

Der Preis fürs Kopieren

Negativauszeichnung für Plagiatoren

Globalisierung und technischer Fortschritt sowie nur wenig abschreckende Strafen führen dazu, dass Produkt- und Markenpiraterie zu einem immer ernsteren Problem wird. Die Aktion Plagiarus hält seit über dreißig Jahren dagegen. Ausdruck findet dies unter anderem in dem gleichnamigen Negativpreis, der jährlich an die dreistesten Plagiatoren geht (Bild 1). W&S sprach mit Geschäftsführerin Christine Lacroix über das Problem.

W&S: Welcher Schaden entsteht jährlich durch Produkt- und Markenpiraterie?

Lacroix: Es gibt verschiedene Untersuchungen darüber, welche Schäden Produkt- und Markenpiraterie verursacht, unter anderem OECD-Studien sowie Zoll-Statistiken auf deutscher und europäischer Ebene. Sicher ist, dass die weltweiten Schäden sich auf etwa 200 bis 300 Milliarden Euro pro Jahr belaufen und mehrere hunderttausend Arbeitsplätze vernichtet werden. Für Deutschland entspricht dies mehreren 10 000 Arbeitsplätzen und einer Schadenshöhe von jährlich etwa 30 Milliarden Euro.

W&S: Welche Produktbereiche sind hauptsächlich betroffen?

Lacroix: Grundsätzlich ist zwischen Plagiaten und Fälschungen zu unterscheiden. Die Auszeichnung Plagiarus konzentriert sich fast ausschließlich auf Plagiate, also auf Nachahmungen, bei denen Produkt-Design oder die

Technik eins zu eins übernommen, die aber unter eigenem Markennamen vertrieben werden.

Die Fälschung kopiert zusätzlich zum Design auch noch den Markennamen. Hier sind zum Beispiel Luxusartikel, etwa Rolex-Uhren, oder auch Sportbekleidung betroffen. Plagiiert werden in der Hauptsache Produkte des täglichen Lebens, zum Beispiel Wasserkocher, Rasierapparate oder Spielwaren, bei denen zwar das Design wichtig ist, der Markenname aber nicht so eine große Rolle spielt. Grundsätzlich sind alle Branchen betroffen. Alle Produkte, die Profit versprechen, werden auch plagiirt oder gefälscht.

W&S: Welche Ursachen hat der immense Anstieg von Fälschungen und Plagiaten und mit welcher Entwicklung ist in Zukunft zu rechnen?

Lacroix: In den siebziger und achtziger Jahren gab es überwiegend Kopien, die sich auf Lowtech-Produkte bezogen, die Fälschern und Plagiatoren also wenig technisches Know-how abverlangten. Mittlerweile ist es so, dass auch hoch komplexe technische Produkte kopiert werden, weil auch das technische Know-how der Plagiatoren gewachsen ist. Heute resultieren daraus dementsprechend nicht nur minderwertige Nachahmungen, die unter Umständen auch für den Konsumenten gefährlich sind, sondern auch Plagiate und Fälschungen, die dem Original fast ebenbürtig sind (Bild 2). Dies bringt für den Originalhersteller das Problem mit sich, dass es für ihn selbst immer schwieriger wird, Original und Fälschung zu unterscheiden, und er auch vor Gericht nicht mehr ohne weiteres Recht erhält. Passiert beispielsweise ein



Bild 1: Der Plagiarus - ein schwarzer Zwerg mit goldener Nase
Bild: Aktion Plagiarus



Verkehrsunfall aufgrund eines gefälschten Bremsbelags, dann ist der Originalhersteller in der Pflicht zu beweisen, dass nicht sein Produkt zu dem Unfall geführt hat, sondern eine Fälschung. Hier kann es für den Hersteller durchaus sinnvoll sein, Sicherheitstechniken, wie Farb- oder Gencodes, Hologramme oder RFID-Technik, einzusetzen, über die er dann beweisen kann, dass eine Fälschung ursächlich für den Unfall war. Das Thema Produkthaftung kann andernfalls sehr teuer für den Originalhersteller werden.

Aber nicht nur die Qualität, sondern auch die Menge der Plagiate und Fälschungen hat, insbesondere in den letzten Jahren, immens zugenommen. Eine Ursache hierfür ist die Globalisierung, durch die es mittlerweile weltweite Produktionsmöglichkeiten, Vertriebskanäle

↓ ZUR PERSON



Dipl.-Betriebswirtin/Bachelor of Arts (hons.)
Christine Lacroix ist Geschäftsführerin der
Plagiarus Consultancy GmbH, Elchingen
Tel.: +49(0)7308/922422
E-Mail: lacroix@plagiarus.info
www.plagiarus.com

und Absatzmärkte gibt. Eine andere Ursache ist der technische Fortschritt, der Plagiatoren und Fälschern immer größere Möglichkeiten bietet, in kurzer Zeit hochwertige Plagiate herzustellen. Solange die Strafen nicht abschreckend genug sind, wird es auch in Zukunft für viele reizvoll sein, in das Geschäft mit Plagiaten und Fälschungen einzusteigen.

W&S: Aus welchen Ländern kommen die Täter und wie sind sie vernetzt?

Lacroix: Fälscher sitzen vorwiegend in Südostasien und Osteuropa. Bei Plagiaten, die den Markennamen nicht übernehmen, sind die Skrupel bei weitem geringer; dementsprechend sind die Verursacher weltweit, auch in Deutschland und Europa, anzutreffen. Südostasien beispielsweise dient hier zwar sehr oft als Produktionsstätte, was auch mit den niedrigen Lohnkosten dort zu tun hat. In westlichen Ländern gibt es allerdings zahlreiche Händler, die diese Produkte einkaufen, zum Teil sogar in Auftrag geben, und hier bei weitem höhere Profitmargen einstreichen als die asiatischen Produzenten. Da sich der Markt über Angebot und Nachfrage regelt, hat auch der Konsument, der zum Teil bewusst Plagiate einkauft, seinen Anteil an dem Geschäft.

W&S: Welche Maßnahmen gibt es national und international, um Plagiate zu bekämpfen?

Lacroix: Zugegeben, hundertprozentigen Schutz gibt es nicht. Die Möglichkeiten, Plagiaten vorzubeugen beziehungsweise diese zu bekämpfen, sind heutzutage dennoch mannigfaltig. Voraussetzung ist aber, dass die Unternehmen

individuelle Strategien ausarbeiten und im Rahmen des Möglichen aktiv werden. Wichtigste Maßnahme ist die Eintragung von gewerblichen Schutzrechten – Marke, Geschmacksmuster, Gebrauchsmuster, Patent – und zwar in allen für das Unternehmen relevanten Absatzmärkten. Nur wer seine Ideen schützt, kann rechtlich gegen Plagiatoren und Fälscher vorgehen und diese zur Rechenschaft ziehen. Gewerbliche Schutzrechte sind auch Voraussetzung für die Zusammenarbeit mit dem Zoll. Mit dem Instrument der „Grenzbeschlagnahme“ kann der Zoll im Auftrag der Industrie rechtsverletzende Waren aus Drittländern anhalten und dem Originalhersteller zur weiteren Bestimmung – zum Beispiel Gerichtsprozess oder Vernichtung – überlassen. Eine konsequente Marktbeobachtung ist ebenfalls unerlässlich. Dazu zählt der Rundgang am ersten Messetag genauso wie das Durchforsten von Internetplattformen. Aktuell intensivieren europäische, amerikanische und chinesische Regierungen und Zollbehörden die Zu-



Bild 2: Echt oder gefälscht – oft gibt nur die Beschriftung der Vitrinen Aufschluss, welches Produkt was ist. Bild: Carla Froitzheim

sammenarbeit im Bereich Justiz und Gesetzgebung. Ein regelmäßiger Wissens- und Erfahrungsaustausch steht ebenso auf dem Programm wie gemeinsame Aktionspläne und verstärkte Kontrollen durch den Zoll.

W&S: Wozu dienen im Detail die Aktion Plagiarius und der gleichnamige Negativpreis?

Lacroix: Gegründet hat die Aktion Plagiarius 1977 Professor Rido Busse. Grund war, dass die Produkte des Designers seinerzeit selbst Ziel von Plagiatoren wurden: Busse entdeckte während der Konsumgütermesse Ambiente auf dem Stand eines Herstellers aus Hong Kong ein exaktes Plagiat der

von ihm entworfenen Brief-Diät-Waage, angeboten zu einem Sechstel des Originalpreises, aber in deutlich schlechterer Qualität. Der Designer beschloss, durch die Vergabe eines Negativpreises im Rahmen einer Pressekonferenz die Öffentlichkeit sowie den Gesetzgeber auf diesen Missstand aufmerksam zu machen und über die negativen volkswirtschaftlichen Auswirkungen von Plagiaten und Fälschungen aufzuklären. Ziele der Aktion Plagiarius sind dementsprechend Aufklärung und Sensibilisierung der Öffentlichkeit, Unterstützung von Betroffenen, insbesondere kleinen und mittleren Unternehmen, in Form von Erstberatung und Weitervermittlung an Experten, Sensibilisierung der Industrie hinsichtlich der Bedeutung von gewerblichen Schutzrechten, Ausbau eines internationalen Expertennetzwerks, Verbesserung der rechtlichen Situation sowie Abschreckung der Plagiatoren. Symbolfigur des Negativpreises ist ein schwarz eingefärbter und mit einer goldenen Nase versehener Zwerg, was für die „goldene Nase“ steht, die sich Produktfälscher sprichwörtlich mit ihrem Gewerbe verdienen.

Interview: Christian Bothur

↓ AKTUELL

Plagiarius 2008 verliehen

In diesem Jahr ging der erste Preis an das chinesische Unternehmen Shantou Lian Plastic Products für die Kopie des Salz- und Pfefferstreuers „Two-in-One“ der Firma WMF. Das Design der Kopie ist zwar identisch mit dem des Originals, die Materialqualität reicht allerdings bei weitem nicht an das Original heran.



Der kopierte Salz- und Pfefferstreuer (jeweils links das Original, rechts das Plagiat) Bild: Plagiarius