



Deutschland

International Chamber of Commerce

The world business organization

Kurzfassung der BASCAP-Studie

Global Survey on Counterfeiting and Piracy

Der Report sowie die Auswertung der Ergebnisse wurden von der Internationalen Handelskammer (ICC) in Zusammenarbeit mit der Cass Business School of the City University of London¹ erstellt. Die ausführliche Studie steht unter www.bascap.com zum Download bereit.

1. **Auf die Frage, welches Land über die schlechtesten Bedingungen für den Schutz Geistigen Eigentums verfüge, nannten die Befragten 53 Länder. China und Russland wurden ganz weit vorne genannt.**

Die Heraushebung von China und Russland als jene Länder, die das schlechteste Umfeld für den Schutz geistigen Eigentums bieten, deckt sich mit anderen Studien. Die Ergebnisse unterstützen beispielsweise auch die Schlussfolgerungen einer Befragung der europäischen Wirtschaft durch die Europäische Kommission. Auch dort wurde festgestellt, dass zwei Drittel aller in der EU sichergestellten gefälschten Produkte auf China entfallen, dicht gefolgt von Russland, Ukraine, Chile und der Türkei.

Obwohl die ersten beiden Staaten durch den überproportionalen Anteil an Marken- und Produktpiraterie herausstechen, mahnt die Durchsicht der Länder, die ebenfalls in der Liste auftauchen – wie die Türkei, Taiwan, Indonesien und Vietnam - eindringlich, dass das Problem der Produkt- und Markenpiraterie eigentlich ein weltweites ist und nicht gelöst werden kann, indem man sich nur auf hinreichend bekannte Problemgebiete konzentriert. So sind jene vier, die Liste anführenden Länder – China, Russland, Indien und Brasilien – auch vier der fünf so genannten BRICS-Länder.

Weiter verdeutlicht wird das Ausmaß des Problems durch den Teil der Studie, der sich auf die direkten Erfahrungen von Firmen in den Ländern bezieht, in denen sie tätig sind. Die Befragten schätzen, dass 50 Prozent der Länder, in denen sie tätig sind, keine Gesetzgebung anbieten, die eine Strafverfolgung von IP-Verstößen (*IP – Intellectual Property – Geistiges Eigentum*) in angemessener Weise ermöglicht. Rund 63 Prozent der Länder stattet Strafverfolgungsbehörden aus Sicht der Befragten nicht in notwendiger Weise aus. Zudem geben die Befragten an, dass in 42 Prozent der Länder, in denen sie wirtschaft-

¹ Wissenschaftliche Leitung: Professor Joseph Lampel, Cass Business School, City University, London.
Unter Mitarbeit von: Dr. Ajay Bhalla, Cass Business School, City University, London; Pushkar Jha, Business School, University of Newcastle.

lich aktiv sind, die Öffentlichkeit ihrer Einschätzung nach eine unvoreilhaftige Ansicht zum Thema Schutz von Geistigem Eigentum hat. Dort würden Initiativen mit dem Ziel, den Schutz Geistigen Eigentums zu verbessern, als von ausländischen Unternehmen und Regierungen aufgezwungen empfunden.

2. **Die beiden wichtigsten Faktoren, die zur schlechten Bewertung eines Landes bezüglich seiner IP-Bedingung führen, sind:**
 - (a) **der mangelnde Wille eines Landes, seinen internationalen IP-Verpflichtungen nachzukommen.**
 - (b) **die Missachtung der nationalen Medien, dem Kampf gegen Marken- und Produktpiraterie Bedeutung zuzumessen.**
3. **Von den 29 Ländern, denen die besten Rahmenbedingungen für den Schutz Geistigen Eigentums zugeordnet werden, werden die USA, Großbritannien, Deutschland und Frankreich als führend im Kampf gegen Marken- und Produktpiraterie angesehen.**

Die besten Ratings konzentrieren sich auf diese genannten vier Länder. Dies lässt vermuten, dass die erfolgreichen Programme dieser Länder als Basis für die Entwicklung von Modellen für andere Länder dienen könnten. Die lange Liste der Nennungen von Ländern, die eine positive Umgebung für den Schutz von IP bieten, sagt aus, dass viele Länder zumindest einige Bestandteile haben, in denen die Bedingungen für den Schutz von IP von den Unternehmen als Erfolg versprechend angesehen werden (Appendix 2). Dies lässt vermuten, dass durch weitere Untersuchungen und Nachbildung diese erfolgreichen Praktiken innerhalb des Landes weiter ausgebaut und so nützliche Modelle auch für andere Länder entwickelt werden könnten.

4. **Die Entscheidung von Unternehmen für das Ranking der Länder, die ideale Rahmenbedingungen für den Schutz des Geistigen Eigentums bieten, basiert vorwiegend auf folgenden Gründen:**
 - (a) **die wirksame Rolle der Medien bei der Sensibilisierung der Öffentlichkeit für den Kampf gegen Marken- und Produktpiraterie**
 - (b) **eine gute Zusammenarbeit mit Strafverfolgungsbehörden im Kampf gegen Produkt- und Markenpiraterie.**
5. **Es wurde zudem eine vergleichende Analyse der Faktoren vorgenommen, die zur Wahrnehmung eines Landes mit den „besten“ bzw. „schlechtesten“ Bedingungen für den Schutz Geistigen Eigentums führen. Entscheidende Faktoren waren die Größenordnung der Mittel, die von einer Regierung für die Durchsetzung des IP-Schutzes aufgewendet werden sowie eine klare Regierungspolitik gegen Piraterie.**

Die Befragung ist eine ‚Momentaufnahme‘ der aktuellen Bedingungen eines Landes. Weitere Untersuchungen sind notwendig, um ein umfassendes Verständnis der Systemdynamik von Bedingungen für den Schutz Geistigen Eigentums zu bekommen. Insbesondere könnten vergleichende Länderfallstudien genutzt werden um zu untersuchen, wie sich IP-Bedingungen entwickeln, welche Länder die „besten Mo-

delle“ bieten und welche gut auf multilaterale Initiativen gegen Piraterie reagiert haben.

6. Insgesamt sagten die Befragten, dass die Gesetzgebung, die den Schutz des Geistigen Eigentums regelt, selbst in Ländern mit schlechten IP-Bedingungen ausreichend ist.

Dies stützt die Erkenntnis, dass die Befragten das entscheidende Problem bei der Pirateriebekämpfung in den Ländern eher in der mangelnden Durchsetzung sehen und weniger in der Gesetzgebung an sich. Dies lässt vermuten, dass weitere Anstrengungen zur Verbesserung der Gesetzgebung lediglich als Zusatz zu den bestehenden Vorschriften als wenig nutzbringend gesehen werden. Bei Ländern, denen sehr günstige Bedingungen zum Schutz Geistigen Eigentums attestiert werden, verwundert dies nicht: eine energische Durchsetzung des Rechts ist eindeutig notwendig, um eine stabile, bestehende Gesetzgebung zu ergänzen. Verwunderlich ist jedoch die Tatsache, dass die gleiche Wahrnehmung auch bezüglich der Länder besteht, denen schlechte Bedingungen für den IP-Schutz zugeordnet werden.

Unsere Interpretation dieses Ergebnisses führt uns zu den folgenden Faktoren. Erstens könnte das Ergebnis einen Umschwung von einer Dekade bedeuten, in der man sich mit allen Kräften auf die Verbesserung der Gesetzgebung fokussiert hat, zu einer, die zunehmend die Einhaltung und Durchsetzung des Rechts betont. Mit anderen Worten gibt es einen Trend, der sich weg vom „Paragraphen“ hin zum „Sinn des Gesetzes“ bewegt. Zweitens könnte das Ergebnis, strategisch betrachtet, auch bedeuten: Unternehmen sehen möglicherweise in zeitraubenden Verhandlungen zur Ergänzung der Gesetzgebung als eine Möglichkeit für Länder mit wenig IP-Schutz, das Gesetzgebungsverfahren als Ausrede zu nutzen, um die Einhaltung und Durchsetzung des Rechts zu verschieben, bis eine solche Gesetzgebung in Kraft ist.

7. Eine Bereitstellung von umfangreicheren Mitteln für die Rechtsdurchsetzung wird als der mit Abstand erfolgreichste Weg für Regierungen bei der Ressourcenverteilung angesehen.

Um zu beurteilen, wie Unternehmen die relative Effektivität der aktuellen Bemühungen im Kampf gegen die Marken- und Produktpiraterie sehen, wurden die Befragten gebeten, Mittel auf die folgenden drei Bereiche zu verteilen: Gesetzgebung, Durchsetzung, Information der Öffentlichkeit. Von diesen drei Möglichkeiten wurde die Bereitstellung von Ressourcen für die Rechtsdurchsetzung als die bei weitem effektivste Möglichkeit gesehen, um zusätzliche Ressourcen zu nutzen. Die Einschätzung lautete, dass dieser Bereich den größten Gewinn im Vergleich zu den investierten Mitteln abwerfe.

8. Um Marken- und Produktpiraterie zu bekämpfen, bevorzugt die Privatwirtschaft eigene Initiativen - gegenüber der Bereitstellung von Mitteln für Initiativen, bei denen es erforderlich ist, auf externe Organisationen zu vertrauen.

Die Unternehmen wurden gebeten, in Prozentzahlen anzugeben, wie

viel der ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln sie auf die folgenden Bereiche aufwenden:

- a) Anti-Piraterie Technologien und Maßnahmen zur Produktdifferenzierungen, um Verstöße zu reduzieren
- b) Aufklärung der Öffentlichkeit über Marken- und Produktpiraterie
- c) Finanzielle Förderung von lokalen Institutionen, um Fälscher und Piraten aktiv zu verfolgen.

Die Bereitstellung von Mitteln für den erst genannten Bereich, d.h. Technologien, die gefälschte Produkte bekämpfen und Produkte gegen Rechtsverletzungen schützen, übertrafen die beiden anderen Bereiche erheblich. Dies zeigt, dass bei der Bereitstellung von Mitteln, um Marken- und Produktpiraterie zu bekämpfen, interne Initiativen bevorzugt werden im Gegensatz zu Initiativen, bei denen es erforderlich ist, auf externe Organisationen zu vertrauen. Verständlicherweise haben die befragten Unternehmen mehr Vertrauen in erstere denn in letztere. Gleichwohl – wie auch die weiteren Ergebnisse vermuten lassen – hat die Bereitstellung von Mitteln für externe Initiativen – insbesondere die Rechtsdurchsetzung und Aufklärung der Öffentlichkeit – ein beträchtliches Potential, das erst noch umfassend untersucht werden muss.

9. Unternehmen, deren Geschäft auf Massenproduktion beruht, zeigen gegenüber der Verschärfung der IP-Gesetzgebung eine größere Präferenz als Unternehmen, die in schubweise in Serien produzieren.

Es gibt einen interessanten Vorbehalt für die Bevorzugung von Investitionen in die Rechtsdurchsetzung gegenüber einem Eintreten für die Erweiterung des Geltungsbereiches der Gesetzgebung. Ein Unterschied ergibt sich dabei zwischen Unternehmen, deren Geschäft auf der Massenproduktion beruht (z.B. Musik-CDs) und denen, deren Geschäft auf der schubweisen Produktion (z.B. Flugzeuge) basiert. Unternehmen, deren Geschäft die Massenproduktion zu Grunde liegt, zeigen eine größere Bevorzugung, die IP-Gesetzgebung zu stärken als Firmen, die nur schubweise produzieren. Diese Bevorzugung steht im Einklang mit den höheren Erlösen, die gefälschte Waren im Bereich der Massenproduktion erreichen, im Gegensatz zu denen, die sie in der schubweisen Produktion (viel schwieriger zu fälschen und am Markt abzusetzen) generieren können. Größere Umsätze bieten den Fälschern einen größeren Anreiz, Marken- und Produktpiraterie auszuweiten. Die Bevorzugung, die Gesetzgebung zu stärken, ist ein Anzeichen für den Wunsch nach Rechtsmitteln, die die Strafen für Piraten und Fälscher im Verhältnis zu ihren Gewinnen erhöhen.

10. Unternehmen sehen in der Schärfung des öffentlichen Bewusstseins eine zunehmend wichtige Maßnahme zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie.

Die Ergebnisse bei den Ländern, die als jene mit den günstigsten Bedingungen für IP-Schutz eingestuft werden, zeigen, dass die Medien eine zentrale Rolle spielen - sowohl bei der Schärfung des öffentlichen

Bewusstseins hinsichtlich der Notwendigkeit von gewerblichem Rechtsschutz als auch bei der Information der Öffentlichkeit bezüglich der Konsequenzen bei Verletzungen von Schutzrechten. Diese beiden Faktoren beeinflussen und katalysieren weitere Faktoren, die zu einem gesunden IP-Umfeld führen und können daher als wichtige Bedingungen für die Schaffung eines guten IP-Umfeldes definiert werden. Auch bei den Ländern, die ungünstige IP-Bedingungen aufweisen, haben die Medien einen großen Einfluss. Die Schlussfolgerung hier: Zeigen sich die Medien desinteressiert an der Berichterstattung zu IP-Verstößen, dann befassen sich öffentliche Diskussionen nur am Rande mit IP-Themen. Dort tauchen sie dann zumeist auf, wenn international Druck ausgeübt wird.

Der Einfluss der Medien ist ein wichtiger Katalysator, der das Zusammenspiel von Gesetzgebung, Durchsetzung des Rechts und Aufklärung der Öffentlichkeit verstärkt. Je mehr Eigeninitiative Medien entwickeln, um die Bedeutung des Schutzes Geistigen Eigentums für eine starke Konjunktur aufzuzeigen, desto eher werden Gesetzgebung und Durchsetzung des Rechts ineinander greifen und desto mehr wird ein geschärftes öffentliches Bewusstsein Gesetzgeber dazu veranlassen, Anliegen des Schutzes Geistigen Eigentums zu berücksichtigen.

11. Entscheidungen zu Entwicklungsstandorten für Produkte sind eng geknüpft an die Regierungspolitik zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie im Gastland.

Auch Entscheidungen zum Technologietransfer sind in ähnlicher Weise an Regierungspolitik geknüpft. Allerdings kommt hinzu, dass Entscheidungen zum Technologietransfer auch davon beeinflusst werden, ob ausreichende Mittel für die Durchsetzung des Rechts und die Zusammenarbeit mit der Öffentlichkeit im Kampf gegen Produkt- und Markenpiraterie zur Verfügung stehen. Diese zusätzlichen Faktoren zeigen mögliche Risiken im Zusammenhang mit Technologietransfer auf – insbesondere Probleme wie unrechtmäßige Verbreitung und widerrechtliche Aneignung von Technologiewissen. Vor diesem Hintergrund ist die öffentliche Unterstützung einer energischen Durchsetzung des Rechts besonders wertvoll, wenn sie zur Identifizierung von Personen beiträgt, die unter Ausnutzung ihrer Stellung unerlaubterweise Technologietransfer vornehmen.

12. Entscheidungen zu Produktionsstandorten in einem Land sind ebenfalls eng geknüpft an die öffentliche Zusammenarbeit mit Vollzugsbehörden.

Hier macht sich wohl der Einfluss häufig berichteter Beispiele des „Hintertür“-Problems zugelassener Produktionsstätten bemerkbar, die raubkopierte Produkte und Fälschungen für den Verkauf über private Kanäle verdeckt herstellen. Die Daten zeigen eine Verbindung zwischen öffentlicher Zusammenarbeit bei der Pirateriekontrolle und der Auswirkung von IP-Fragen auf Verkaufs- und Distributionsentscheidungen. Je häufiger illegale Herstellung vorkommt, desto wichtiger wird die Aufklärung der Öffentlichkeit bei der Bekanntmachung der Folgen solcher Aktivitäten sowohl für Einzelpersonen als auch für die Wirtschaft.

13. Schäden, die auf lange Sicht die Attraktivität eines Landes als Produktionsstätte für wichtige Wertschöpfungsaktivitäten vermindern, wiegen schwerer als kurzzeitige wirtschaftliche Vorteile aus Produkt- und Markenpiraterie.

Die Auswirkungen der IP-Politik, der Rechtsdurchsetzung und der öffentlichen Zusammenarbeit eines Landes auf Produktentwicklung, Technologietransfer und Produktionsstandort stellen ein wichtiges politisches Ergebnis dar. Insbesondere zeigt es, dass Schäden, die auf lange Sicht die Attraktivität eines Landes als Produktionsstätte wichtiger Wertschöpfungsaktivitäten mindern, schwerer wiegen als kurzzeitige wirtschaftliche Vorteile aus Produkt- und Markenpiraterie. Dieser Punkt sollte Politikern und Meinungsführern in Ländern mit schlechten IP-Bedingungen dringend vermittelt werden: Eine Weiterentwicklung zu fortschrittlichen Industrienationen ist unvereinbar mit einem IP-Umfeld, das abschreckend wirkt auf zweckgebundenes Kapital und innovatives Wissen.

14. Die Herausforderungen des IP-Schutzes, denen sich jeder Wirtschaftszweig gegenübergestellt sieht, werden durch das jeweilige Produkt und technologische Charakteristika beeinflusst. Unternehmen, deren Geistiges Eigentum ‚eingebaut‘ ist (z. B. Musik-CDs) sehen die Aufklärung der Öffentlichkeit als eine in zunehmenden Maße wichtige Methode, um Produkt- und Markenpiraterie zu bekämpfen.

Die 48 befragten Unternehmen gehören etwa 27 Industriezweigen an. Aus Gründen der statistischen Analyse wurden die befragten Unternehmen in die folgenden Kategorien eingeteilt

a) Produkte und Dienstleistungen, und

b) Unternehmen, deren Geistiges Eigentum ‚eingebaut‘ ist in physische Medien, die nur dazu dienen, IP-Content zur Verfügung zu stellen (z.B. Musik-CDs), und in Produkten so ‚enthalten‘ ist, das seine Trennung vom physischen Medium, ohne seinen spezifischen Gebrauchswert zu zerstören, sehr schwer ist (z. B. Markensportware).

Die wichtigste Erkenntnis in diesem Bereich der Analyse ist, dass Unternehmen, bei deren Produkten der IP-Content ‚eingebaut‘ ist, die Aufklärung der Öffentlichkeit als eine in zunehmenden Maße wichtige Methode sehen, um Piraterie zu bekämpfen. Unsere Interpretation der Ergebnisse ist, dass das Marketing dieser Waren zwei Charakteristika aufweist, die es der öffentlichen Aufklärung zugänglich machen: 1. Die Produkte werden oftmals offen als Fälschungen verkauft. 2. Verbraucher sind oft besorgt hinsichtlich ihrer Qualität im Vergleich zur Qualität der Originalprodukte. Die Aufklärung der Öffentlichkeit kann auf die Risikoaversion jener zielen, die bewusst Produkte kaufen, die von zweifelhafter Qualität sind. Dies wiederum lässt vermuten, dass neueste Theorien zum Risikoverhalten hilfreich sein könnten, den Kauf von gefälschten und raubkopierten Produkten zu vermindern.

Kontakt:

Internationale Handelskammer (ICC) Deutschland e.V.

Katrin Reiser

Pressesprecherin

Tel: + 49 (0)30-2020-5838

E-Mail: katrin.reiser@icc-deutschland.de

Zur Internationalen Handelskammer:

Die Internationale Handelskammer (ICC) ist die größte weltweit tätige, alle Branchen umfassende Wirtschaftsorganisation. Sie ist in mehr als 130 Ländern vertreten und hat über 7.500 Mitglieder. Ziele der ICC sind die Förderung des grenzüberschreitenden Handels sowie die Unterstützung von Unternehmen, sich den Herausforderungen und Chancen der Globalisierung zu stellen. Die ICC ermöglicht durch ihre weltweit genutzten Vertragsregeln sowie durch den internationalen Schiedsgerichtshof eine effiziente Abwicklung internationaler Geschäfte. Als Vertretung der Wirtschaft ist sie Dialogpartner für internationale Institutionen und nationale Regierungen. Zu den Mitgliedern der ICC Deutschland gehören global agierende Unternehmen, darunter 23 der DAX-30-Unternehmen, Industrie- und Handelskammern, sowie Spitzen- und Fachverbände.