



Fotos: Frank May/picture-alliance/dpa; August Rüggeberg GmbH & Co. KG

Rechts Original, links die Fälschung: Diese zum Verwechsell ähnliche „Two-in-One“-Salz- und Pfefferstreuer haben 2008 in Frankfurt am Main den Negativpreis „Plagiarius“ gewonnen. Der „Plagiarius“ will die Skrupellosigkeit und Ideenarmut von Nachahmern ins öffentliche Bewusstsein rücken.

Vorsicht Plagiate!

Raubkopien kosten die deutsche Wirtschaft jedes Jahr etwa 30 Milliarden Euro und 70.000 Jobs. Die Produktpiraten bedrohen vor allem den Mittelstand immer mehr. Dabei gibt es viele Möglichkeiten, gegen Fälschungen vorzugehen.

Gegenmaßnahmen. Berlin, 29. August 2008: Die weltgrößte Messe für Konsumelektronik, die Internationale Funkausstellung IFA, hat gerade ihre Tore geöffnet. Sofort stürmen 220 Zollbeamte die Messehallen. Es ist der größte Einsatz des deutschen Zolls auf einer Messe. Nach einigen Stunden Arbeit sind fünf Lkw-Ladungen mit Fernsehapparaten, MP3-Playern, DVD-Spielern, Navigationsgeräten, Mobiltelefonen und Notebooks sichergestellt. Dass die Zollfahndung Berlin-Brandenburg zugegriffen hat, war kein Zufall: Im Vorfeld der Messe gingen fast 70 Strafanzeigen ein, die einzelne Aussteller der Verletzung gewerblicher Patent- und Geschmacksmusterrechte beschuldigten.

Wenn der Messebetrieb auf Hochtouren läuft, dann herrscht mittlerweile auch bei Zoll, Polizei und Staatsanwaltschaft immer öfter Hochbetrieb. Auf der diesjährigen Computermesse CeBIT beschlagnahmten die Beamten große Mengen an gefälschten Geräten vor al-

Vor allem auf Messen gehen Produktpiraten immer häufiger den Zollbeamten ins Netz.

lem bei chinesischen Ausstellern. Auf der Weltleitmesse für Bad, Gebäude-, Energie-, Klimatechnik, Erneuerbare Energien ISH in Frankfurt am Main gingen 27 Produktpiraten mit gefälschten Sanitärarmaturen, Brauseköp-

fen und Strahlreglern den Zollnern ins Netz. Der Fachverband Armaturen im Verband der Maschinen- und Anlagenbauer (VDMA) hatte den Frankfurter Einsatz initiiert. Die betroffenen Unternehmen Dornbracht, Emco, Grohe, Ideal Standard, Keuco, Neoperl und Schell waren mit ihren juristischen Beratern angereizt und zeigen sich – genauso wie der stellvertretende Geschäftsführer des VDMA-Fachverbandes Armaturen, Boris Abadjieff, – mit der Aktion zufrieden.

Der Kampf gegen die Produktpiraten ist im Gange. Zollbeamte der EU-Mitgliedstaaten haben 2007 mehr als 79 Millionen Artikel nachgeahmter und gefälschter Waren sichergestellt. Dennoch dürfen diese Erfolge nicht darüber hinwegtäuschen, dass Plagiate inzwischen gerade auch mittelständischen Unternehmen immer mehr zu schaffen machen. Die Vereinigung für Bekämpfung von Produktpiraterie schätzt den jährlichen Schaden durch Raubkopien für die deutsche Wirtschaft auf etwa 30 Milliarden Euro und 70.000 Jobs. Der VDMA geht davon aus, dass der Branche jedes Jahr sieben Milliarden Euro durch Produkt- und Markenpiraterie verloren gehen. Die Organisation für wirtschaftliche Zu- ➔

Interview

Die August Rüggeberg GmbH & Co. KG mit Stammwerk in Marienheide fertigt und vertreibt unter der Marke PFERD hochwertige Werkzeuge zum Schleifen, Trennen, Polieren, Bürsten und Feilen. Marketingleiter Jim Rüggeberg erläutert, was das Familienunternehmen gegen den Markenklau tut.

„Schnelligkeit ist Trumpf“**Herr Rüggeberg, welche Länder bereiten Ihnen bei Raubkopien am meisten Sorgen?**

Die deutsche Werkzeugindustrie kämpft seit Jahren gegen eine Flut von Plagiaten hauptsächlich aus Fernost an. Unsichere Haftungsbedingungen und schwache Behörden bieten dort einen guten Nährboden. Erst kürzlich haben wir mithilfe von Anwälten und lokalen Behörden verhindert, dass Fälscher Produkte mit unserem PFERD-Logo in Thailand und Indonesien vertreiben. Gefälschte Werkzeuge tauchen aber auch in anderen Teilen der Welt auf. Dabei kopieren die Fälscher nicht mehr nur unsere Werkzeuge und Verpackungen mit dem Firmenlogo, sondern auch Prüfzeichen, Sicherheitshinweise und Abbildungen aus unseren Printmedien. Selbst langjährige Handelspartner haben manchmal Schwierigkeiten, Original und Plagiat von außen zu unterscheiden. Aber spätestens im Einsatz zeigt sich der Unterschied in Leistung und Sicherheit.

Wie hoch ist Ihr Schaden durch Plagiate?

Dieser Schaden ist schwer zu beziffern. Nach Schätzungen der EU-Kommission ent-

fallen inzwischen fünf bis neun Prozent des Welthandels auf gefälschte Produkte. Diese Größenordnung haben wir in der Werkzeugindustrie sicherlich nicht. Aber der entstehende Schaden bezieht sich neben dem Imageverlust auch auf die Gesundheit und Sicherheit der Anwender. Der Fachverband Werkzeugindustrie (FWI) geht davon aus, dass rund 3.500 Arbeitsunfälle pro Jahr in Deutschland allein im gewerblichen Bereich auf Plagiate zurückgehen. Für unser Unternehmen sind hingegen Qualität und Produktsicherheit oberstes Ziel. Unsere Standards gehen über die strengsten Normen und Richtlinien hinaus. So tragen alle PFERD-Produkte das Gütesiegel der Organisation für die Sicherheit von Schleifwerkzeugen (oSa).

Wie schützen Sie Ihre Marke?

Wir haben uns das Ziel gesetzt, durch deutliche Sicherheitskennzeichnungen an den Produkten und die konsequente rechtliche Verfolgung von Fälschern die Produktpiraterie einzudämmen. Letztlich werden wir



Jim Rüggeberg, Marketingleiter der August Rüggeberg GmbH. Das Unternehmen hat weltweit 1.700 Beschäftigte, Umsatz 2007: 220 Millionen Euro. Die Exportquote liegt bei etwa 75 Prozent.

aber auch künftig nur über noch mehr Kundennähe und Innovationskraft den Angriffen begegnen können. Es hilft nur: Marke, Marke, Marke und eine konstant gute Qualität!

Was tun Sie konkret gegen Markenklau?

Unser Vertrieb und vor allem die Zusammenarbeit mit unseren Handelspartnern in allen Teilen der Welt bilden ein gutes und schnelles Netzwerk bei der Feststellung von Produktfälschungen. Diese werden zentral gemeldet und konsequent verfolgt. Neben innerbetrieblichen Experten stehen uns Patentanwälte zur Seite, die die internationalen Rechtslagen klären, Fälscher abmahnen und notfalls klagen. Wir unterstützen zudem die Verbandsinitiativen von FWI und oSa sowie den verstärkten Informations- und Erfahrungsaustausch der Mitgliedsfirmen zur Bekämpfung von Plagiaten.

Wie gehen Sie gegen Raubkopien auf Messen vor?

Schnelligkeit ist Trumpf. Aktionen gegen Plagiate auf Messen müssen schnell erfolgen. Deshalb nutzen wir schon die Aufbauzeiten, um mögliche Fälschungen unserer Werkzeuge zu sichten. Und vor allem muss die Produktpräsentation auf der laufenden Messe unterbunden werden. Auch die verstärkten Initiativen des deutschen Zolls begrüßen wir sehr.

Interview: Ernst Leiste



Oben: Das durch den Reifen springende Pferd wurde Ende des 19. Jahrhunderts als Warenzeichen beim Kaiserlichen Patentamt geschützt. Links: Stammwerk der August Rüggeberg GmbH in Marienheide, zentraler Standort für Verwaltung, Logistik, Fertigung, Forschung und Entwicklung.



Foto: VDMA – Boris Abadjeff

Erfolgreicher Einsatz: Zollbeamte beschlagen auf der diesjährigen ISH Frankfurt gefälschte Armaturen.

→ Zusammenarbeit und Entwicklung beziffert den weltweiten Schaden durch Markenpiraterie auf bis zu 650 Milliarden Euro.

Der Hauptgeschäftsführer des Markenverbands, Christoph Kannengießler, fordert angesichts dieser Zahlen, die Strafen für Fälscher zu verschärfen: „Bislang stehen die wirtschaftlichen Vorteile der Herstellung und des Handels mit Plagiaten in keinem Verhältnis zum Risiko, das die Täter eingehen“. Neben dem wirtschaftlichen Schaden entsteht für Unternehmen durch die qualitativ minderwertigen Plagiate oft ein nicht zu beziffernder Imageschaden.

Produktpiraterie ist ein weltweites Phänomen. Selbst Länder, die als Nachahmer international einen zweifelhaften Ruf genießen, leiden inzwischen darunter. Durch mit Melamin verseuchte Milchprodukte erkrankten in China, dem florierenden Markt der Imitatorenindustrie, vor einigen Monaten Tausende Säuglinge. Bereits 2004 starben in Ostchina fast 60 Babys an Unterernährung durch gefälschtes Milchpulver. Die Vietnam Drug Administration und das türkische Gesundheitsministerium beklagen die rasante Zunahme gefälschter Medikamente. In Russland soll die Quote gefälschter Arzneien 2008 bereits 10 bis 15 Prozent der verkauften Gesamtmenge ausmachen. Die Wirkungen dieser Präparate ist zum Teil lebensgefährlich. Durch den Vertrieb im Internet agieren Plagiatoren global und schrecken selbst vor Fälschungen sicherheitsrelevanter Produkte wie Kfz- oder Flugzeugteilen nicht zurück. Außerdem werden die Fälscher immer dreister und mit den angebotenen Plagiaten besser. Doch was können Unternehmer dagegen tun?

Lösungsansätze gibt es inzwischen viele. Zu den juristischen Vorkehrungen kommen immer mehr technische Ansätze. Hohe Komplexität macht die Produkte fälschungssicherer. Um die Plagiate schneller aufzuspüren, ist es wichtig, die Endkunden über Marketingmaßnahmen stärker einzubeziehen. Aber auch öffentliche Einrichtungen, Verbände und Messgesellschaften bieten ihre Hilfe an. Deutsche Industrieverbände, wie der VDMA oder der ZVEI, haben eine Vielzahl von Aktivi-

täten entwickelt, um die Unternehmen im Kampf gegen Marken- und Produktpiraterie zu unterstützen: von Informationsbroschüren über Anwaltsnotdienst auf Messen bis hin zur Entwicklung von innovativen Konzepten und Produkten zum technologischen Plagiatenschutz. Auch die Messgesellschaften sind aktiv. Seit Einführung des umfassenden Informations- und Serviceangebots „Messe Frankfurt against Copying“ im Jahr 2006 sei die Zahl der vom Zoll beschlagnahmten Produkte stetig gesunken, bei mancher Messe sogar um über 90 Prozent, so Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt.

Allerdings gehen oft gerade Mittelständler erst dann gegen Plagiatoren vor, wenn der Schaden eingetreten ist. Die wenigsten Unternehmen betrachten den Schutz vor Produktpiraterie ganzheitlich. Dabei zeigt sich, dass Firmen, die über die gewerblichen Schutzrechte hinaus auch technische und strategische Maßnahmen anwenden, ihr geistiges Eigentum effizienter schützen als andere. Dies unterstreicht eine Studie des Fraunhofer Instituts für Produktionsanlagen und Konstruktionstechnik. Demnach sehen Unternehmen das größte Potential zum Schutz vor Produktimitationen im Einsatz von Sicherheitstechnologien. Juristischen Maßnahmen werden eher geringe Erfolgsaussichten attestiert.

Andererseits kam eine Umfrage des Deutschen Industrie- und Handelskammertages und des Aktionskreises Deutsche Wirtschaft gegen Produkt- und Markenpiraterie 2007 zu dem Ergebnis, dass selbst Unternehmen, die schon schlechte Erfahrungen mit Raubkopien in China gemacht haben, dort ihre Schutzrechte zu rund 50 Prozent nicht anmelden. Die Folge: Gegen die unbefugte Benutzung einer Marke können dann vor Ort keine gerichtlichen oder behördlichen Schritte unternommen werden. Als Gründe für die Untätigkeit vieler Unternehmen beim Schutz geistigen Eigentums macht die Studie ein Informationsdefizit aus. Die Meinung, dass solche Anmeldungen nichts nutzen, ist verbreitet. Resignation ist jedoch das schlechteste Mittel, um Produktfälschern das Handwerk zu legen. Denn Hilfe gibt es genug, Firmen müssen sie nur in Anspruch nehmen.

Ernst Leiste, Köln,
leiste@bfai.de

Die effektivsten Maßnahmen zum Schutz vor Produktimitationen



Quellen: Studie „Marken- und Produktpiraterie“, Fraunhofer IPK

Mehr Informationen zum Thema finden Sie im **SERVICE** auf Seite XX.

