



MARKENVERBAND

PRESSEMITTEILUNG

Leiter External Affairs

Michael Steinhauser

m.steinhauser@markenverband.de

Markenverband veröffentlicht ökonomisches Gutachten von Prof. Dr. Justus Haucap

Kinder-Lebensmittel-Werbegesetz schädigt Wirtschaft in Milliardenhöhe

Berlin, 23.06.2023. **Der deutschen Wirtschaft drohen Schäden in Milliardenhöhe, wenn das geplante Kinder-Lebensmittel-Werbegesetz (KLWG) in der vorliegenden Entwurfsform zur Anwendung kommt. Das ist das Ergebnis des ökonomischen Gutachtens der Wirtschaftsökonomen Prof. Dr. Justus Haucap, Dr. Ina Loebert und Dr. Susanne Thorwarth im Auftrag des Markenverbandes. Das KLVG verfehle nicht nur seine beabsichtigte Wirkung, zur Verbesserung der Gesundheit von Kindern beizutragen, sondern würde den Lebensmittel- und Medienstandort Deutschland massiv gefährden.**

Der Markenverband hat die ökonomische Wirkung des Kinder-Lebensmittel-Werbegesetzes (KLWG) von einem Autorenteam um Prof. Dr. Justus Haucap vom Institut Düsseldorf Competition Economics untersuchen lassen. Die Folgen wären von enormem Ausmaß für den deutschen Markt. Im Ergebnis attestiert das Gutachten, dass es keine empirisch tragfähige Grundlage dafür gibt, dass ein Werbeverbot für Lebensmittel zur Verbesserung der Gesundheit von Kindern beitragen könnte. Vielmehr ist davon auszugehen, dass Bruttowerbeverluste in Höhe von fast 3 Milliarden Euro entstünden mit fatalen Auswirkungen auf die Lebensmittel- und Werbewirtschaft im Gesamten.

Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer des Markenverbandes, findet klare Worte: „Das Gutachten zeigt eindeutig, dass das KLVG eine Mogelpackung ist und sein Ziel krachend verfehlen wird. Am meisten erschreckt mich die Art und Weise, wie hier seitens des Bundesministeriums für Ernährung ein Gesetzesentwurf durchgedrückt werden soll, der wesentlich die empirischen Fakten ignoriert. Diese Form des rein ideologisch motivierten Politik-Stils muss aufhören!“

Durch das geplante Gesetz würde nicht nur an Kinder gerichtete Lebensmittel-Werbung untersagt, sondern auch ein Werbeverbot für den überwiegenden Anteil aller Lebensmittel ausgesprochen. Betroffen wäre neben den privatwirtschaftlich finanzierten Medien auch die Lebensmittelindustrie. Die Werbeeinschränkungen wären so gravierend, dass Unternehmen den Anreiz verlieren würden, Innovationen auf den Markt zu bringen. „Marken sterben und der Standort Deutschland verliert international seine Wettbewerbsfähigkeit“, fasst Köhler zusammen.

Bereits seit längerem wirbt der Markenverband für einen ganzheitlichen Multi-Stakeholder-Ansatz, der die echten Ursachen für Fehlernährung und Übergewicht bei Kindern und Jugendlichen bekämpft, wie etwa die unzureichende Aufklärung der Eltern oder massiver Bewegungsmangel. Die Unternehmen der deutschen Markenwirtschaft wollen gemeinsam mit allen relevanten Akteuren wie Pädagogen, Ernährungsphysiologen, Ärzten und Vertretern von Sportvereinen eine wirksame Initiative für unsere Kinder starten: den Kinder-Gesundheits-Pakt für Deutschland.

Anm.: Das vollständige Gutachten zur ökonomischen Wirkung des KLVG finden Sie unter folgendem [Link](#).

Anlagen

Info-Grafiken aus dem Gutachten zu Bruttoumsatzerlösen, Bruttowerbeverlusten und dem Einfluss von Werbeerlösen auf Übergewicht

Presse-Ansprechpartner

Michael Steinhauser
Leiter External Affairs
Tel.: +49 30 206168-37

E-Mail: m.steinhauser@markenverband.de

Über den Autor des Gutachtens

Prof. Dr. Justus Haucap ist Direktor des Düsseldorfer Instituts für Wettbewerbsökonomie (DICE) und Partner bei Düsseldorf Competition Economics. Er war von Juli 2006 bis Juni 2014 Mitglied der Monopolkommission, die die Bundesregierung in Fragen der Wettbewerbspolitik und Marktregulierung berät und hatte von 2008 bis 2012 ihren Vorsitz inne. Von der Frankfurter Allgemeinen Zeitung wird er seit 2013 jährlich in der Liste der einflussreichsten Ökonomen in Deutschland geführt.

Über den Markenverband e.V.

Die Markenwirtschaft steht in Deutschland für einen Markenumsatz in Höhe von knapp 1,1 Bill. Euro und rund 5,2 Mio. Arbeitsplätze. Der 1903 in Berlin gegründete Markenverband ist die Spitzenorganisation der deutschen Markenwirtschaft und mit seinen rund 400 Mitgliedern der größte Verband dieser Art in Europa. Die Mitgliedsunternehmen stammen aus vielfältigen Branchen – von Automobil, Finanzen, Nahrungs- und Genussmittel über Telekommunikation bis hin zu Luxus und Lifestyle. Zu den Mitgliedern zählen Unternehmen aller Größenordnungen, vom Mittelstand bis zu internationalen Konzernen, wie ABUS, Beiersdorf, Hugo Boss, Coca-Cola, Deutsche Bank, Deutsche Bahn, Deutsche Telekom, Falke, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Dr. Oetker, Schamel Meerrettich, August Storck, WMF und viele andere renommierte Firmen.

Markenverband e.V.
Unter den Linden 42 | D-10117 Berlin

Tel. +49 30 206168-37
Fax +49 30 206168-737

Postfach 080 629 | D-10006 Berlin
www.markenverband.de