

Negativpreis "Plagiarius" zum 35. Mal verliehen

Der Negativpreis "Plagiarius" wurde am 11. Februar 2011 im Rahmen einer internationalen Pressekonferenz auf der Frankfurter Konsumgütermesse "Ambiente" zum 35. Mal verliehen. Zahlreiche aktuelle Fälle von Produkt- und Markenpiraterie sowie von Wirtschaftsspionage zeigen, dass die Problematik deutlich an Ausmaß und Brisanz zugelegt hat.

Bereits seit 1977 werden mit dem "Plagiarius" jährlich Hersteller und Händler besonders dreister Plagiate "ausgezeichnet". Damals erklärte der Designer Prof. Rido Busse die Intention seines Negativpreises wie folgt: "Die Auszeichnung mit dem 'Plagiarius' sagt nichts darüber aus, ob das jeweilige Plagiat im juristischen Sinne erlaubt ist oder nicht. Der Plagiarius kann und darf kein Recht sprechen. Unser Ziel ist es, plumpen Ideenklau - d.h. den Diebstahl Geistigen Eigentums - zu brandmarken und die skrupellosen Geschäftspraktiken der Nachahmer ins öffentliche Bewusstsein zu rücken." Trophäe ist ein schwarzer Zwerg mit goldener Nase: "Die goldene Nase, die sich die Produktpiraten sprichwörtlich auf Kosten der Originalhersteller verdienen", so Busse.

Ideenreichtum Einzelner bereichert Gesellschaft

Für die Entwicklung innovativer Produkte brauchen Unternehmen vor allem eins: IDEEN! Gepaart mit dem außerdem notwendigen Design- und Technik-Know-how sowie finanziellen Mitteln und einem treffsicheren Gespür für Märkte und Trends werden aus diesen ersten Ideen dann neue Produkte. Ideenreichtum und Know-how verdienen eine faire Entlohnung und wieder eine stärkere Wertschätzung durch die Gesellschaft. Ohne Originale hätten Plagiate keine Grundlage und es gäbe weder Vielfalt noch Fortschritt.



Hansgrohe Focus S (links das Original)

Plagiate und Fälschungen sind kriminell und gefährlich

In Zeiten von Internet und Globalisierung hat sich das Problem der Produkt- und Markenpiraterie explosionsartig ausgeweitet und verursacht immense wirtschaftliche Schäden. Plagiate und Fälschungen untergraben nicht nur legalen Handel, sie gehen auch einher mit dem Verlust von Arbeitsplätzen und der Wettbewerbsfähigkeit der führenden

Industrienationen. Die Fälscher agieren dabei immer professioneller und rücksichtsloser. Aus Profitgier verwenden sie oftmals minderwertige Materialien, verzichten auf Qualitätskontrollen und setzen die Gesundheit der Verbraucher aufs Spiel. Nachweislich enthalten viele Nachahmungen giftige Schadstoffe wie Blei oder Cadmium. Gefälschte Kosmetika, Lebensmittel, Medikamente und Zigaretten sind oftmals verunreinigt. Bei technischen oder elektrischen Produkten können Mängel sogar lebensgefährlich sein.

Über Online-Shops und international operierende Netzwerke werden die Billigkopien heute weltweit vertrieben. Die Profitmargen sind extrem hoch, die Strafen viel zu gering. Laut Interpol setzt deshalb auch das organisierte Verbrechen zunehmend zur Finanzierung seiner Aktivitäten auf den Handel mit gefälschten Markenartikeln und nutzt dafür seine vorhandenen Strukturen aus Drogen-, Waffen- und Menschenhandel.



HOPPE-Secustik-Fenstergriff Atlanta (links das Original)

Deutscher Zoll zieht erfolgreich Piraterieware aus dem Verkehr

Der genaue volkswirtschaftliche Schaden durch Produkt- und Markenpiraterie lässt sich nur schwer beziffern. Experten gehen aber mittlerweile von einem jährlichen Schaden von bis zu 50 Milliarden Euro für Deutschland aus. Auch die Statistiken vom deutschen Zoll bestätigen den enormen Zuwachs des Problems. Allein in den ersten neun Monaten in 2010 hat der Zoll mehr rechtsverletzende Waren beschlagnahmt als im gesamten Jahr 2009. Mehr als 80% der in 2010 festgehaltenen Produkte hatten ihren Ursprung in Asien und dem vorderasiatischen Raum. Neu ist, dass ca. 56% aller aufgegriffenen Artikel aus Thailand kamen und somit China als langjähriger Spitzenreiter nur noch auf Platz 2 rangiert.

Berücksichtigt man die gesamte Wertschöpfungskette, so wird deutlich, dass China ohnehin nur ein Teil des Problems ist. Hergestellt werden Nachahmungen zwar überwiegend in Südostasien, Lateinamerika, Osteuropa oder der Türkei. Die Industrieländer selbst sind aber häufig die Auftraggeber der Kopien - oder sie kaufen diese billig ein, um sie hier vor Ort gewinnbringend weiter zu verkaufen. Geld wird also gleichermaßen hier mit Plagiaten verdient - das bestätigen auch die aktuellen Plagiaturs-Preisträger.



Schaltschrank TS 8 von Rittal (links das Original)

Westliche Firmen sollten darüber hinaus nicht unterschätzen, dass China und andere aufstrebende asiatische Länder über Jahrzehnte Know-how aufgebaut und Erfahrungen gesammelt haben. Sie entwickeln sich zielsicher weg von der "verlängerten Werkbank des Westens" hin zu Nationen mit eigenen innovativen Global Playern und starken Marken. Vor diesem Hintergrund nimmt auch das Bewusstsein für die Bedeutung Geistigen Eigentums zu. Asiaten melden zunehmend Schutzrechte an und verteidigen diese rigoros.

Mitverantwortung und Doppelmoral der Verbraucher

Mit Blick auf die Konsumenten muss man unterscheiden zwischen denjenigen, die unwissentlich Plagiate gekauft haben und selbst Opfer geworden sind und denjenigen, die sehr bewusst Fälschungen erwerben. Tatsächlich sind viele Verbraucher heutzutage Marken- und Schnäppchenjäger zugleich. Aus Prestige Gründen wollen sie renommierte Markenprodukte, sind aber nicht bereit, den Preis dafür zu bezahlen.

Widersprüchlich ist dabei, dass viele Käufer mit zweierlei Maß messen: Wenn es um die Bewertung eines Originalproduktes geht, akzeptieren sie - selbstverständlich und nachvollziehbar - weder gefährliche Sicherheitsmängel noch Kinderarbeit oder sonstige menschenunwürdige Herstellungsbedingungen. Beim Anblick einer Markenfälschung zum Spottpreis hingegen nehmen sie billigend in Kauf, dass diese ohne Qualitätskontrollen, ohne Sozialstandards oder Schutz der Fabrikarbeiter vor gesundheitsschädigenden Substanzen hergestellt wurde.

Diese Käufer sollten sich über eines klar sein: Den Fälschern geht es nicht darum, ihnen mehr Vielfalt und günstige Alternativen zu bieten - es geht rein um Profit. Mit dem bewussten Erwerb von Fälschungen investieren die Kunden also in die Profitgier und Skrupellosigkeit von Trittbrettfahrern und unterstützen in vielen Fällen organisierte Kriminalität. Da unsere Märkte sich über Angebot und Nachfrage regeln, trägt jeder Konsument folglich eine erhebliche Mitverantwortung, wenn es um Erfolg oder Misserfolg von Piraterieware geht.



Schaltschrank TS 8 von Rittal (links das Original)

Verbraucher fürs Original begeistern

Um die Verbraucher als Mitstreiter im Kampf gegen Plagiate und Fälschungen zu gewinnen, müssen aber auch die Originalhersteller selbst ihr Engagement deutlich verstärken. Angesichts der Tatsache, dass nicht nur Fälschungen, sondern zunehmend auch (Teile der) Originalprodukte in Niedriglohnländern hergestellt werden, sind die Kunden verwirrt und verärgert über die großen Preisunterschiede. Wert, Nutzen und Vorteile von Originalwaren müssen also klarer als bisher kommuniziert werden. Es gilt, den Verbraucher zu überzeugen. Der vermeintlich hohe Preis des Originals muss nachvollziehbar sein, dann sind Kunden auch eher bereit, ihn zu zahlen.

Praxisnahe Sensibilisierung im Museum Plagiarius in Solingen

Das Museum Plagiarius in Solingen zeigt mittlerweile mehr als 350 Produktunits, d.h. jeweils Original und das entsprechende Plagiat, im direkten Vergleich. Hinzu kommen zahlreiche vom Zoll beschlagnahmte Fälschungen. In Führungen, Seminaren und bei Verbraucherevents werden sowohl Unternehmer als auch Konsumenten praxisnah über Ausmaß, Schäden und Gefahren von Plagiaten informiert.

Die Preisträger des Plagiarius-Wettbewerbs 2011

Die Jury traf sich am 15. Januar 2011 und vergab drei Preise, sechs gleichrangige Auszeichnungen und einen Sonderpreis aus insgesamt 28 Einsendungen:

1. **Universal-Werkbank "1500-SPA"**

Original: [WPO Objekt- und Fachraumeinrichtungen GmbH](#), Illertissen
Plagiat: FAMOS GmbH & Co. KG, Neu-Ulm



2. **Das vielseitige Küchenschneidegerät "swizzProzzz"**

Original: [swizzProzzz AG](#), Beckenried, Schweiz
Plagiat: Vertrieb: NingHai Well International Trade Co., Ltd., Zhejiang, VR China
Vertrieb: Der französische Händler hat sich mit swizzProzzz geeinigt; d.h. er hat die Plagiate vom Markt genommen und vernichtet und den Namen des chinesischen Händlers genannt



3. **Event-Tasche "Basic"**

Original: [Halfar System GmbH](#), Bielefeld
Plagiat: WIL Langenberg GmbH, Hückeswagen

Sechs gleichrangige "Auszeichnungen" wurden vergeben an:

- **Waschtisch-Armatur "Hansgrohe Focus S"**
Original: [Hansgrohe AG](#), Schiltach
Plagiat: Joyou Group Building Materials Co., Ltd., Fujian, VR China
- **HOPPE-Secustik-Fenstergriff "Atlanta"**
Original: [HOPPE AG](#), Stadtallendorf
Plagiat: Shenzhen Guro Windows & Doors Hardware Co., Ltd., Guangdong, VR China
- **Schaltschrank "TS 8"**
Original: [Rittal GmbH & Co. KG](#), Herborn
Plagiat: Shanghai HaoFuMan Electricity Equipment Co., Ltd., Shanghai, VR China
- **Einsteckschloss für Innentüren (Art.-Nr. 1246000)**
Original: [Schulte-Schlagbaum AG](#), Velbert
Plagiat: Abson A/S, Ikast, Dänemark
- **Hunderolleine "flexi Classic"**
Original: [flexi-Bogdahn International GmbH & Co. KG](#), Bargteheide
Plagiat: Cixi Jian Er Plastics Co., Ltd., Cixi City, VR China
- **Vibrator "Patchy Paul G2"**
Original: [FUN FACTORY GmbH](#), Bremen
Plagiat: LoveToys Industrial Co., Ltd., Guangdong, VR China

Vertrieb: Der österreichische Händler hat sich mit FUN FACTORY geeinigt, d.h. er hat die Plagiate vom Markt genommen und den Namen des chinesischen Herstellers genannt

Folgender "Sonderpreis" wurde verliehen:

- **Sonderpreis für eine Fälschung**

Uhr "FORTIS-B-47 Calculator GMT 3 Time Zones"

Original: [FORTIS Uhren AG](#), Grenchen, Schweiz

Fälschung: Vertrieb: Digital Time Co., Ltd., Bangkok, Thailand

www.baulinks.de