
STELLUNGNAHME DES MARKENVERBANDES IM RAHMEN DER

KONSULTATION ZUR REVISION DER VERORDNUNG (EU) 2019/1020

Die Markenwirtschaft steht in Deutschland für einen Markenumsatz in Höhe von knapp 1,1 Billionen Euro und rund 5,2 Millionen Arbeitsplätze. Der 1903 in Berlin gegründete Markenverband ist die Spitzenorganisation der deutschen Markenwirtschaft und mit seinen rund 300 Mitgliedern der größte Verband dieser Art in Europa. Mitglied sind sowohl mittelständische, familiengeführte als auch internationale Unternehmen aus vielfältigen Branchen – insbesondere aus der Nahrungs- und Genussmittel- sowie der Gebrauchsgüterbranche. Darunter finden sich führende Marken wie Abus, Beiersdorf, Hugo Boss, Coca-Cola, Gardena, Haribo, Henkel, Hochland, Kärcher, Melitta, Merz Consumer Care, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Ritter Sport, Rotkäppchen-Mumm, Unilever, Vileda und viele weitere renommierte Firmen.

Sie alle stehen mit ihren Marken für Vertrauenswürdigkeit in die hohe Qualität, Sicherheit und innovative Lösungen für den Verbraucher.

Diese Vertrauenswürdigkeit wird jedoch untergraben, wenn qualitativ minderwertige, unsichere oder unter menschenrechtlich fragwürdigen Verhältnissen hergestellte Nachahmungen und Fälschungen den Verbraucher erreichen. Das gefährdet in Europa Verbraucher, Arbeitsplätze in der Markenindustrie und Markenhersteller.

Deshalb begrüßt der Markenverband die Intentionen der Europäischen Kommission, mit der Überarbeitung der Verordnung (EU) 2019/1020 Anstrengungen zur Bekämpfung unsicherer und illegaler Produkte unternimmt.

Im Folgenden führen wir unsere Anliegen im Detail aus:

Die Zahl, der aus dem nichteuropäischen Ausland in den Binnenmarkt versandten Päckchen wächst beständig an und hat sich mittlerweile zu einer wahren Flut gesteigert. Gleichzeitig ist auch die Zahl der für den Verbraucher gefährlichen, weil illegalen Inhalte, die sie erreichen, dramatisch gestiegen. Das können und dürfen wir nicht hinnehmen.

Deshalb müssen sowohl der Zoll als auch die Marktüberwachungsbehörden die notwendige Unterstützung in Form von Expertise und Technik erhalten, um

Fälschungen so früh wie möglich zu entdecken. Es muss verhindert werden, dass die Verbraucher diese Artikel erhalten.

Zum einen kann der Zoll realistischerweise nicht allein alle Fälschungen identifizieren aufgrund der Anzahl der zu kontrollierenden Produkte.

Marktüberwachungsbehörden und Zoll müssen gemeinsam die illegalen Produkte identifizieren. Die bisherige Aufteilung, dass der Zoll die Identifikation der Fälschungen vornimmt während die Marktüberwachungsbehörden lediglich die Produktsicherheit überprüfen, ist realistischerweise nicht länger zu rechtfertigen vor dem Hintergrund der ansteigenden Gefahren für die Verbraucher aufgrund der deutlich erkennbaren Lücken im effektiven Verbraucherschutz.

Zum anderen kann eine derart strikte Trennung des Aufgabenbereichs auch auf Basis der Fakten nicht länger gerechtfertigt werden. Die Wahrscheinlichkeit, dass ein gefälschtes Produkt unsicher ist, kann und muss als ziemlich hoch bewertet werden. Die gefälschten Produkte werden nicht mit dem Fokus hergestellt, dass die Verbraucher in der EU auf sichere und nachhaltige Weise davon profitieren können. Vielmehr gilt der Fokus dieser unfair agierenden Hersteller dem schnellen eigenen Gewinn, oft auch der Unterstützung von Terrornetzwerken.

Die Realität zeigt, dass bisherige Schutzmechanismen nicht ausreichend effektiv sind, um den angestrebten Schutz in der EU tatsächlich zu gewährleisten.

Der Markenverband spricht sich vor dem bereits sehr oft nachgewiesenen Zusammenhang zwischen Fälschung und Produktunsicherheit dafür aus, dass

- bei der Überprüfung der Produktsicherheit gleichzeitig die Echtheit des Produkts vorgenommen wird. Ebenso rechtfertigt der Schutz der EU-Bürger, dass bei der Überprüfung der Echtheit auch die Produktsicherheit getestet wird.
- konsequenterweise das Safety Gate dann auch auf die Eintragung von Angaben zu identifizierten Fälschungen erweitert werden muss. Aus dem Safety Gate muss ein „Legal Gate“ werden.
- grundsätzlich gilt:

Einmal identifizierte unsichere Produkte sollen nicht wieder für die Verbraucher erhältlich sein. Kommissar McGrath hat im letzten Jahr bestätigt, dass Testreihen ergeben haben, dass als unsicher im Safety Gate gemeldete Produkte trotzdem wieder für die Verbraucher im Onlinehandel erhältlich waren. Diese hohen Risiken gehören unverzüglich beseitigt.



- in diesem Zusammenhang dann auch die Meldung der illegalen Produkte im Safety, dann „Legal Gate“, dazu führen muss, dass ein erneutes Erscheinen aller identifizierten Produkte im Onlinehandel zu verhindern ist.
- Online-Marktplätze sicherstellen müssen, dass die Produkte, die im „Legal Gate“ aufgeführt sind, nicht online erworben werden können.
- Plattformen dafür haften, dass die Schutzmechanismus des Safety, dann „Legal Gates“ effektiv eingehalten werden.

Berlin, 30.01.2026

gez. Anja Siegemund

Anja Siegemund

Leiterin Büro Brüssel | Director EU Liaison Office Brussels

Telefon +49 30 206168-58 | +32 2 50230-91

a.siegemund@markenverband.de

Markenverband e.V.

Unter den Linden 42 | 10117 Berlin

Rue Marie de Bourgogne 58 | 1000 Bruxelles

Der Markenverband ist registrierter Interessenvertreter bei der EU-Kommission (Nr. 2157421414-31) und beim Deutschen Bundestag (Nr. R000805).