



MARKENVERBAND

MARKEN MACHEN MEHR –

für ein besseres Europa

Manifest des Markenverbands

für die Legislaturperiode des
europäischen Parlaments 2024 – 2029

Marken gestalten Wandel und schaffen Wohlstand

Europa ist die Heimat von Marken. Viele davon gibt es seit hunderten von Jahren, mit einer reichen Geschichte der Vielfalt, des handwerklichen Könnens und von nachhaltiger Qualität. Bürgerinnen und Bürger vertrauen auf Markenartikel. Sie haben einen festen Platz in ihrem täglichen Leben.

In Deutschland und Europa erfunden und hergestellt, werden viele Markenprodukte heute sowohl hier verkauft wie in die ganze Welt exportiert. Grundlage dafür sind **unternehmerischer Mut, Innovationskraft** und **der Schutz geistigen Eigentums**. Hinzukommen müssen die Wettbewerbsfähigkeit Europas und fairer Wettbewerb auf dem Binnenmarkt, der es Verbraucherinnen und Verbrauchern erlaubt, aus einer breiten Vielfalt an Marken auszuwählen.

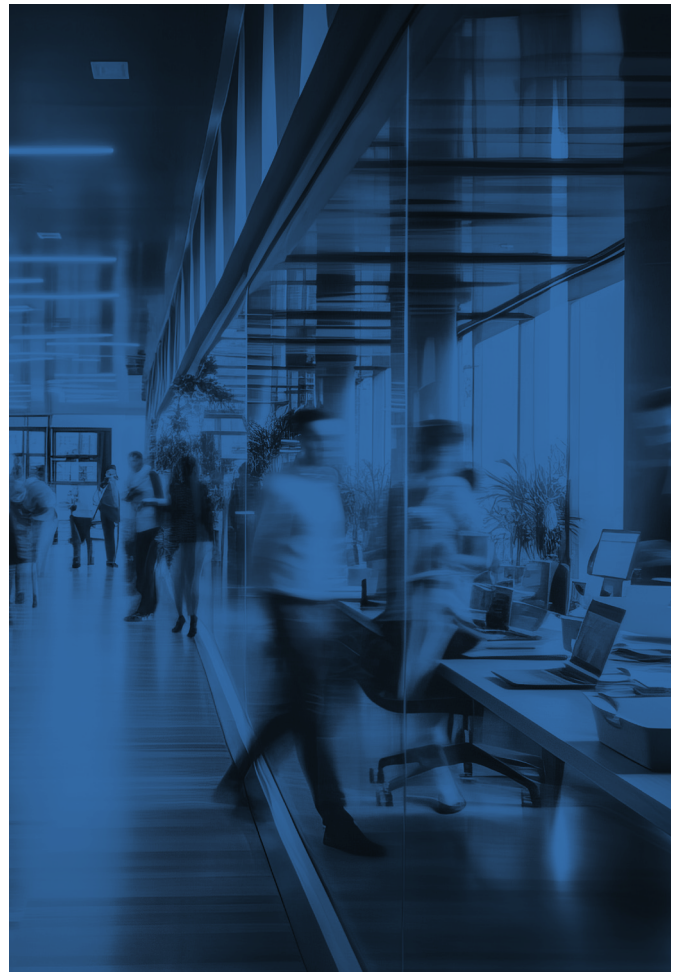
Die Markenwirtschaft in Deutschland steht für einen **Markenumsatz in Höhe von knapp 1,1 Billionen Euro und über 5 Millionen Arbeitsplätze**. Auf diesem Erfolg wollen wir weiter aufbauen, den Wandel mitgestalten und langfristig Wohlstand schaffen.

Markenumsatz (€)

1,1 Billionen

Arbeitsplätze

5 Millionen



Europa am Scheideweg richtig lenken

Lange waren die Rahmenbedingungen für die Europäische Union und die Länder, die sie formen, nicht mehr so herausfordernd wie heute. Dies gilt für die Wirtschaftspolitik, für den Umwelt- und Nachhaltigkeitsbereich, für die Fragen der Sozial- und Innenpolitik ebenso wie für die Sicherheitspolitik.

Der russische Angriffskrieg fordert eine klare Haltung und koordiniertes Handeln in Europa in einer Zeit, in der das wirtschaftliche Gewicht der EU abnimmt. **Die EU macht nur noch 13 Prozent des weltweiten Bruttoinlandsprodukts aus. Als der europäische Binnenmarkt 1993 gegründet wurde, waren es über 20 Prozent.** Das wirtschaftliche Gewicht Europas wird inzwischen von den USA und China übertroffen, und Indien liegt nicht weit dahinter.

Deutschland war immer ein wesentlicher Motor der EU und kämpft jetzt selbst mit Stagnation. Umso wichtiger ist es heute, die Stimme für unsere freiheitlich demokratische Gesellschaft und eine liberale marktorientierte Wirtschaftsordnung in Deutschland und der EU zu erheben. **Europa muss zusammenstehen, um den Wohlstand und die Freiheit seiner Bürgerinnen und Bürger zu verteidigen.**

Jetzt ist der Zeitpunkt, gezielt auf langfristige Lösungen hinzuarbeiten!

Wir wollen kein grundlegend anderes, sondern ein besseres Europa. Denn Europa und seine Werte – Demokratie, Vielfalt, Weltoffenheit, Sicherheit und Wohlstand – sind gut. Es sind Werte, die die Marktwirtschaft uneingeschränkt teilt. Die Marktwirtschaft steht damit im Schulterschluss mit all jenen Verbänden, Unternehmen, Organisationen und gesellschaftlichen Institutionen, die sich gegen dumpfen Populismus und für Freiheit und Vielfalt sowie ein neues Miteinander einsetzen.

In Europa müssen die Weichen daher jetzt für fairen Wettbewerb ebenso wie neue Wettbewerbsfähigkeit und nachhaltiges Wachstum gestellt werden. Dies ist Voraussetzung für **Innovationen, Investitionen und Handlungsfähigkeit sowohl in der Wirtschafts- als auch in der Sozialpolitik.**

Mehr als zwei Drittel der nationalen Gesetze sind Umsetzungen europäischer Vorgaben. Deshalb ist es entscheidend, dass die **Legislaturperiode 2024-2029** einen Rahmen vorgibt, der auch in Deutschland den nötigen **Wachstumsschub** ermöglicht und so die **innere wie äußere Freiheit** sichert.

Dazu braucht es **praktikable Lösungen, die am besten gemeinsam mit den Wirtschaftsbeteiligten erarbeitet werden** können. Die ausgewiesene Expertise der Unternehmen muss Teil der Lösung sein. Dies gilt auch für den Bereich der Nachhaltigkeit. Ökologie und Ökonomie gehen dann Hand in Hand, wenn Unternehmen und Betriebe ausreichend **Freiraum und Schutz für Innovationen und Investitionen** bekommen.

Die richtigen Rahmenbedingungen für Innovationen sind wesentliche Voraussetzungen für mutige Investitionen in den Wirtschaftsraum EU – sei es in moderne Technologien, in neue Produkte und Produktionsverfahren oder in innovative Serviceleistungen. **Europa muss wieder attraktiver für Investitionen werden.** Dann gelingt der Wandel zu einem wettbewerbsfähigen, vielfältigen und nachhaltigen Europa, von dem auch wieder Impulse für notwendige Transformationen für andere Regionen ausgehen.

Europa gemeinsam stark machen

Unsere wichtigsten Forderungen für ein starkes Europa der Vielfalt



Geistiges Eigentum muss so gestärkt werden, dass es Vertrauen in den Schutz vor Fälschungen schafft

- ★ **Markenfälschungen sind Diebstahl.** Sie schädigen Erfinder und Unternehmen. Und sie gefährden Verbraucherinnen und Verbraucher. Der **Digital Services Act** kann nur der erste Schritt hin zu einer **besseren Sicherheit für die Verbraucher** zum **Schutz vor Fälschungen auch im Internet** sein. Weitere Schritte müssen folgen.
- ★ Die Vorschläge in der sogenannten **EU-Toolbox gegen Fälschungen** müssen – trotz nichtlegislativen Charakters – so umgesetzt und nachverfolgt werden, dass sie effektiv zu einer **wirksamen Bekämpfung von Fälschungen** führen.
- ★ Die Markenwirtschaft ist ein Innovationszentrum. **Geistiges Eigentum ist Treiber von Innovationen.** Es zu ermöglichen und zu schützen, ist daher wesentlich für den Fortschritt zum **Vorteil der Umwelt und Verbraucher**, z.B auf die erleichterte Produktanwendung oder die Sicherheit des Produkts selbst.
- ★ Die Anerkennung der Bedeutung des geistigen Eigentums ist ein entscheidender Faktor zur **Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der EU.** Wettbewerber wie China oder die USA schützen das geistige Eigentumsrecht streng **zum Vorteil ihrer heimischen Unternehmen.** Europa muss hier schnell aufholen.

2

Den Markenunternehmen das nötige Vertrauen seitens der Gesetzgeber entgegenbringen

- ★ Markenunternehmen stehen **an der Seite der Verbraucherinnen und Verbraucher**, die sie mit belegbaren Aussagen bestmöglich informieren wollen. Deshalb gilt für Marken: **no data, no claim**. Eventuelle zusätzliche Vorgaben, wenn überhaupt erforderlich, müssen handhabbar sein.
- ★ Verbraucher müssen sich über **Produktinnovationen** der **fair agierenden Unternehmen** ohne langwierige Prozesse bei der Markteinführung **informieren** und sie erhalten können.
- ★ Europa soll **Ziele definieren**, aber **mehr Freiheit beim Erreichen dieser Ziele einräumen**. Nachhaltige Produktgestaltung bedeutet nicht die Beschränkung auf lediglich einen Ansatz zur Zielerreichung. **Markenhersteller benötigen die Freiheit bei der Gestaltung des Lösungswegs, um Fortschritt zu erreichen**.
- ★ Europa braucht **mehr Pragmatismus und Augenmaß**. Einzelfallbetrachtungen bei der Anwendung von Produkten oder Materialien in einem bestimmten Bereich führen zu **besseren Lösungen** als generelle Anwendungsverbote.

3

Marken brauchen Zugang zum Verbraucher

- ★ **Werbeverbote schränken Informationsmöglichkeiten ein**. Informierte und selbstbestimmte Bürgerinnen und Bürger müssen gemäß ihren Bedürfnissen aus einer **Vielzahl von Informationsquellen und Produkten frei auswählen** können.
- ★ **Europa steht für „in Vielfalt geeint“**. Markenhersteller können **die spezifischen Wünsche** der Bürgerinnen und Bürger nur erfüllen, wenn die **regionalen Alleinstellungsmerkmale** ihrer Produkte nicht aufgrund von Gleichmacherei verloren gehen und **regionale Präferenzen respektiert** werden.
- ★ Marken benötigen **freie Wahl der Vertriebskanäle** für besten Service und beste Produktqualität.
- ★ Es braucht **„Fairness for all“**. Zwischen allen Partnern der Lieferketten und bezogen auf alle wichtigen Elemente der Transaktionen bedarf es **Fairness und Verlässlichkeit**, um das **beste Ergebnis für Verbraucher und Unternehmen** erzielen zu können.

Der Markenverband



Als **Spitzenverband der Marktwirtschaft in Deutschland** vereinen wir unter unserem Dach seit vielen Jahren **mehrere hundert Mitglieder**. Darunter sind familiengeführte, kleinere und mittelständische Unternehmen ebenso wie international tätige Unternehmen.



Unsere **Mitglieder und die Marken**, die sie geschaffen haben, kommen aus den **unterschiedlichsten Branchen** – von Nahrungs- und Genussmitteln über Telekommunikation bis hin zu Konsum- und Gebrauchsgütern.



Es sind **Markenunternehmen**, die mit ihren Kernwerten für Innovationen, verantwortungsvolles Handeln und nachhaltigen Wandel stehen – von **Schamel Meerrettich** bis **Ritter Sport**, von **Dr. Oetker** bis **Dr. Schär**, von **Rotkäppchen-Mumm** bis zu **Vileda, Kärcher, Miele** oder **Procter & Gamble**.

Ansprechpartner

Ihr direkter Draht zum Markenverband in Berlin und Brüssel



Patrick Kammerer
Hauptgeschäftsführer

+49 30 206 168 - 10
p.kammerer@markenverband.de



Dr. iur. Andreas Gayk
Stellvertretender
Hauptgeschäftsführer

+49 30 206 168 - 30
a.gayk@markenverband.de



Dr. iur. Julia Hentsch
Leiterin Rechts- &
Verbraucherpolitik

+49 30 206 168 - 40
j.hentsch@markenverband.de



Carola Wandrey
Leiterin Umwelt & Nachhaltigkeit

+49 30 206 168 - 15
c.wandrey@markenverband.de



Thorsten Winkler
Leiter Wettbewerbs- &
Vertriebspolitik

+49 30 206 168 - 34
t.winkler@markenverband.de



Anja Siegemund
Leiterin Büro Brüssel

+32 2 502 3091
a.siegemund@markenverband.eu



MARKENVERBAND



Markenverband e.V.

Geschäftsstelle Berlin
Unter den Linden 42
D-10117 Berlin

Tel.: +49 30 206 168 - 0
Fax: +49 30 206 168 - 777
E-Mail: info@markenverband.de

www.markenverband.de

The German Brands Association

Geschäftsstelle Brüssel
Rue Marie de Bourgogne 58
B-1000 Bruxelles

Phone: +32 2 502 3091
Fax: +32 2 502 0391

www.markenverband.eu