

PRESSEMITTEILUNG

Sperrfrist: 10. Februar 2017, 12:30 Uhr



Negativ-Preis „Plagiarius“ rückt Schäden durch Plagiate und Fälschungen ins öffentliche Licht

Globalisierung, digitale Kommunikation, das Internet und leichtgläubige (Online-)Schnäppchenjäger – das sind die Haupttreiber für die explosionsartige Ausbreitung von Produkt- und Markenpiraterie. Dabei sind Plagiate und Fälschungen weder Kompliment noch Kavaliersdelikt. Für Fälscher ist es ein extrem lukratives Geschäftsmodell. Die (Image-)Schäden für die Originalhersteller und die Sicherheitsrisiken für Verbraucher hingegen sind enorm. Solange Nachfrage für kopierte Waren besteht, wird diese bedient werden. Eine praxisnahe Aufklärung der Verbraucher ist wichtig.

1977 – 2017: 40 Jahre Negativ-Preis „Plagiarius“ gegen dreisten Ideenklau

Der vom Designer Prof. Rido Busse ins Leben gerufene Negativ-Preis „Plagiarius“ wurde am 10. Februar 2017 auf der Frankfurter Konsumgütermesse „Ambiente“ im Rahmen einer internationalen Pressekonferenz zum 41. Mal verliehen. Bereits seit 1977 vergibt die Aktion Plagiarius e.V. den gefürchteten Schmach-Preis an Hersteller und Händler besonders dreister Plagiate und Fälschungen. Ziel des Vereins ist es, die unfairen und teils kriminellen Geschäftspraktiken von Produkt- und Markenpiraten aus aller Welt ins öffentliche Bewusstsein zu rücken, um Industrie, Politik und auch Verbraucher für die Problematik zu sensibilisieren. Trophäe ist ein schwarzer Zwerg mit *goldener Nase* – als Symbol für die exorbitanten Gewinne, die die Nachahmer sprichwörtlich auf Kosten kreativer Designer und innovativer Hersteller erwirtschaften.

Vierzig Jahre „Plagiarius“ bedeuten rund 400 Preisträger-Produkte und mehr als 1.600 eingereichte Plagiatsfälle. Prämiert wurden Produkte der unterschiedlichsten Branchen: Schneid- und Haushaltswaren, Sanitärprodukte, Werkzeuge, Möbel, Schreibwaren, Kinderspielzeug, Parfums, Schmuck, technische Produkte und Geräte, wie z.B. nicht funktionierende Notfallbeatmungsgeräte, Autofelgen, Motorsägen, Mopeds uvm. Erfreulich ist die Tatsache, dass der hohe Bekanntheitsgrad des „Plagiarius“ regelmäßig – auch dieses Jahr – **erfolgreich seine abschreckende Wirkung** zeigte: Bevor die jährlich wechselnde Plagiarius-Jury aus allen Einsendungen die Preisträger wählt, werden die vermeintlichen Plagiatoren schriftlich auf ihre Nominierung hingewiesen und erhalten die Möglichkeit zur Stellungnahme. Neben allgemeinen fallbezogenen Informationen fließen auch diese Reaktionen – sofern genutzt – mit in die Bewertung ein. Aus Angst vor öffentlicher Blamage haben über die Jahre hinweg zahlreiche Nachahmer noch vor der Jurysitzung eine **Einigung** mit dem Originalhersteller gesucht und es wurden z. B. Restbestände der Plagiate und Fälschungen vom Markt genommen, Unterlassungserklärungen unterschrieben oder aber Lieferanten preisgegeben.

Gesetz vs. Moral: „Nachahmungsfreiheit“ steht für Fortschritt, nicht für plumpe 1:1 Plagiate

Natürlich sagt die Auszeichnung mit dem „Plagiarius“ nichts darüber aus, ob das jeweilige nachgemachte Produkt *im juristischen Sinne* erlaubt oder aber rechtswidrig ist. Das hängt von vielen Faktoren ab, wie z.B. eingetragenen gewerblichen Schutzrechten für das Originalprodukt, unlauterem Wettbewerbsverhalten seitens des Nachahmers. Die Aktion Plagiarius kann und will kein Recht sprechen. Sie darf aber auf die Schäden betroffener Firmen und die Risiken für Verbraucher aufmerksam machen. Und sie darf die Meinung äußern, dass *plumpe 1:1 Plagiate* einfalllos und *moralisch verwerflich* sind und zu Stillstand führen. Denn selbst der Gesetzgeber formuliert beim sogenannten Prinzip der „Nachahmungsfreiheit“, dass (technischer) Fortschritt nur möglich ist, wenn bereits bestehende Erfindungen *„als Grundlage oder Inspiration für neue Produkte“* dienen können. Auch Nachahmungsfreiheit legitimiert keine nahezu identischen Produkte, bei denen Verwechslungs- oder Täuschungsgefahr in Bezug auf das Original besteht. In diesem Zusammenhang betont die Aktion Plagiarius, dass legale Wettbewerbsprodukte - die einem Trend folgen, sich aber optisch und technisch ausreichend vom Original unterscheiden - keine Auszeichnung mit dem „Plagiarius“ fürchten müssen, sondern ausdrücklich erwünscht sind, weil sie fairen Wettbewerb beleben.

Prinzip „Plagiat / Fälschung“: Minimaler Input - Maximaler Profit –kein unternehmerisches Risiko

Was einst als laienhafte Kopierversuche in Hinterhof-Werkstätten begann, hat sich in Zeiten von Internet und Globalisierung zu einer weltweit vernetzten und professionell agierenden Fälschungs-

industrie entwickelt. Die Erscheinungsformen von Produkt- und Markenpiraterie sind dabei sehr vielfältig: von Markenfälschungen über Designplagiate und Technologieklau bis hin zu Raubkopien. Beim Plagiat kopiert der Nachahmer das Design und / oder die Technik eines erfolgreichen Produktes und verkauft dies dann unter seinem eigenen Namen. Er schmückt sich also mit fremden Federn. Bei der Fälschung übernimmt der Nachahmer zusätzlich den renommierten Markennamen des Originalherstellers. In diesem Fall beutet er dessen guten Ruf aus und (ent-) täuscht die Käufer, weil seine Fälschung nicht das Qualitätsversprechen des bekannten Markenprodukts hält. Erhebliche Reputationsschäden für den Markenhersteller sind die Folge. Erhältlich sind nachgemachte Waren mittlerweile *in allen Preis- und Qualitätsabstufungen*, von gefährlichen Billigfälschungen bis hin zu qualitativ hochwertigen Plagiaten, die dann aber auch kaum günstiger als das Originalprodukt sind. Gleich welche Form, Plagiate und Fälschungen passieren nicht „aus Versehen“. Die Nachahmer handeln vorsätzlich, skrupellos und rein aus Profitgier. Sie kopieren das fertige, am Markt erfolgreich etablierte Endprodukt und minimieren ihr eigenes unternehmerisches Risiko. Und oftmals auch ihre unternehmerische Verantwortung. Denn größtenteils verwenden sie nach wie vor minderwertige Materialien, verzichten auf Qualitäts- und Sicherheitskontrollen, produzieren unter menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen und setzen billigend die Gesundheit der Fabrikarbeiter sowie der Verbraucher aufs Spiel. De facto sind die Geschäftsmodelle „Plagiat“ bzw. „Fälschung“ äußerst lukrativ, bei gleichzeitig geringem Risiko rechtlich belangt zu werden. Die Täterstruktur der Nachahmer reicht dementsprechend vom einfalllosen Mitbewerber, über Kleinkriminelle bis hin zur organisierten Kriminalität und jüngst nachweislich auch hin zu Terrorgruppierungen. Letztere nutzen u.a. Zigarettenschmuggel und den Handel mit Fälschungen für die Finanzierung ihrer terroristischen Aktivitäten. Für den weltweiten Vertrieb der illegalen Waren greifen Fälscherbanden meist auf vorhandene Strukturen aus Waffen-, Drogen- oder Menschenhandel zu.

Globalisierung, digitale Kommunikation, Internet - und leichtgläubige Schnäppchenjäger

Das Internet und digitale Kommunikation sind aktuell hauptverantwortlich für die rasante Zunahme von Produkt- und Markenpiraterie. Obwohl internationale Polizeibehörden jährlich zehntausende Websites wegen Handel mit gefälschten Produkten erfolgreich schließen lassen, ist das Angebot rechtswidriger Marken- und Designprodukte ungebrochen hoch. Meist setzen die Betrüger ihr Geschäft binnen kürzester Zeit unter neuem Firmen- und Domainnamen erfolgreich fort. Und genau diese bequeme Rund-um-die-Uhr-Verfügbarkeit großer Mengen *vermeintlicher* Markenprodukte zum Spottpreis aus aller Welt verführen zum Kauf. Getäuscht werden die Kunden u.a. mit Fotos der Originalprodukte sowie gefälschten Kundenbewertungen und Qualitätssiegeln. Leichtgläubige Schnäppchenjäger folgen zudem oftmals Empfehlungen aus sozialen Netzwerken und klicken allzu schnell und kritiklos auf „Kaufen“, ohne Impressum, Zahlungsbedingungen, Widerrufsmöglichkeiten und die allgemeine Seriosität des Anbieters sorgfältig zu prüfen. Dabei ist es gerade beim Kauf im Internet wichtig, genau hinzusehen und auf seinen gesunden Menschenverstand zu hören. Experten der Verbraucherzentralen warnen z.B. bei auffallend fehlerhaften Texten und insbesondere bei „Vorkasse“ als einziger Zahlungsmöglichkeit vor dem Kaufabschluss. Denn die Erfahrung geprellter Käufer zeigt, dass eine Rückabwicklung des Geschäfts bei unseriösen Anbietern in der Regel nicht möglich ist. Die Betreiber von Fake-Shops verstecken sich erfolgreich hinter der Anonymität des World Wide Web und auch Anbieter auf großen Online-Marktplätzen benutzen häufig Scheinidentitäten und wechseln teils täglich ihre Accounts. Viele Markenhersteller stellen auf ihrer Website zum Schutz der Verbraucher vor Betrügern eine Übersicht autorisierter Händler zur Verfügung. Erschreckenderweise zeigen selbst führende Marktplatzbetreiber (z.B. Amazon USA) keine ernsthaften Anstrengungen, um Markenhersteller im Kampf gegen illegale Angebote zu unterstützen.

Käufer von Plagiaten und Fälschungen verantwortlich für Erfolg der Betrüger

Wenn es darum geht, Plagiate und Fälschungen zu erwerben, messen Konsumenten oftmals mit zweierlei Maß: Das vermeintliche Schnäppchen vor Augen, lösen sich alle Skrupel in Luft auf und es wird nicht mehr nach Sozialstandards in den Fälscherwerkstätten gefragt. Allgemein ist bei der Bewertung von Plagiaten und Fälschungen immer die Perspektive ausschlaggebend. Gleich ob Unternehmer oder Verbraucher, Täter spielen das Problem als harmloses Kavaliersdelikt herunter, weil sie Nutznießer der Umstände sind. Ist man aber selbst Opfer eines Betrugs und erleidet finanziellen oder gesundheitlichen Schaden, ändert sich diese Einschätzung schlagartig. Original und Plagiat sind eben nur auf den ersten Blick täuschend ähnlich. Verbraucher dürfen sich nicht blauäugig der Illusion hingeben, dass gleiches Aussehen automatisch auch die gleiche Qualität, Funktionalität, Präzision und Sicherheit bedeutet. Da Märkte sich über Angebot und Nachfrage regeln, trägt jeder Konsument eine erhebliche Verantwortung. Wer *bewusst* Plagiate und Fälschungen kauft, schwächt nicht nur gezielt die jeweiligen Markenhersteller, er unterstützt u.a. auch Kinderarbeit und kriminelle Machenschaften.

Kopieren kann jeder, Neues kreieren nicht - Mehr Wertschätzung fürs Original

Für die betroffenen Originalhersteller sind ungerechtfertigte Reputationsschäden, hervorgerufen durch minderwertige Plagiate und Fälschungen, meist noch gravierender als die tatsächlichen finanziellen Schäden aufgrund nicht realisierter Umsätze. Denn enttäuschte Kunden wenden sich möglicherweise von der Marke ab und beeinflussen weitere Kunden mit ihren Negativäußerungen. Produktentwicklung ist aber ein zeit- und kostenintensiver Prozess und in jedem neuen Produkt stecken viel Kreativität, Know-how und Herzblut. Für Markenhersteller ist es daher enorm wichtig, dass Käufer ihre Produkte und die dahinter stehende schöpferische Leistung wieder stärker wertschätzen. Sie müssen die Verbraucher für ihr Originalprodukt begeistern und sie vom Mehrwert gegenüber optisch identischen, aber minderwertigen Plagiaten und Fälschungen überzeugen. Markenhersteller sollten daher nicht nur in Markenschutz, sondern verstärkt auch in Verbraucherschutz und Verbraucher-Aufklärung investieren, um mehr Bewusstsein für die Problematik zu schaffen.

Zoll unterstützt Firmen und Verbraucher im Kampf gegen Produkt- und Markenpiraterie

Laut EU-Kommission haben die EU-Zollbehörden allein 2015 mehr als 40 Millionen rechtsverletzende Produkte im Wert von mehr als 650 Millionen Euro an den EU-Außengrenzen beschlagnahmt – ein Plus von 15% gegenüber 2014. Die Mehrheit der festgehaltenen Waren kam auch 2015 aus China und Hongkong. Zu den Herkunftsländern gehörten u.a. auch die Vereinigten Arabischen Emirate, die Türkei und Indien. Die EU-Zoll-Statistiken können aber nur einen Teil des weltweiten Problems zeigen. Fakt ist, dass sich viele asiatische Firmen von der verlängerten Werkbank des Westens hin zu ernsthaften Mitbewerbern auf den Weltmärkten entwickelt haben, die selbst gewerbliche Schutzrechte anmelden und diese konsequent gegen Nachahmer durchsetzen. Hinzu kommt, dass die Auftraggeber bzw. Importeure von Plagiaten oftmals aus Industrieländern kommen. Auch unter den Nominierten für den Negativ-Preis „Plagiarius“ befinden sich seit Jahren immer mehr europäische Firmen, häufig stammen der Originalhersteller und der vermeintliche Plagiator sogar aus demselben Land. Und zunehmend handelt es sich bei den Nachahmern um ehemalige Produktions- oder Vertriebspartner. Sehr gezielt prüfen die Täter heutzutage bei erfolgreichen Produkten von Mitbewerbern die Existenz von gewerblichen Schutzrechten. Sind keine Schutzrechte eingetragen, werden ohne Skrupel 1:1 Plagiate hergestellt. Für eine bestmögliche Abwehr von Produkt- und Markenpiraterie sollten Firmen auf eine ganzheitliche Strategie aus juristischen, organisatorischen und technischen Maßnahmen setzen.

Praxisnahe Sensibilisierung im Museum Plagiarius in Solingen

Das Museum Plagiarius präsentiert die Sammlung der Plagiarius-Preisträger von 1977 bis heute. Die Ausstellung umfasst mehr als 350 Produkte der unterschiedlichsten Branchen und zeigt jeweils Original und Plagiat im direkten Vergleich. Die vielen Praxis-Beispiele verdeutlichen anschaulich Ausmaß, Schäden und Gefahren von Plagiaten und tragen maßgeblich zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit bei. Vom Zoll beschlagnahmte Fälschungen ergänzen die Sammlung.

Die Jury des Plagiarius-Wettbewerbs 2017:

Die Jury wird jedes Jahr neu zusammengestellt aus Vertretern der unterschiedlichsten Bereiche. Die Jury des Plagiarius-Wettbewerbs 2017 setzte sich wie folgt zusammen:

Ulrike Adorf

Senior Sachbearbeiterin REACT Germany, Anti-Counterfeiting Network, Düren

Martin Bendel

1. Bürgermeister der Stadt Ulm

Carin Benter

Geschäftsführerin daff GmbH & Co. KG, Düsseldorf

Ingrid Bichelmeir-Böhn

Leiterin Global Brand Protection, Schaeffler Technologies AG & Co. KG, Herzogenaurach

Cornelia Dollacker

Leiterin Hessen Design e.V., Darmstadt

Mario Hehle

Head of Scouting & Venturing / Technology & Innovation, Linde AG, Linde Gases Division, Pullach

Dr. Oliver Schön

Richter am Landgericht München, 7. Zivilkammer

Karin Strübing

Geschäftsführerin Karin Strübing Innenarchitektur, Ulm

Jan F. Timme

Senior Partner Black IP GmbH, Insheim

Juristische Beratung:**Dr. Aliko Busse**

Fachanwältin für Gewerblichen Rechtsschutz, Rechtsanwaltskanzlei Busse & Partner, München

Die **Verleihung des „Plagiarius 2017“** fand am Freitag, **10. Februar 2017, um 12:30 Uhr** während der Frankfurter Konsumgütermesse „Ambiente“ im Congress Center der Messe Frankfurt im Raum „Illusion 1-3“ statt.

Die ‚**Laudatio**‘ auf die Preisträger hielt Staatsminister **Boris Rhein**, Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst. Die Plagiarius-Preisträger 2016 und 2017 werden im Rahmen der **Sonderschau „Plagiarius“** vom 10. - 14. Februar 2017 im **Foyer 5.1 / 6.1** ausgestellt. Nach der Ambiente werden die aktuellen Preisträger im Museum Plagiarius in Solingen präsentiert.

Die Preisträger des Plagiarius-Wettbewerbs 2017:

Die Jury traf sich am 14. Januar 2017 und vergab drei Hauptpreise und sieben gleichrangige Auszeichnungen aus insgesamt 27 Einsendungen:

1. Preis

Roll-Hundeleine „flexi Explore L“

Original: flexi-Bogdahn International GmbH & Co. KG, Bargteheide, Deutschland

Fälschung: Diverse anonyme Online-Anbieter, die über amazon.com (USA) mit Scheinidentitäten und täglich wechselnden Accounts agieren. Die minderwertige Qualität (z.B. die nicht funktionierende Aufrollmechanik) führte in den USA bereits zu Kundenbeschwerden und Reputationsschäden.

2. Preis

Bürostuhl „Silver“

Original: Interstuhl Büromöbel GmbH & Co. KG, Meßstetten-Tieringen, Deutschland

Plagiat: Vertrieb: Shenzhen Chunshan Trading Co. Ltd., Shenzhen, VR China

3. Preis

Druckmessgerät

Original: WIKA Alexander Wiegand SE & Co. KG, Klingenberg, Deutschland

Fälschungen: Herstellung: Ma Anshan Exact Instrument Co., Ltd., VR China

Vertrieb: Buu Ky, Ho Chi Minh City, Vietnam

2015 wurden bei Buu Ky im Rahmen einer Razzia durch die Economic Police „WIKÄ“-Fälschungen beschlagnahmt; 2016 fand man in einer 2. Razzia die „VIKA“-Fälschungen, bei denen teils nur der vordere Teil des „W“ weggekratzt und teils das „W“ gegen ein „V“ getauscht wurde. (siehe Lücke beim VIKA-Logo).

Sieben gleichrangige „Auszeichnungen“ wurden verliehen:

Waschtischmischer „AXOR Starck V“ und „Metris Classic“

Originale: Hansgrohe SE, Schiltach, Deutschland
Plagiat „Axor“ Taizhou Ranbo Sanitary Ware Co., Ltd., Zhejiang, VR China
Plagiat „Metris“: Heshan Khone Sanitary Ware Technology Co., Ltd., Zhejiang, VR China

Isolierkanne „Ciento“

Original: Helios Dr. Bulle GmbH & Co. KG, Wertheim, Deutschland

Design-Plagiat inkl. Markenverletzung:

Vertrieb: über einen Basarhändler in Dubai, VAE Vereinigte Arabische Emirate

Der Nachahmer kopiert das Design der Isolierkanne „Ciento“ von Helios, vertreibt diese Kopie aber weder unter eigener Marke noch unter „Helios“, sondern benutzt illegal die Schweizer Marke „Zepter“ der Firma Zepter International - er kombiniert also das Design einer renommierten Firma mit der Marke einer anderen bekannten Firma. Zudem besteht keine Verbindung zwischen „Zepter“ und „Prima Germany“. Wer sich hinter „Prima Germany“ verbirgt ist unbekannt.

Tasche „Taschelini“

Originale: Koziol ideas for friends GmbH, Erbach, Deutschland
Plagiate: Herstellung: VR China
Vertrieb: TOKYO 1, Japan Houseware, Indonesien

Pilotjacke „Mascot Safe Image“

Original: Mascot International A/S, Silkeborg, Dänemark
Plagiat: rukka AG, Tübach, Schweiz
Vertrieb des Plagiats ausschließlich in der Schweiz

Nussknacker „Naomi“

Original: Take2-Design GmbH & Co. KG, Rosenheim, Deutschland
Fälschung: Vertrieb über AliExpress.com, Chinesischer Online-Händler, Identität unbekannt

Endlos-Julienneschneider

Original: triangle GmbH, Solingen, Deutschland
Plagiat: Vertrieb: YDD Trade s.r.o., Prag, Tschechien

Profi-Transporthilfe „StarCarrier“

Original: Wagner System GmbH, Lahr, Deutschland
Plagiat: Vertrieb: MERKUR trgovina, d.d., Naklo, Slowenien

Impressum

Aktion Plagiarius e.V.
Prof. Rido Busse / Christine Lacroix
Nersinger Straße 18
D-89275 Elchingen, Germany

Tel: + 49 (0)7308 – 922 422
Fax: +49 (0)7308 – 922 423
info@plagiarius.com
www.plagiarius.com

Anlage: **CD-Rom mit Presstext** (deutsch/englisch), **Fotos der Preisträger** (300 dpi)

Copyright: **Aktion Plagiarius e.V.**

Bitte **Bildunterschriften** benutzen und darauf hinweisen, dass die Fotos **links** das **Original** und **rechts** das **Plagiat** / die **Fälschung** zeigen

Download: www.plagiarius.com ("Wettbewerb" / „Presse")

Abdruck honorarfrei, Belegexemplar erbeten // **Sperrfrist: 10. Februar 2017, 12:30 Uhr**
