

Fact-Sheet für Journalisten:

Produkt- und Markenpiraterie

Schaden durch Produkt- und Markenpiraterie

Grundsätzlich gilt: Produkt- und Markenpiraten verzichten auf Buchführung, der Schaden kann nur geschätzt werden.

- Die verlässlichste statistische Quelle für Deutschland sind die Zahlen des Zolls über den Wert der beschlagnahmten Produkte. Die Zollverwaltung hat im Jahr 2008 gefälschte Produkte im Wert von rund 436 Millionen Euro beschlagnahmt. Mehr als ein Drittel der Fälschungen kam aus China und Hong Kong. Quelle: www.zoll.de

Allerdings bilden sie nur die Spitze des Eisbergs ab und steigen seit Jahren mit zweistelligen Zuwachsraten an.

- Eine Studie der OECD schätzt den Warenwert der im Jahr 2005 gefälschten und grenzüberschreitenden gehandelten Produkte auf rund 200 Milliarden Dollar. Berücksichtigt wurden jedoch nicht gefälschte Produkte, die innerhalb eines Landes hergestellt und abgesetzt wurden, und Produkte, die im Internet gehandelt wurden. Daher könne die Gesamtsumme - so sagen die Verfasser der Studie - "mehrere hundert Milliarden" höher liegen. Die Internationale Handelskammer (ICC) beziffert den Warenwert, der weltweit mit gefälschten Produkten umgesetzt wird, auf 600 Milliarden Dollar.

Betroffene

Von Produkt- und Markenpiraterie bleibt niemand verschont. Sie hat Auswirkungen auf alle Bereiche der Gesellschaft:

- Gesamtwirtschaftliche Auswirkungen.
 - Durch gefälschte Produkte entgehen dem Staat Steuereinnahmen in beträchtlicher Höhe. Der damit auch verbundene Verlust von Arbeitsplätzen geht einher mit steigenden Sozialkosten, was wiederum das Wirtschaftswachstum hemmt.
 - Die Herstellung gefälschter Produkte ist illegal und trägt so zu einem Anstieg der organisierten Kriminalität bei. Die Arbeitsbedingungen (Verbot von Kinderarbeit oder die Einhaltung von Mindeststandards bei Arbeitsbedingungen) entziehen sich jeglicher Kontrolle.

- Betroffene Wirtschaftssektoren
 - Von Fälschung und Piraterie bleibt grundsätzlich kein Wirtschaftszweig verschont. Es sind alle Produkte und Marken betroffen. Von Film- und Tonträgern, Softwareprodukten, Markenprodukten aus dem Kleidungs- und Sportartikelbereich, Uhren, Schmuck, Kosmetika, Getränke und Nahrungsmitteln bis hin zu Pharmazeutika und technischen Produkten aus dem Maschinenbau sowie der Automobil- und Luftfahrtindustrie.
 - Forschung und Entwicklung, für die Unternehmen viel Geld und Energie aufwenden, sind nicht lohnend, wenn der Erfinder oder Rechteinhaber keinen Schutz genießt.
- Verbraucher
 - Verbraucher werden nicht nur irregeleitet. Bei vielen Produkten – wie fehlerhaften Ersatzteilen oder minderwertigen Medikamenten – besteht Gesundheits- und zum Teil sogar Lebensgefahr.
 - Beispielsweise wenn bei einer Mehrfachsteckdose der Überspannungsschutz fehlt, Verbandsmaterial nicht steril verpackt worden ist oder Medikamente nicht über die Wirkstoffmenge des Originals verfügen.
 - Viele Verbraucher sind auch Arbeitnehmer. Ein stetig steigender Absatz gefälschter Produkte bedroht Arbeitsplätze.

Unternehmensinterne Maßnahmen

- Nur umfassende Sicherheitskonzepte, die alle Abteilungen berücksichtigen, sind im Kampf gegen Marken- und Produktpiraterie Erfolg versprechend. Dafür ist es sinnvoll, eine zentrale Kontaktstelle im Unternehmen zu benennen, die für die Koordination der verschiedenen Abteilungen sorgt und idealerweise direkt an das Management angedockt ist.
- Rechtsabteilung. Schutzrechtsmanagementstrategien, Anmeldung von Schutzrechten, Beweisbeschaffung und Beweissicherung, Rechtsdurchsetzung bei Rechtsverstößen, Grenzbeschlagnahmeverfahren
- Forschung & Entwicklung. Sicherungskonzepte für neue Produkte, technische Schutzmaßnahmen zur Sicherung der Produkte, Verhinderung von Technologietransfer
- Vertrieb. Auswahl zuverlässiger Vertriebspartner, Sensibilisierung der Mitarbeiter, der Zulieferer und der Händler, Kommunikation bestimmter

Erkennungsmerkmale an bestimmte Zielgruppen, Marktbeobachtung,
Meldesystem für Fälschungen, Konzept für Messeteilnahme

- Kommunikation. Krisenszenarien bei Schadensfällen mit gefälschten Produkten, Kommunikation der Sicherheitsmaßnahmen

Ansprechpartner für weitere Fragen:

Internationale Handelskammer (ICC) Deutschland
Katrin Reiser
Pressesprecherin
Tel.: 030 – 200 73 63 20

Markenverband e.V.
Tel: 030 – 2061 68-0

Aktionskreis Deutsche Wirtschaft gegen Produkt- und Markenpiraterie (APM e.V.)
RA Doris Möller
Geschäftsführendes Vorstandsmitglied
Tel: 030 - 20308-2704

Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK) e.V.
Ute Brüssel
Pressesprecherin
Tel.: 030 - 20308-1602

Bundesverband der deutschen Industrie (BDI)
RA Iris Plöger
Referentin
Tel.: 030 - 2028-1455