, die im Internet mit dem Siegel eines Bundesministeriums diskreditiert werden. Es droht die Etablierung von demokratisch nicht legitimierten Sekundärstandards, die in Konkurrenz zu den gesetzlichen Vorgaben treten. Hier erwartet der Markenverband vom BMELV erhebliche Nachbesserungen an der geplanten Internetplattform, insbesondere, dass Fragen abstrakt und nicht marken- und unternehmensbezogen diskutiert werden.

In Brüssel ist für Frühjahr die erste Lesung der Verbraucherrechte-Richtlinie geplant. Die sehr komplexe Materie wird vom Markenverband intensiv begleitet, insbesondere sollen für alle Akteure gleiche Widerspruchsrechte im Fernabsatz sichergestellt sein.

Nachhaltigkeit ist seit jeher Teil des Markenversprechens, als Trendsetter vermitteln Marken Werte ökologischer Nachhaltigkeit. Vor diesem Hintergrund unterstützt der MV den Ansatz von Bundesregierung und EU, das Thema Ressourcenschonung im nächsten Jahr vertiefen zu wollen. National setzt sich der MV ordnungspolitisch für eine ganzheitliche Kreislaufwirtschaft zur Wiederverwertung aller Wertstoffe aus Abfällen ein. Hierfür ist die zügige Einführung der Wertstofftonne unabdingbar. Auf EU-Ebene gilt es, weitgehende Interventionen und überbordende Kennzeichnungspflichten zu verhindern.

Ihre Ansprechpartner für die Presse:

Johannes Ippach, Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
eMail: j.ippach@markenverband.de Tel. 030/206168-37

Angela Geflitter, Assistenz Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
eMail: a.geflitter@markenverband.de Tel. 030/206168-50