



MARKENVERBAND

PRESSEMITTEILUNG

Leiter External Affairs

Michael Steinhauser

m.steinhauser@markenverband.de

Markenverband: Der Koalitionsvertrag stellt richtige Weichen. Jetzt kommt es darauf an, auch wirklich abzubiegen.

Berlin, 10.04.2025 – Die Bewertung des Koalitionsvertrags reicht von „Muss ja-Koalition“ (Spiegel) bis „Endlich ein Aufbruch“ (Hamburger Abendblatt). Der Markenverband kommt zum Schluss: „Die Wirtschaftswende kann gelingen, wenn der Vertrag richtig umgesetzt wird.“

Der Markenverband begrüßt es, dass mehrere seiner Vorschläge Eingang in den Koalitionsvertrag von Union und SPD gefunden haben. Dies betrifft insbesondere die Pläne zur Förderung der Wettbewerbsfähigkeit in Deutschland und Europa sowie zu einem wirksamen Abbau von Bürokratie für Mittelstand und Industrie.

„Aus Sicht der Markenwirtschaft in Deutschland stellt der Koalitionsvertrag richtige Weichen. Jetzt kommt es darauf an, dass die neue Bundesregierung bei der Umsetzung auch an den wesentlichen Stellen wirklich richtig abbiegt“, so Patrick Kammerer, Hauptgeschäftsführer des Markenverbands.

„Entscheidend ist jetzt, den versprochenen Bürokratieabbau ernsthaft voranzutreiben: Das muss schnell und praxisnah geschehen, damit es neue Investitionen in Innovationen gibt. Wir werden auf dieser Grundlage weiter mit der Politik im Gespräch bleiben. Die Wirtschaftswende kann gelingen, wenn die Ankündigungen im Vertrag richtig umgesetzt werden“, so Kammerer weiter.

Der Markenverband wirbt konkret für einen „Aktionsplan Wettbewerbsfähigkeit“. Besonders im Fokus stehen dabei der Schutz des geistigen Eigentums, der Kampf gegen Markenfälschungen als Teil der neuen nationalen IP-Strategie, fairer Wettbewerb sowie eine Nachhaltigkeitsregulierung mit Augenmaß.

Kommen Sie bei Rückfragen jederzeit gerne auf uns zu.

Ansprechpartner

Michael Steinhauser

Leiter External Affairs

Tel.: +49 30 206168-37

E-Mail: m.steinhauser@markenverband.de

Über den Markenverband e.V.

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 über 300 Mitgliedern und Förderern der größte Verband dieser Art in Europa. Mitglieder 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, Bell Food Group, 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.