

# PIRATEN DER MÄRKTE



Stephan Koziol auf der Tendence Lifestyle mit einem soeben vom Zoll beschlagnahmten Plagiat (links) und dem Original

Als noch Seeräuber mit Kopftüchern und Holzbeinen die Seewege unsicher machten, schlotterten die Händler vor Angst um ihre Waren. Die **Piraten des 21. Jahrhunderts** gehen viel subtiler vor: Sie haben es auch auf begehrte Artikel abgesehen – allerdings rauben sie diese nicht, sondern **überschwemmen den Markt mit Plagiaten und Fälschungen.** **Von Natalie Rosini**

Im Herbst vergangenen Jahres gelang dem Zoll der in Deutschland bislang größte Schlag gegen Produktpiraterie: Von Ende August bis Mitte November 2006 wurden im Hamburger Hafen 117 Container mit mehr als einer Million Paar gefälschten Turnschuhen, über 76.000 kopierten Uhren sowie Tausenden von gefälschten Kleidungsstücken, Spielsachen und sogar Waffen mit illegalen Zielvorrichtungen beschlagnahmt. Im Original hätten die Waren einen Gesamtwert von 383 Millionen Euro gehabt. Wenn man das mit den Zahlen aus dem Jahr 2005 vergleicht – damals betrug der gesamte Warenwert sichergestellter Plagiate deutschlandweit 213,4 Millionen Euro – wird eines klar: Der Handel mit Fälschungen von Markenartikeln boomt.

## VOM HINTERZIMMER ZUM PROFITABLEN WIRTSCHAFTSZWEIG

Es geht schon lange nicht mehr bloß um die gefälschte Rolex aus Thailand oder das Fake-Lacoste-Polo aus dem Türkei-Urlaub. Der Deutsche Zoll warnt davor, daß in immer stärkerem Maße die Sicherheitsbereiche in der Automobil- und Flugzeugbranche betroffen sind - gefälschte Bremsbeläge oder Sicherheitsventile seien keine Ausnahme. Und auch im Bereich Arzneimittel wird wild gefälscht - nicht selten mit fatalen Folgen. Die Auswirkungen sind gravierend: Der „Aktionskreis deutsche Wirtschaft gegen Produkt- und Markenpiraterie“ beziffert den Schaden für die deutsche Wirtschaft auf 25 Milliarden Euro in

jedem Jahr, laut Schätzungen des DIHK sind es sogar 30 Milliarden, bis zu 70.000 Arbeitsplätze würden vernichtet. Weltweit sei von 120 Milliarden Euro Schadenssumme auszugehen. Der Frankfurter Patentanwalt Dr. Tim Meyer-Dulheuer erklärt: „Die Produktpiraterie hat sich heute zu einem der weltweit profitabelsten Wirtschaftszweige entwickelt; ganze Volkswirtschaften, insbesondere in Ostasien, florieren prächtig, indem sie die besten und innovativsten Produkte hemmungslos kopieren. Nach durchaus seriösen Schätzungen machen Plagiate heute 7 bis 9 Prozent des gesamten Welthandels aus. Neben Umsatzverlusten ist zudem aufgrund von qualitativ minderwertigen Fälschungen und sogar Produkthaftungsprozessen für gefälschte Produkte zu rechnen. Aufgrund dieser Tatsache ist der durch die moderne Piraterie verursachte Schaden nur äußerst schwer zu beziffern.“



Dr. Tim Meyer-Dulheuer

## MEUTEREI AUF DEM WELTMARKT

Immer mehr Markenhersteller wehren sich gegen Produktpiraterie, indem sie zum Beispiel Gebrauchsmusterschutz anmelden und den Zollbehörden melden, wo sie gefälschte Waren vermuten. Messen sind Plattformen und Marketinginstrumente

„Im Prinzip kann man ja auch ein wenig stolz sein, wenn man kopiert wird – immerhin ist das Plagiat die älteste Form der Anerkennung. Aber Spaß beiseite: Was mich am allermeisten ärgert, ist die Dreistigkeit derer, die den Ideen- und Wissensklau ganz offen betreiben. Ich zum Beispiel finde das Vorgehen der Firma Tchibo, die nur darauf wartet, bis ein Hersteller ein tolles Design entwickelt hat, um es zu kopieren, schlimmer als das Verhalten vieler Fälscher aus Fernost.“ Stephan Koziol, Inhaber von „Koziol – Ideas for Friends“ in Erbach im Odenwald.

erster Wahl, wenn es um die Präsentation neuer Produkte geht. Leider versuchen auch zuweilen schwarze Schafe, dieses Umfeld für den Vertrieb von Plagiaten zu nutzen. Daher startete die Messe Frankfurt vergangenes Jahr gemeinsam mit zahlreichen Partnerorganisationen die breit angelegte Initiative „Messe Frankfurt against Copying“. Auf allen Frankfurter Messen werden Aussteller und Besucher aus erster Hand darüber informiert, wie sie ihre Ideen, Designs und Produkte bereits frühzeitig schützen und diesen Schutz effektiv durchsetzen können. Die Initiative richtet sich vor allem an kleinere- und mittelständische Unternehmen, da diese häufig nicht ausreichend über ihre Möglichkeiten informiert sind. So erfahren sie zum Beispiel, daß Schutz vor Ideenklau und Fälschungen nicht bloß mit Hilfe eines Patents möglich ist, sondern beispielsweise auch mit sogenannten Geschmacksmustern, die etwa das Design eines Produktes für maximal 25 Jahre schützen. Gerade bei Geschmacksmustern

„VIELE RECHTSINHABER  
WISSEN ÜBERHAUPT NICHTS VON DEN  
MÖGLICHKEITEN EINER  
ZUSAMMENARBEIT MIT DEM ZOLL“

sei das Verfahren laut Deutschem Patent- und Markenamt zudem einfach und mit 70 Euro Anmeldegebühr nicht teuer. Bei den Partnerorganisationen der Initiative „Messe Frankfurt against Copying“ handelt es sich um alle relevanten staatlichen Stellen und privaten Initiativen aus dem Bereich gewerblicher Rechtsschutz: das Europäische Amt für Marken- und Musterschutz (HABM), das Deutsche Patent- und Markenamt, der Aktionskreis der Deutschen Wirtschaft gegen Produktpiraterie e.V., die Aktion Plagiarius e.V., der Zoll (Zentralstelle Gewerblicher Rechtsschutz) und das Euro Info Centre Wiesbaden. „Viele Rechtsinhaber wissen überhaupt nichts von den Möglichkeiten einer Zusammenarbeit mit dem Zoll“, erklärt Klaus Hoffmeister von der Zentralstelle Gewerblicher Rechtsschutz in Nürnberg. „Deshalb machen wir das Angebot, sich auf dem Informationsstand der Aktion ‚Messe Frankfurt against Copying‘ umfangreich zu informieren. Mit dem Zoll gewinnen Hersteller einen zuverlässigen Partner für den Kampf gegen Produktpiraten. Mehr als 700 renommierte Schutzrechtsinhaber profitieren bereits von unserer jahrelangen Erfahrung. Und das mit großem Erfolg, wie unsere Statistiken zeigen.“ Verglichen mit den Zahlen aus dem Vorjahr sind die Beschlagnahmungen auf den Messen Heimtextil, Paperworld, Beautyworld, Christmasworld und Ambiente deutlich zurückgegangen. Die Geschmacksmusteranmeldungen dagegen sind in diesem Jahr um acht Prozent gestiegen. ▶



Preisträger des Plagiarius 2003: Neu ins Leben gerufen wurde der „Sonderpreis für Serienschöpfer“. Dieser wurde der Fa. China Tuhsu Zhejiang Tea I/E Corp, Hangzhou, China verliehen für die folgenden 11 Plagiate der Fa. Koziol – ideas for friends GmbH, Erbach: Eierbecher Olaf, Kapselheber Froschkönig, Kapselheber X-Ray, Wandhaken Bunny, Badethermometer Joe Pool, Korkenzieher Sancho, Fotohalter Kookoo, CD-Halter DJ, Phone Butler Johnny, Gemüsebürste Tweetie, Spaghettiheber Gina



Preisträger des Plagiarius 2007: Sonderpreis für eine Fälschung Tankstellen-Zapfventile „ZVA Slimline“ und „ZVA 200 GR“. Originale: ELAFLEX Tankstellentechnik GmbH & Co., Hamburg  
Fälschungen: Zhejiang Baotai Machine Factory Co., Ltd., Zhejiang, P.R. China

## INFO

Markenpiraterie ist das illegale Verwenden von Zeichen, Namen, Logos (Marken) und geschäftlichen Bezeichnungen, die von den Markenherstellern zur Kennzeichnung ihrer Produkte im Handel eingesetzt werden. Produktpiraterie ist das verbotene Nachahmen und Vervielfältigen von Waren, für die die rechtmäßigen Hersteller Erfindungsrechte, Designrechte und Verfahrensrechte besitzen. Der Marken- und Produktpirat übernimmt unerlaubt das technische Wissen, das sich ein Unternehmen in langjähriger Arbeit und unter Einsatz enormer finanzieller Mittel erworben hat, um es für seine Produkte zu nutzen. Er verwendet die Bekanntheit einer Marke, die ein Markenhersteller aufgrund seiner Qualitätsprodukte erlangt hat, um den Verbraucher über die tatsächliche Herkunft der Ware und Qualität zu täuschen. Weitere Informationen zum Gewerblichen Rechtsschutz erhalten Sie unter [www.ipr.zoll.de](http://www.ipr.zoll.de)



Preisträger des Plagiarius 2006: Motorsäge „MS 380“. Original: ANDREAS STIHL AG & Co. KG, Waiblingen. Plagiat: SWOOL Power Machinery Co. Ltd., Quzhou, Zhejiang, P.R. China



Reges Interesse am Informationsstand zu Messe Frankfurt against Copying während der Automechanika Argentina in Buenos Aires

„Das läßt uns hoffen, daß unsere Initiative in beiden gewünschten Richtungen Wirkung zeigt: Einerseits ist sie eine eindeutige Warnung an alle Fälscher, andererseits eine effektive Aufklärung unserer Aussteller, damit sie ihre Ideen und Produkte früh genug schützen“, sagt Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt.

Die Initiative „Messe Frankfurt against Copying“ startete im Januar letzten Jahres im Rahmen der Heimtextil. Im November 2006 fiel der Startschuß für die Initiative „Messe Frankfurt against Copying“ auch international – auf den Automechanikas in Buenos Aires und Shanghai, den Fachmessen für die internationale Automobilwirtschaft. Der Autoteilemarkt und der automobile Aftermarket sind für Fälscher ein beliebtes Terrain, und gefälschte Teile sind insbesondere auf dem chinesischen Markt sehr verbreitet. Stephan Burma, Geschäftsführer der Messe Frankfurt Asia Holding: „Das Problem steht für uns als ausländischer Messeveranstalter schon seit Jahren ganz oben auf der Agenda. Die Initiative ‚Messe Frankfurt against Copying‘, war ein wichtiger Schritt in unserem engagierten Kampf gegen den Handel mit illegalen Produktkopien.“



Kein heißbegehrter Preis im eigentlichen Sinne: der Plagiarius-Zwerg



Christine Lacroix

MIT EINER ARMEE VON ZWERGEN GEGEN DIE FREIBEUTER DER MÄRKTE – DIE AKTION PLAGIARIUS

1977 entdeckte der Designer Professor Rido Busse auf der Frankfurter Ambiente am Stand eines Herstellers aus Hong Kong ein Plagiat eines von ihm entworfenen Produkts – angeboten zu einem Sechstel des Originalpreises, aber auch in deutlich schlechterer Qualität. Dies war die Geburtsstunde des „Plagiarius“, ein Negativpreis, der seither jährlich auf der Ambiente im Rahmen einer Pressekonferenz an die dreistesten Plagiatoren verliehen wird. Die Statue: ein schwarzer Gartenzwerg mit goldener Nase (selbige verdienen sich die Fälscher nämlich mit ihrem Ideenklau). „Unser Fokus ist es, den Gesetzgeber auf die Mißstände aufmerksam zu machen und zudem auch die Betroffenen, vor allem mittelständische Unternehmen, über ihre Möglichkeiten im Kampf gegen Plagiatoren aufzuklären.“ erklärt Christine Lacroix, Geschäftsführerin von „Plagiarius“. „Doch in Zeiten von ‚Geiz ist geil‘ wollen wir natürlich auch Verbraucher für diese Problematik sensibilisieren: Das Qualitätsdenken gerät leicht ins Abseits, wenn ein Produkt plötzlich nur die Hälfte oder weniger kostet. Über den Schaden für den Originalhersteller, der hohe Kosten für Entwicklung und Design seiner Ware aufwenden mußte, denkt kaum einer nach. Leider auch nicht über die Gefahren, die zum Beispiel von Elektrogeräten oder Autoersatzteilen ausgehen, welche nicht nach deutschen Standards hergestellt und vom TÜV geprüft werden. Hinzu kommt, daß wir auch an das Verantwortungsgefühl jedes Einzelnen appellieren: Mafiöse Strukturen und nicht zuletzt unsoziale Bedingungen für die Arbeiter, mitunter auch Kinderarbeit, sind nämlich ein weiterer Faktor, der die hohen Gewinnmargen für die Plagiatoren ermöglicht. Seit kurzem betreibt Plagiarius auch ein Museum in Solingen, in dem gefälschte Produkte aus dem täglichen Leben ausgestellt werden.

[www.plagiarius.de](http://www.plagiarius.de)



Preisträger des Plagiarius 2007: Sofa Insel „Orbit“. Original: Dedon GmbH, Lüneburg  
Plagiat: Antik Heiligenstedten, Heiligenstedten



1. Preis beim Plagiarius 2007: Isolierkanne „Sophie“. Original: alfi GmbH, Wertheim  
Plagiat: He Shan Jia Hui Vacuum Flask & Vessel Co., Ltd., Guangzhou, P.R. China