

Zusammenfassung

In diesem Kapitel werden die Ausmaße sowie die mittelbaren und unmittelbaren Folgen der Marken- und Produktpiraterie dargestellt. Neben den direkten wirtschaftlichen Schäden für das betroffene Unternehmen bzw. den Inhaber der Schutzrechte spielen insbesondere der volkswirtschaftliche Schaden und der potenzielle Schaden beim Verbraucher eine Rolle. Dabei werden zusätzlich zu den unmittelbaren finanziellen Schäden durch Umsatzverluste oder Täuschung auch die möglichen Imageschäden, rechtliche Folgen und gesundheitliche Risiken betrachtet. Zur besseren Einschätzung der Bedrohung und der Risiken durch die Marken- und Produktpiraterie werden Statistiken und Analysen von verschiedenen Organisationen und Verbänden vorgestellt.

2.1 Wirtschaftliche Schäden durch Produktpiraterie

Der (volks-)wirtschaftliche Schaden, der durch Marken- und Produktpiraterie verursacht wird, ist schwer zu bestimmen, nicht zuletzt wegen einer hohen Dunkelziffer. Basierend auf Expertenschätzungen und Befragungen der Ernst & Young AG wird der Schaden für die europäische Konsumgüterindustrie auf jährlich 35 Mrd. € geschätzt. Unternehmen riskieren neben den Umsatzverlusten bei Fälschungen, die nicht als solche erkannt werden, Imageschäden für Produkt und Marke. Zusätzlich verursachen die Fälschungen Schäden für die Volkswirtschaft durch den Verlust von Steuereinnahmen und Arbeitsplätzen¹.

Die Vereinten Nationen schätzen, dass sich das jährliche Volumen des Handels mit gefälschten Waren auf weltweit mehr als 200 Mrd. € beläuft – diese Zahl entspricht übrigens auch dem Volumen des illegalen Drogenhandels². Das Risiko und die Folgen für diejenigen, die bei der Herstellung und dem Vertrieb von Fälschungen entdeckt werden,

¹ Vgl. Ernst & Young AG 2008, Studie zur Marken- und Produktpiraterie.

² Quelle: http://ec.europa.eu/enterprise/magazine/index_de.htm (4/2013).

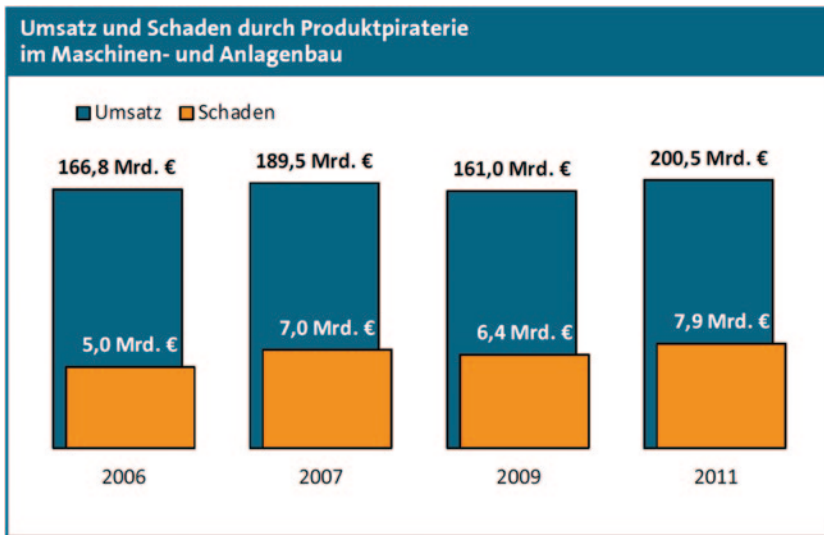


Abb. 2.1 Schaden durch Produktpiraterie und resultierender Umsatzverlust. (Quelle: VDMA-Umfrage Produkt- und Markenpiraterie 2012)

sind jedoch im Vergleich zum Drogenhandel fast vernachlässigbar. Es gibt auch andere Schätzungen, die von einem jährlichen Handelsvolumen mit gefälschter Ware von bis zu 500 Mrd. € ausgehen.

Der gesamte volkswirtschaftliche Schaden ist durch den Wegfall von Arbeitsplätzen, entgangene Steuereinnahmen und gegebenenfalls durch von Plagiaten verursachte Schäden bedeutend höher als der Umsatz. Allein für Deutschland wird der volkswirtschaftliche Schaden auf jährlich zwischen 45 und 50 Mrd. € geschätzt und rechnet man diese Zahl nach gängigen Faustformeln in Arbeitskapazität um, entfallen über 200.000 Arbeitsplätze durch Produkt- und Markenpiraterie.

Die Reklamationen und Sicherheitsmängel durch Plagiate sind seit einigen Jahren stark angestiegen, weshalb sich nun auch viele brancheneigene Organisationen mit dem Thema befassen. Vor allem die Sensibilisierung der Unternehmen steht im Vordergrund.

Betrachtet man die Ergebnisse aus der VDMA-Umfrage zur Produkt- und Markenpiraterie (s. Abb. 2.1), ergibt sich folgendes Bild für Deutschland³:

- Mehr als zwei Drittel der befragten Investitionsgüterhersteller sind betroffen, bei Unternehmen mit mehr als 1000 Mitarbeiter sind es sogar neun von zehn,
- Textilmaschinen, Kompressoren, Druckluft- und Vakuumtechnik sowie Kunststoffmaschinen sind am stärksten betroffen,
- Vor allem Ersatzteile und Komponenten werden plagiatiert,

³ Vgl. VDMA-Umfrage Produkt- und Markenpiraterie 2012.

- China ist als Herstell- und Vertriebsregion für Plagiate erstmals rückläufig, dafür legen Plagiate aus Deutschland stark zu,
- Der geschätzte Schaden für den deutschen Maschinen- und Anlagenbau beträgt ca. 7,9 Mrd. € im Jahr, dieser Umsatzverlust entspricht knapp 37.000 Arbeitsplätzen in der Branche,
- Die Masse der Unternehmen wird von Kunden auf Plagiate aufmerksam gemacht.

Die Unternehmensberatungsfirma CORPORATE TRUST Business Risk & Crisis Management GmbH startete 2010 eine Umfrage innerhalb mittelständischer Unternehmen, um zu erfassen, welche klassischen Sicherheitsrisiken bzw. Gefahren in den nächsten Jahren für das eigene Unternehmen relevant sein könnten. Die Umfrage ergab, dass Produktpiraterie mit 39 % in Deutschland auch in Zukunft ein hohes Risikopotenzial darstellt (s. Abb. 2.2).

Dieses Risiko nimmt bei einer Geschäftstätigkeit im Ausland um 20 % zu und steht häufig im Zusammenhang mit ausländischen Geschäftspartnern (z. B. Auftragsfertiger, die die Produktion in zusätzlichen Schichten laufen lassen). Trotzdem treffen nur die wenigsten Unternehmen (20 %) ausreichende Vorsorge oder führen einen Background-Check des jeweiligen Geschäftspartners durch.⁴

Die Verletzung eines Schutzrechts wirkt sich in mehrfacher Weise auf mikro- und makroökonomischer Ebene einer Volkswirtschaft aus. Die Folgen auf mikroökonomischer Ebene können neben den Herstellern der Originalprodukte auch die Verbraucher treffen, denn verringert sich die inländische Nachfrage nach Originalen durch importierte Fälschungen oder werden Exportwaren des inländischen Rechtsinhabers auf globalen Absatzmärkten kopiert und werden dessen Rechte verletzt, so ergeben sich makroökonomische Auswirkungen. Diese entstehen erstens direkt, durch den Rückgang des Steuervolumens aus unternehmerischen Tätigkeiten infolge sinkender Absätze, und zweitens indirekt infolge sinkender Ausgaben in Forschung und Entwicklung (F&E). Kommt es aus diesen Gründen zu einer insgesamt nachlassenden Innovationsdynamik in einzelnen, durch die Piraterie betroffenen Industriesektoren, so kann dies langfristig auch Auswirkungen auf das angebotsseitig getriebene Wirtschaftswachstum der Volkswirtschaft haben. Ergänzend kann eine mangelnde Rechtsdurchsetzung zu einem elementaren Vertrauensverlust bei den Unternehmen in die Funktionsfähigkeit des nationalen oder internationalen Rechtssystems führen. Und was noch hinzu kommt: Der durch die Piraterie ausgelöste Produktionsrückgang kann zu Arbeitsplatzverlusten in diesem Volkswirtschaftsbereich führen und zusätzliche Belastungen der Sozialsysteme zur Folge haben.

Das Bundeskriminalamt stuft die Marken- und Produktpiraterie so ein, dass diese Art des illegalen Geschäftes Züge der organisierten Kriminalität angenommen hat. Die Illegalität des Geschäftes besteht nicht nur in der Herstellung der Fälschungen, sondern auch in der Import-/Export-Problematik und der gesamten Vertriebslogistik bis zum Verbraucher. Es besteht also ein konkreter Zusammenhang zwischen der Produkt- und Markenpiraterie

⁴ Quelle: Studie Gefahrenbarometer 2010, CORPORATE TRUST Business Risk & Crisis Management GmbH.

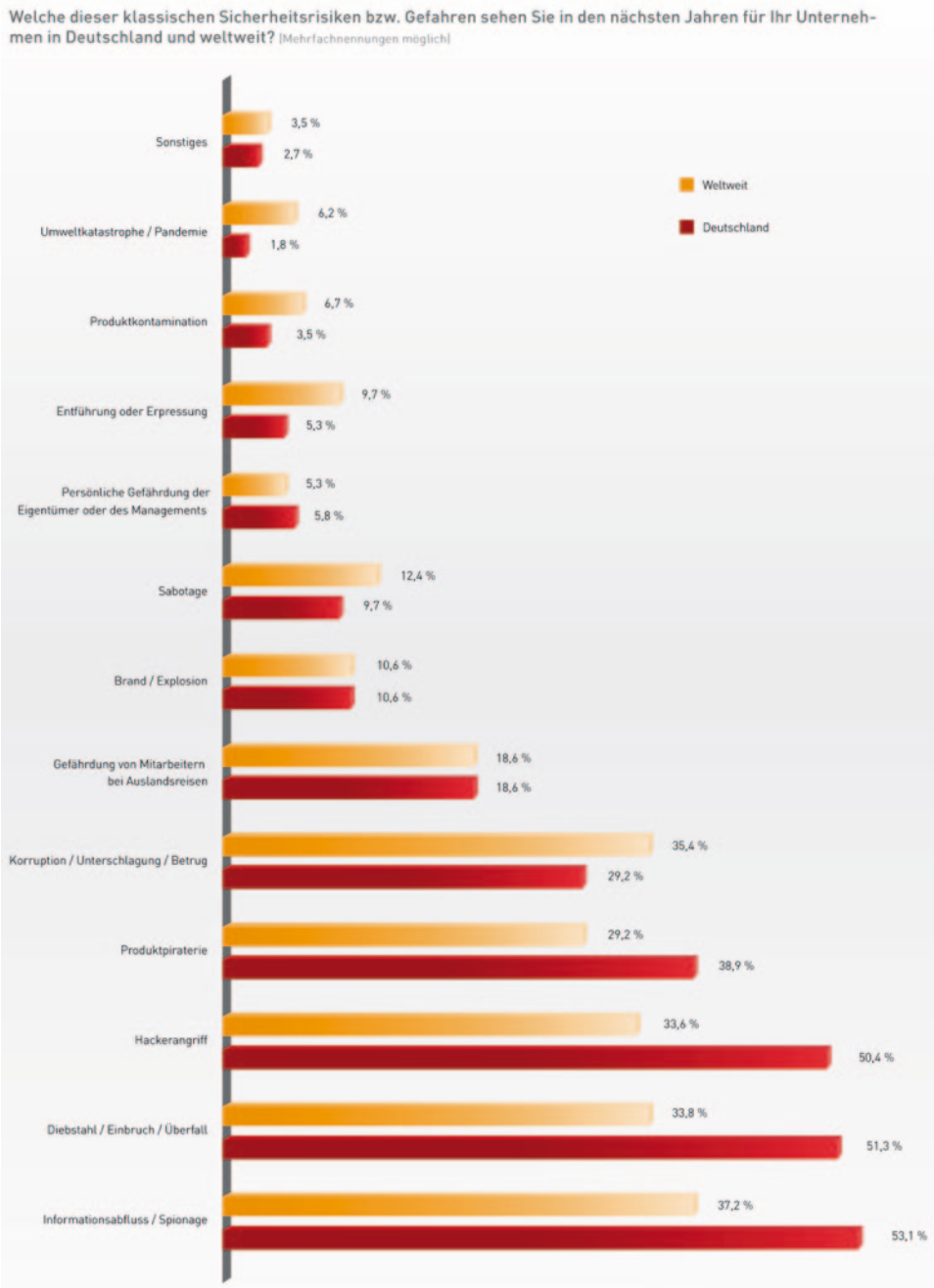


Abb. 2.2 Sicherheitsrisiken für den deutschen Mittelstand. (Quelle: Studie Gefahrenbarometer 2010, CORPORATE TRUST Business Risk & Crisis Management GmbH)

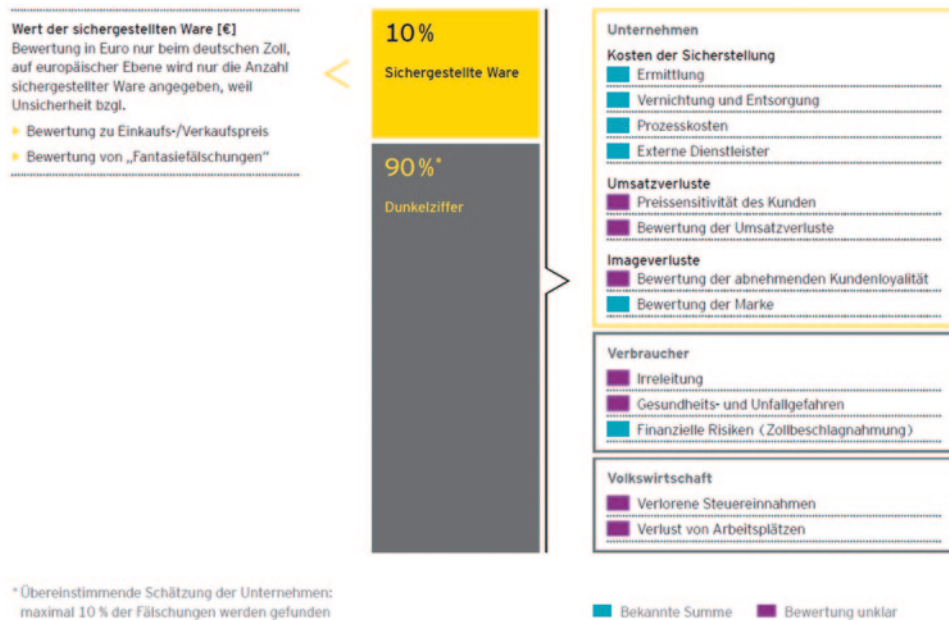


Abb. 2.3 Elemente des Schadens durch Fälschungen. (Quelle: Ernst & Young AG 2008, Studie zur Marken- und Produktpiraterie)

und der organisierten Kriminalität. Wenn Schmuggel und andere rechtswidrige Aktivitäten (u. a. Prostitution, Menschen-, Waffen- und Drogenhandel) damit verbunden werden, kann die Piraterie außerdem zu einer Verschlechterung der Sicherheitslage für die gesamte Bevölkerung führen.⁵

Die Abb. 2.3 stellt eine Zusammenfassung der wesentlichen Risiken dar, die durch Marken- und Produktpiraterie entstehen können. Gleichzeitig zeigt auch die hohe vermutete Dunkelziffer, welches Potenzial hinter diesem Geschäft steckt und wie unwirksam die bisherigen Maßnahmen im Verhältnis zu dem Ausmaß der Gefahr sind.

2.2 Risiken für Unternehmen

Produktpiraten tragen ein wesentlich geringeres unternehmerisches Risiko als die Originalhersteller. Sie beschränken sich auf vorhandene Ideen und Innovationen, sie bauen Produkte nach, die schon Marktreife haben und die besonders beliebt und teuer sind, dadurch entstehen ihnen unter Umständen fast keine Kosten für die Produktentwicklung oder das Marketing. Meist drängen sie auf die schon bekannten und erschlossenen Märkte und versuchen, durch Preisabschläge Anteile zu gewinnen. Die betroffenen Rechteinhaber bzw. originären Produzenten müssen mit einem Einbruch des eigenen Absatzes und damit mit

⁵ Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie 2009, Forschungsbericht.

einem Rückgang der Gewinne rechnen. Die rechtswidrige Konkurrenz der Produktpiraten kann zudem dazu führen, dass durch minderwertige Fälschungen das Image des Originalproduktes geschädigt wird. Ein weiterer Wettbewerbsvorteil der Produktpiraten entsteht, wenn auch technisches Know-how nachgeahmt wird, ohne dass dafür notwendige Investitionen in die Forschung und Entwicklung getätigt werden, denn für die Produktpiraten kann dies außerdem auch einen enormen Zeitvorteil bedeuten, wenn in diesem Zusammenhang nicht erst zeitaufwendige Forschungs- und Entwicklungsprozesse durchlaufen werden müssen.⁶

Zusammenfassend kann man die Schäden der durch Produktpiraterie betroffenen Unternehmen in mehrere Bereiche gliedern:

Finanzieller Verlust – Es entsteht ein direkter finanzieller Verlust durch entgangenes Verkaufsvolumen, durch eventuelle Regressansprüche und Reklamationen von Kunden, falls die Fälschung nicht als solche erkannt wird. Es entstehen Kosten für die Analyse von Retouren, Ermittlungen, Rechtsstreit und Maßnahmen gegen Produktpiraterie. Bei starker Marktdurchdringung ist auch ein Preisdumping zu erwarten, da die Fälschungen im Regelfall zu mehr oder weniger niedrigeren Preisen angeboten werden.

Der finanzielle Verlust kann auch indirekt durch den Wertverlust oder Abnutzung der Marke entstehen. Dieses Risiko besteht z. B. bei Modeartikel. Wenn viele Personen ein bestimmtes Accessoire besitzen wird ein „echter“ Kunde welcher eigentlich bereit ist die Originalware zu kaufen gegebenenfalls davon absehen, weil diese kein Alleinstellungsmerkmal mehr bedeutet.

Imageschaden – Es entsteht ein ideeller Schaden, vor allem wenn die Fälschung nicht als solche identifiziert wird. Die meist minderwertige Qualität des Plagiates bewirkt beim Kunden einen Vertrauensverlust in das Produkt, längerfristig einen Schaden für das Markenimage und führt letztlich zur Abwendung der Kunden. Der Imageschaden ist umso größer, je sensibler das Produkt ist.

Rechtliche Konsequenzen – Wenn die Fälschung nicht als solche identifiziert wird, können auch gewährleistungs- und produkthaftungsrechtliche Konsequenzen auf den Unternehmer oder Händler zukommen. Oft können weitergehende Ermittlungen den Sachverhalt zwar aufklären, doch bei medienrelevanten Ereignissen bleibt durch die erste Berichterstattung am Originalhersteller trotzdem ein negative belastetes Image hängen.

Ein weiteres Problem für den Schutzrechteinhaber oder den Händler kann durch die Haftung wegen unterlassener Pirateriebekämpfung entstehen, vor allem wenn den Akteuren nachweislich bekannt war, dass sich Fälschungen im Umlauf befinden. In verhandelten Fällen aus der Vergangenheit ist die Haftung jedoch meistens dem Händler zugesprochen worden, da hier die notwendige Sorgfalt bei dem Bezug von Ware außer Acht gelassen wurde. Vom Originalhersteller kann rein rechtlich nicht verlangt werden, das kriminelle Verhalten Dritter zu verantworten, wenn er nach einer ordentlichen Wareenausgangsprüfung die Ware dem freien Markt überlässt.⁷

⁶ Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie 2009, Forschungsbericht.

⁷ Vgl. von WELSER/GONZALES 2007, S. 49 f.

Abb. 2.4 Der deutsche Zoll beschlagnahmt gefälschte Viagra-Tabletten. (Quelle: www.zoll.de Pressebericht vom Hamburg, 26. Juni 2013)



2.3 Risiken für Verbraucher und Gemeinwesen

Neben den beschriebenen volkswirtschaftlichen und unternehmerischen Gefahren geht von den Plagiaten auch eine Gefährdung des Verbrauchers und des Gemeinwesens aus.

Für den Verbraucher können gesundheitliche Risiken, z. B. durch minderwertige Arzneimittel, durch die Verwendung giftiger Stoffe oder durch Versagen sicherheitsrelevanter Anlagen entstehen, auch er riskiert einen wirtschaftlichen Schaden beim Erwerb von Piraterieware. Da die Fälschungen im Regelfall die versprochene Gegenleistung nicht einhalten oder sogar durch Versagen weitere Sachschäden verursachen, können dem Verbraucher finanzielle Nachteile entstehen.

Die Abb. 2.4 zeigt ein Bild von einer Beschlagnahme durch den deutschen Zoll. Dabei wurden 102.000 gefälschte Viagra-Tabletten in Container mit Polstermöbeln aus China im Hamburger Hafen sichergestellt. Die Tabletten haben einen geschätzten Schwarzmarktwert von bis zu 500.000 €. Bei der angegebenen Empfänger-Adresse handelt es sich lediglich um ein leer stehendes Gebäude mit einem Briefkasten.⁸

Aus einer Studie des Mark Monitor⁹ geht hervor, dass das Angebot und die Nachfrage nach illegalen Arzneien und fragwürdigen Medikamenten in den vergangenen Jahren dramatisch angestiegen sind. So ist die Bundesrepublik Deutschland hinter den USA der zweitgrößte Absatzmarkt zweifelhafter Online-Apotheken. Diese missbrauchen immer häufiger populäre Pharma-Marken und bieten Plagiate in minderwertiger Qualität an. Hier kann nur durch Aufklärung und Sensibilisierung entgegengewirkt werden.

Die Modeindustrie zählt zu den am stärksten von Produktpiraterie betroffenen Branchen. Selbst die häufig mangelhafte Qualität gefälschter Produkte und eine mögliche ge-

⁸ Quelle: www.zoll.de Pressebericht vom Hamburg, 26. Juni 2013.

⁹ www.markmonitor.com.

sundheitliche Schädigung halten Verbraucher nicht ausreichend von dem Kauf von Fälschungen ab.

Auch im Gemeinwesen sind die negativen Auswirkungen der Produktpiraterie deutlich spürbar. Infolge dieser Schattenwirtschaft ergeben sich folgende Nachteile für die Absatz- und Herstellerländer:¹⁰

- Steuerausfälle,
- fehlende Sozialversicherungseinnahmen,
- fehlende soziale Absicherung der Arbeitnehmer in der Fälscherbranche,
- fehlender Umweltschutz,
- Missachtung des Arbeitsschutzes und
- schlechtes Investitionsklima in Piraterieländern.

Die Plagiate können auch Umweltrisiken auf der Verbraucherseite bedingen, wenn z. B. durch fehlerhafte Anlagen und Einrichtungen umweltgefährdende Prozesse ausgelöst werden.

Da die Herstellung von Fälschungen zum Teil schwer zu kontrollieren ist, kann eine gegenläufige Wirkung durch erhöhte Aufklärung der Verbraucher erreicht werden. Auch Produktpiraten müssen wirtschaftlich arbeiten und brauchen einen entsprechenden Absatz – trocknet dieser Markt aus, so sind die Chancen auf einen Rückgang der Produktpiraterie gegeben.

¹⁰ Vgl. von WELSER/GONZALES 2007, S. 53 f.

Prävention und Bekämpfung von Marken- und
Produktpiraterie

Leitfaden für Analysen, Ermittlungen und
Schutzstrategien

Grigori, K.M.

2014, XIV, 123 S. 50 Abb., 11 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-05458-8