
Vorwort

In der im Jahr 2013 veröffentlichten Statistik¹ gab die EU-Kommission für Steuern und Zollunion bekannt, dass 2012 ca. 90.000 Beschlagnahmen bei der Einfuhr in die EU wegen Verdacht auf Marken- und Produktfälschung durchgeführt worden sind. Dabei handelte es sich um ca. 40 Mio. Artikel im Wert von fast einer Milliarde Euro², davon hatten 65 % den Ursprung in China. Die letzte Auswertung hat auch Neuzugänge aus Südost- und Osteuropa unter den Verursacherländern aufgezeigt; dazu gehören vor allem Bulgarien, Griechenland und Moldawien.³ Verfolgt man die Statistiken, kann man seit 2009 einen Anstieg der Fälle um mehr als 100 % beobachten. Aus der letzten Statistik lässt sich allerdings auch ablesen, dass die Anzahl der Fälle im letzten Jahr gesunken ist. Dieses Ergebnis ist allerdings mit Vorsicht zu genießen! Denn durch den wachsenden Internethandel werden die Waren vermehrt in kleinen Sendungen in die EU eingeführt.⁴ Dies erschwert einerseits die Entdeckung und verringert andererseits die Ausbeute bei einer erfolgreichen Beschlagnahme. Die Abb. 1) zeigt die Zunahme der registrierten Fälle sowie die gesunkene Zahl der beschlagnahmten Artikel.

Diese Statistiken erfassen allerdings nur die grenzüberschreitenden Importe in die EU. Was hier nicht erscheint, sind die Fälle, die innerhalb der Grenzen der EU entstehen, die aber nicht von nachrangiger Bedeutung sind. Den Meldungen zufolge wird jedoch auch innerhalb Deutschlands eine erhebliche Anzahl von Rechtsverletzungen begangen.

Nach Schätzungen einer Untersuchung der Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) mit dem Titel „The Economic Impact of Counterfeiting and Pi-

¹ Die Europäische Kommission veröffentlicht jedes Jahr einen Bericht über die Zollbeschlagnahmen von Waren, die im Verdacht stehen, Schutzrechte, wie Warenzeichen, Urheberrechte oder Patente zu verletzen. Diese statistischen Erfassungen werden auf der Grundlage der von den Mitgliedstaaten gemäß Artikel 8 der Verordnung (EG) 1891/2004 der Kommission übermittelten Daten erstellt (Quelle: Europäische Kommission für Steuern und Zollunion).

² Vgl. Report on EU customs enforcement of intellectual property rights – Results at the EU border 2012.

³ Vgl. Report on EU customs enforcement of intellectual property rights – Results at the EU border 2012.

⁴ Vgl. http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/customs_controls/counterfeit_piracy/combating/index_de.htm.

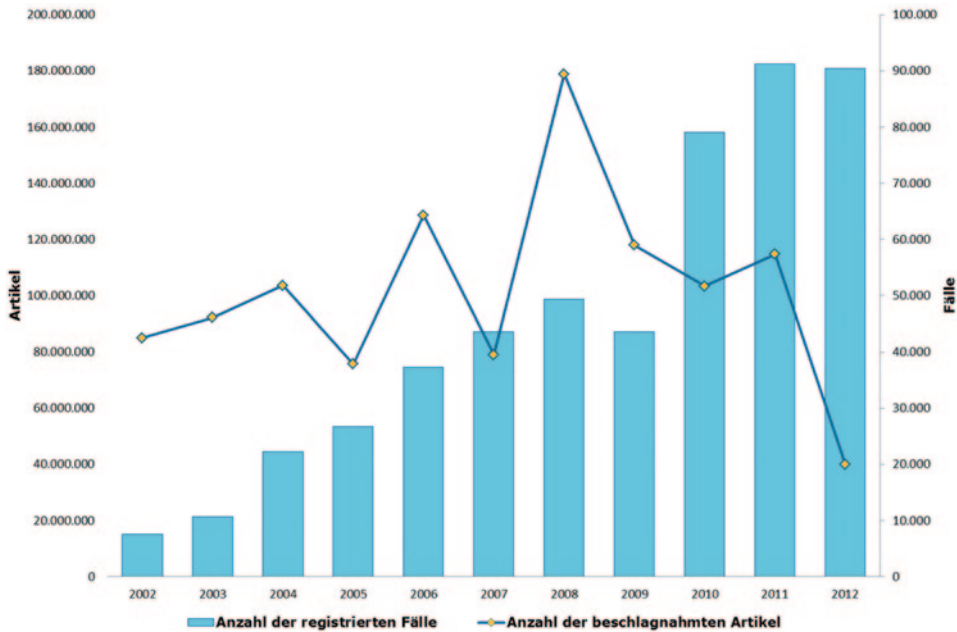


Abb. 1 Anzahl der eingetragenen Fälle und Artikel mit Verdacht auf Produkt- und Markenpiraterie. (Quelle: Bericht 2012 der Europäische Kommission über die Zollbeschlagnahmen von Waren)

racy“ (Die wirtschaftlichen Auswirkungen von Marken- und Produktpiraterie) betrug der Anteil von nachgeahmten und unerlaubt hergestellten Waren am Welthandel schon 2007 ca. fünf bis sieben Prozent⁵. Diese Zahlen werden durch den technischen Fortschritt bei der Herstellung und die zunehmende Globalisierung jedes Jahr aufs Neue übertroffen. Die einzelnen Branchen sind zwar unterschiedlich tangiert, es wird aber keine verschont. Beispielsweise beziffert der Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e. V. (VDMA) den Schaden für seine Branche auf 7,9 Mrd. € pro Jahr.⁶ Dies entspricht im deutschen Maschinen- und Anlagenbau vergleichsweise dem Umsatz von vier bis fünf großen mittelständischen Unternehmen mit je ca. 6.000 bis 7.000 Mitarbeitern.

Marken- und Produktpiraterie ist somit ein ernstzunehmendes Risiko für Volkswirtschaften, Wirtschaftsunternehmen aber auch für den Verbraucher, denn es ist nicht alleine der direkte ökonomische Schaden, der die Unternehmen zum Handeln zwingt. Die Gefahr für den Verbraucher, z. B. wenn mangelnde Qualität gesundheitsschädigend wirkt oder sogar lebensbedrohliche Auswirkungen hat, ist ein weiteres Risiko. Dabei sind Produkte wie Bremsen vom Auto, Kinderspielzeug oder medizinische Produkte nur wenige offensichtliche Beispiele, wo Fälschungen gefährlich werden können.

⁵ Vgl. OECD 2008, 71 f.

⁶ Vgl. VDMA-Umfrage Produkt- und Markenpiraterie 2012 (Der VDMA führt unter den Mitgliedsunternehmen alle zwei Jahre eine Studie zum Thema Produkt- und Markenpiraterie durch und veröffentlicht diese).

Wird eine Markenrechtsverletzung beim Kauf oder der Nutzung eines Produktes nicht als solche erkannt, haben die qualitativen Mängel der Kopie neben dem Sicherheitsrisiko auch negative Auswirkungen auf das Markenimage. Für einzelne Unternehmen können solche Szenarien sogar eine existenzielle Bedrohung bedeuten. Es sind nicht unbedingt nur die Hersteller, die darunter leiden, Italiens Kaufleuteverband Confcommercio beziffert den Verlust für den Einzelhandel wegen Plagiaten auf über 3,3 Mrd. € und sieht hierdurch eine Bedrohung in Italien für jährlich 43.000 Geschäfte und 79.000 Jobs.⁷ Auch die Behörden und die Politik haben den Handlungsbedarf erkannt und bieten verschiedene Instrumente als Hilfe für die Bekämpfung der Marken- und Produktpiraterie an. In Kap. 7 werden die wichtigsten Verbände und Organisationen genannt.

Produktpiraten tragen kein unternehmerisches Risiko, es werden meistens Produkte kopiert, die besonders lange Entwicklungszeiten haben, innovativ und teuer sind oder einen hohen Absatz genießen. Durch die Verwendung von qualitativ minderwertigen Halbzeugen und Rohstoffen erreichen sie besonders günstige Verkaufspreise und stehen in direkter Konkurrenz zu dem Originalhersteller. Dieser kann den Wettbewerbsvorteil der Produktpiraten, welcher durch die Einsparung in der Produktentwicklung, in den Marketingaktivitäten oder in der Produktqualität erzielt wird, jedoch oft nicht mehr kompensieren. Neben dem Verlust von Marktvolumen durch den unfairen Wettbewerb leidet oft auch die Marge für Originalprodukte durch das Preisdumping.

- Für ein wirkungsvolles Vorgehen gegen Fälschungen gibt es keine Musterlösung, die auf alle Unternehmen und Produkte zutrifft. Jedes Produkt oder Geschäftsmodell muss einzeln betrachtet werden und jedes Unternehmen muss individuell seine diesbezüglichen Risiken und Lücken identifizieren, um dann eine maßgeschneiderte Gegenstrategie zu entwickeln.

Der unmittelbare Einsatz juristischer Mittel ist oft nur zur „symptomatischen“ Bekämpfung der Marken- und Produktpiraterie geeignet, um den Schaden nachhaltig und effektiv einzudämmen, ist ein ganzheitlicher Ansatz notwendig. Das Konzept muss bereits in der Produktentstehung ansetzen, um dann über die Produktion- und Logistikkette und den Absatzmarkt beim Kunden und Verbraucher zu enden.

Die Entwicklung von Lösungen zur Bekämpfung von Produktfälschungen ist in den seltensten Fällen auf ein einziges Fachgebiet begrenzt. Damit wirksame Maßnahmen ermittelt werden können, ist das Zusammenwirken verschiedener Stellen im Unternehmen erforderlich, dazu gehören z. B. die Patent- und Markenrechtverantwortlichen, die betrieblichen Ermittler, die Produktmanager aber auch die Entwicklungsingenieure.

Durch das notwendige weite Spektrum an Wissensgebieten und Einflussgrößen müssen sich die Verantwortlichen oft zusätzliches Wissen aneignen, um zielgerichtet agieren zu können. Neben dem Wissen über Eigenschaften und Beschaffenheit von Produkten sollten

⁷ <http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/1475074/47000-Kaufleute-in-Italien-von-Pleite-gefaehrdet>.

sie über ein Grundwissen zu den einschlägigen gesetzlichen Grundlagen und forensischen Untersuchungen verfügen sowie einige „Soft Skills“ wie technisches Verständnis, interkulturelle Kompetenz und analytisches Denken mitbringen.

- Dieses Buch soll neben den einschlägigen gesetzlichen und technischen Grundlagen eine systematische Vorgehensweise vermitteln, um ein wirkungsvolles Konzept zur Prävention und Bekämpfung der Marken- und Produktpiraterie zu erstellen. Verschiedene Praxisbeispiele tragen zum Verständnis der Thematik bei und veranschaulichen die Lösungsansätze, die in diesem Buch vorgestellt werden. Dabei werden auch die typischen Instrumente und Empfehlungen aus dem klassischen Projektmanagement aufgezeigt, um eine Lösung gezielt anzusteuern.

Für den einen oder anderen betroffenen Markenrechtinhaber bleibt dann noch intern die Frage zu klären, wer die Leitung für diese Aufgabe übernehmen soll. Ist es die Patentabteilung, sind es die Verantwortlichen für die Unternehmenssicherheit oder ist es der Projektmanager? Oder bleibt dieses sensible Thema Chefsache?

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