



MARKENVERBAND

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

PRESSEMITTEILUNG

Vorschläge der Europäischen Kommission für einen digitalen Binnenmarkt

Ein wesentlicher erster Schritt mit Augenmaß

Berlin, 26.05.2016. Für das ambitionierte Vorhaben, einen digitalen Wirtschaftsraum zu schaffen, hat die EU-Kommission jetzt Teile dieser Strategie konkret in Vorschläge für den europaweiten Online-Handel umgesetzt. „Bei den Vorschlägen handelt es sich um einen wesentlichen ersten Schritt mit Augenmaß. Erfreulich ist, dass die drohende Benachteiligung des stationären Handels gegenüber dem elektronischen Handel vom Tisch ist,“ sagt Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer Markenverband e. V. Er ergänzt: „Einen Bereich vernachlässigt die Kommission sträflich: Den Schutz des Verbrauchers vor Fälschungen. Hierzu müssen die Verkaufsplattformen in die Pflicht genommen werden.“

Der Markenverband begrüßt, dass in dem gestern vorgestellten Paket grundlegend eine Benachteiligung des stationären Handels gegenüber dem elektronischen Handel vermieden und gleichzeitig die unternehmerischen Freiheiten zur Gestaltung der eigenen Vertriebssysteme geschützt werden sollen. Aus gutem Grund sieht die Kommission keine generelle Lieferverpflichtung von Unternehmen über die Grenzen vor, sondern strebt eine Gleichstellung des Online-Einkaufs mit dem stationären Passivkauf an. Ein wesentliches Augenmerk wird der Markenverband im weiteren Gesetzgebungsprozess darauf richten, dass die Unternehmen im Zusammenhang mit dem Online-Handel nicht mit überbordenden Dokumentationspflichten belastet werden.

Vollständig übersieht die EU-Kommission, dass ein Schwerpunkt mangelnden Konsumentenvertrauens im Online-Handel auf der hohen Anzahl gefälschter Produkte beruht, die über das Internet verkauft werden. Es ist daher dringend erforderlich, Plattformbetreibern proaktive Sorgfaltspflichten aufzuerlegen, um Verbraucher besser vor dem Kauf von Fälschungen zu schützen. Hier scheut die EU-Kommission aber offensichtlich die Auseinandersetzung mit US-amerikanischen Internetmonopolisten, die zwar von Fälschungsverkäufen finanziell profitieren, sich aber beharrlich weigern, Verbraucher proaktiv zu schützen.

Ansprechpartner:

Dr. Alexander Dröge
Leiter Recht / Verbraucherpolitik
Tel.: 030/20 61 68 40
E-Mail: a.droege@markenverband.de

Dr. Andreas Gayk
Leiter Vertriebspolitik / Handelsbeziehungen
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

Der 1903 in Berlin gegründete Markenverband ist die Spitzenorganisation der deutschen Markenwirtschaft. 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.