

Produktpiraterie und ihre Bekämpfung durch innovative Technologien

Karl-Heinz Lang¹ / Andreas Schäfer²

Auf einen Blick

Plagiate und Produktfälschungen halten häufig die grundlegenden Sicherheits- und Gesundheitsanforderungen für Produkte nicht ein. Hierdurch wird die Sicherheit und Gesundheit von Verbrauchern gefährdet. Zudem werden die Schutzrechtinhaber wirtschaftlich geschädigt und damit die Existenz wettbewerbsfähiger Arbeitsplätze bedroht. Daher werden mit zunehmender weltweiter Arbeitsteilung und steigenden Warenströmen zukünftig die „fälschungssichere“ Kennzeichnung und Wiedererkennung von Originalprodukten an Bedeutung gewinnen.

Der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) schätzt den volkswirtschaftlichen Schaden durch Produkt- und Markenpiraterie für Deutschland jährlich auf 20 bis 30 Milliarden Euro. Hierdurch sind nach Einschätzung des DIHK in Deutschland schon rund 70.000 Arbeitsplätze verloren gegangen.

Naheliegender ist, dass Plagiate und Produktfälschungen hinsichtlich einer weiteren „Optimierung“ der Gewinnspanne häufig auch die grundlegenden Sicherheits- und Gesundheitsanforderungen für Produkte nicht einhalten. Dadurch werden nicht nur Schutzrechtinhaber, z.B. durch Marktanteil- und Imageverluste oder vermeintliche Produkthaftungsfälle, wirtschaftlich geschädigt, sondern auch die Existenz ansonsten wettbewerbsfähiger Arbeitsplätze bedroht. Darüber hinaus werden auch die Sicherheit und die Gesundheit von Verbraucher/innen im privaten oder gewerblichen Bereich beim Gebrauch von Plagiaten oder Produktfälschungen gefährdet.

Produkt- und Markenpiraterie hat in der öffentlichen Wahrnehmung und der fachlich-wissenschaftlichen Betrachtung in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen. Auch die deutsche G8-Präsidentschaft im Jahr 2007 hat den Dialog über die zentrale Bedeutung von Innovationen in wis-

sensbasierten Gesellschaften und die Verstärkung des Schutzes gegen Produkt- und Markenpiraterie durch Innovationen hervorgehoben. Im politischen Raum wird vorwiegend über volkswirtschaftliche und betriebswirtschaftliche Schäden und deren Konsequenzen, über Möglichkeiten einer rechtlichen Gegenwehr bzw. von Präventionsmaßnahmen, über internationale Verträge sowie verbesserte Aufklärung und Informationen diskutiert. Ein weiterer Ansatzpunkt für eine wirksame Schutz- und Abwehrpolitik liegt in der „fälschungssicheren“ Kennzeichnung und Wiedererkennung von Originalprodukten. In diesem Beitrag stehen daher innovative Schutztechnologien und technische Sicherungsmittel im Vordergrund, die es den Marktakteuren erlauben, Plagiate oder Produktfälschungen möglichst frühzeitig entdecken und eindeutig identifizieren zu können.

Was versteht man unter Produktpiraterie?

Nach Hansen (2005)³ wird der Begriff der „Produktpiraterie“ nicht einheitlich verwendet. Danach umschreibt der Begriff „Im Kern ... den Bereich der gewerbsmäßigen Schutzrechtsverletzung in Gewinnabsicht durch illegales Verwenden von rechtlich geschütztem technischen Know-How, Designs, Zeichen, Namen, Logos (Marken) und geschäftlichen Bezeichnungen oder sonstigen geschützten Gestaltungselementen, die von Herstellern von Markenware zur Kennzeichnung und zur Formgebung ihrer Produkte im Handel eingesetzt werden.“

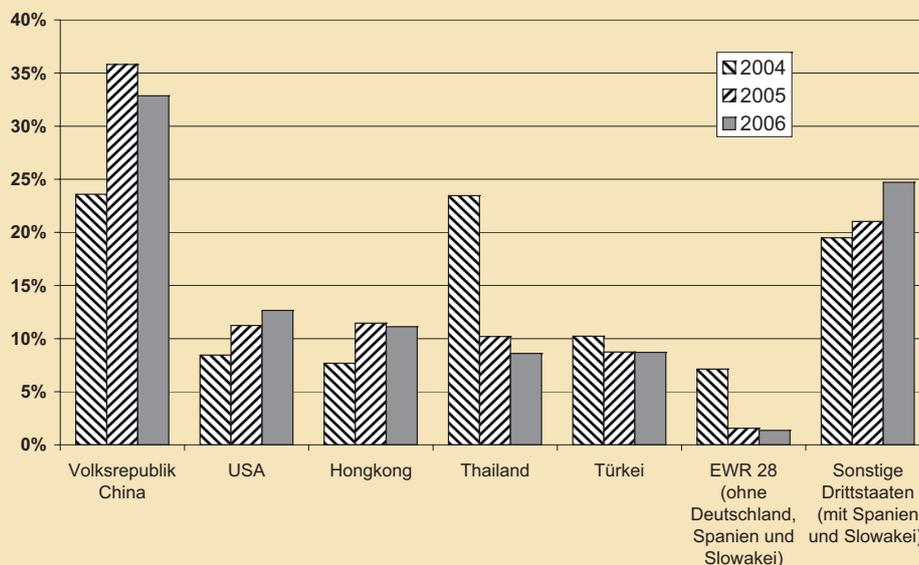
Die freie Enzyklopädie Wikipedia unterscheidet bei der Produktpiraterie vier Arten von Kopien, und zwar:

- **Produkt-Plagiate** besitzen einen geringfügig geänderten Markennamen. Teilweise verbergen sich dahinter Produkte, die es vom Originalhersteller gar nicht gibt.
- Die **sklavische Fälschung** versucht, das Original genau zu kopieren. Die Verpackung sowie der Markenname sind häufig gleich. Bei kosmetischen oder pharmazeutischen Produkten sind die Inhaltsstoffe möglicherweise sogar identisch.
- Bei **klassischen Fälschungen** wird eine identische Verpackung und der Name des Herstellers benutzt. Die Inhaltsstoffe, die verarbeiteten Materialien und/oder die Verarbeitung hingegen sind meist (aber nicht notwendigerweise) minderwertig, nicht vorhanden oder sogar gesundheitsschädlich.
- **Raubkopie oder Schwarzkopie** ist die umgangssprachliche Bezeichnung für rechtswidrig hergestellte oder verbreitete Kopien von urheberrechtlich geschütztem Material. Die Bezeichnung bezieht sich in der Regel auf Produkte der Medienbranche, die sich mittels Reprotechnik reproduzieren lassen.

Entwicklung beschlagnahmter Plagiate und Produktfälschungen in Deutschland

Die Anzahl der sichergestellten Artikel im Jahr 2006 ist im Vergleich zum Jahr 2005 um ca. 400% angestiegen, der Gesamtwert der sichergestellten Artikel im Jahr 2006 sogar fast um 550% gegenüber dem Vorjahr. Hierbei wirkte sich im Jahr 2006 insbesondere ein sehr großer Beschlagnahmefall im Hamburger Hafen aus, bei dem 117 Container mit gefälschten Markenartikeln mit

Übersicht:1: Entwicklung der Beschlagnahmefälle in Deutschland von 2004 bis 2006 nach Herkunftsländern



einem Gesamtwert – gemessen am Originalpreis – von etwa 383 Mio. Euro sichergestellt wurden.

Bei den Produktfälschungen zeigt sich eine hohe Konzentration auf bestimmte Herkunftsländer. Bei den Beschlagnahmefällen belegen im Jahr 2006 die Volksrepublik China, die Vereinigten Staaten und Hongkong die ersten drei Plätze und haben in Deutschland dabei einen gemeinsamen Anteil von insgesamt 56,6% der Beschlagnahmefälle.

Aus der Datenlage der Beschlagnahmefälle nach Warengruppen wird ersichtlich, dass ein großer Teil der relevanten Beschlagnahmefälle in Produktgruppen vorhanden ist, die zum Geltungsbereich des Geräte- und Produktsicherheitsgesetz gehören.

Die Grenzbeschlagnahmeanträge, die Beschlagnahmefälle und die beschlagnahmten Artikel wegen Produkt- und Markenpiraterie nehmen weiterhin zu. Der weitaus größte Anteil von Beschlagnahmefällen in Deutschland im Jahr 2006 kam aus Drittstaaten, hierunter insbesondere aus der Volksrepublik China.

Schutztechnologien für den aktiven Produkt- und Markenschutz

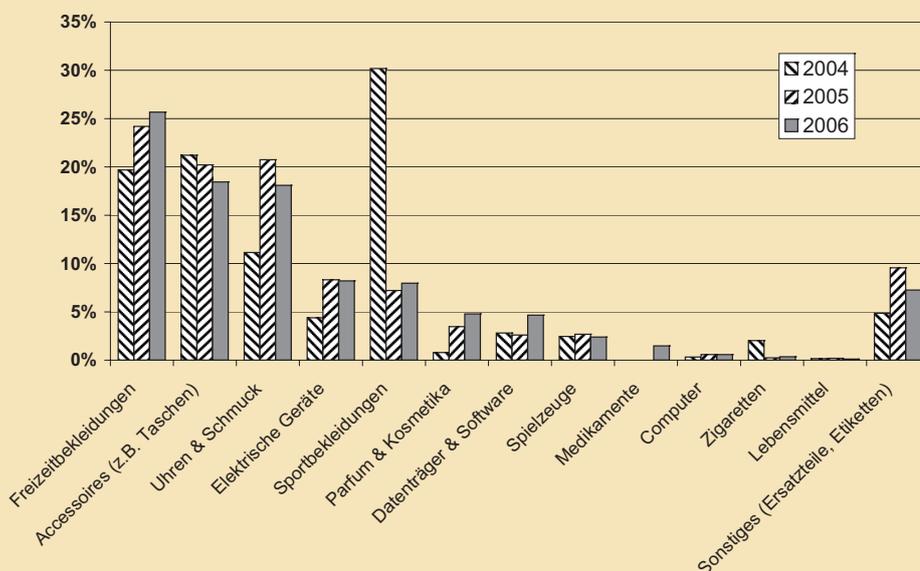
Die Klärung, welche Schutztechnologien bzw. technischen Sicherungsmittel geeignet sind, um i. S. eines aktiven Produkt- und Markenschutzes und in der Konsequenz für einen effektiven Arbeits- und Verbraucherschutz auf Produktebene wirksam zu werden, bedarf einer näheren Betrachtung und Differenzierung einzelner Schutzziele. Bei der Generierung der Schutzziele ist die Erkenntnis wichtig, dass diese i. d. R. nicht durch

eine Schutztechnologie im Alleingang erreicht werden können. Schutzmechanismen werden erst dann voll wirksam, einsatzfähig und wirtschaftlich plausibel, wenn ein komplexes Schutzkonzept unter Berücksichtigung folgender Aspekte entwickelt wird:

- Produktpalette und Produktionsverfahren,
- Kosten-Nutzen-Analysen als ökonomisch orientierte Vergleichsbasis unter besonderer Berücksichtigung der Schutztechnologie sowie einer Abwägung negativer und positiver Auswirkungen auf Unternehmensprozesse,
- Analyse von Lieferketten und diesbezüglichen Plausibilitätskontrollen (Autorisation von Händlern, Kommunikationswegen und -prinzipien),
- produktspezifische Zielmärkte und diesbezügliche Vertriebspraktiken,
- Möglichkeiten zur Förderung der Kommunikation mit dem Kunden.

Ein wirksamer Produktschutz kann nicht erfolgen, wenn man ein Produkt nicht zweifelsfrei und beweisfähig einem bestimmten Produkthersteller zuordnen kann. In diesem Falle ist die Plausibilität weiterer Verfahren (z. B. Kontrolle von Lieferungen, Sensibilisierung von Endverbrauchern etc.) nicht mehr gegeben. An dieser Stelle kommen spezielle Technologien zum Einsatz, die eine Authentizität von Produkten gewährleisten und beweisfähig vor Gericht zur wirksamen Abwendung von Schadensersatzklagen durch Endverbraucher eingesetzt werden können. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass sich die mit Hilfe spezieller Technologien realisierten Schutzmechanismen wirtschaftlich sinnvoll einsetzen und einen kurzfristigen Return-on-Investment erwarten

Übersicht: 2 Entwicklung der Beschlagnahmefälle in Deutschland von 2004 bis 2006 nach Warengruppen



lassen. Auf dem Markt sind Technologien verfügbar, die diese Bedingungen erfüllen können und sich z. B. im Rahmen der Etikettierung im Massenproduktionsverfahren einsetzen lassen.

Hierzu gehören z.B. Sicherheits-Hologramme, Partikel-Farbcode, Kippfarbfolien, Funketiketten (RFID), Lackfolien, Sicherheitsfäden, DNA-Code, Kopieerkennungen (Copy Detection Pattern – CDP) und Protexxion (Laser Surface Authentication – LSA). Mit technischen Sicherungsmitteln können Hersteller ihre Produkte dabei offen und/oder verdeckt kennzeichnen.

In diesem Kontext wurden am Institut für Arbeitsmedizin, Sicherheitstechnik und Ergonomie e.V. (ASER) an der Bergischen Universität Wuppertal im Auftrag der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin jüngst Schutztechnologien gegen Produkt- und Markenpiraterie untersucht. Die Ergebnisse stehen nun insbesondere Herstellern von Verbraucherprodukten und/oder technischen Arbeitsmitteln in der Technologie-Datenbank zur Verfügung. Parallel dazu wurde ein Verbraucherleitfaden entwickelt, der u.a. Möglichkeiten aufzeigt, wie Produktfälschungen von Verbrauchern erkannt werden können. Darüber hinaus schlägt die entwickelte „Internet-Plattform für Produkt- und Markenschutz sowie Geräte- und Produktsicherheit“ (www.produktpiraterie.org) eine Brücke zwischen den beiden eng verwandten Themenbereichen des „Produkt- und Markenschutzes“ und der „Geräte- und Produktsicherheit“.

Technologie-Datenbank für den aktiven Produkt- und Markenschutz

Ziel der Entwicklung der Technologie-Datenbank (www.produktpiraterie.org) ist die spätere Recherche durch potenzielle Produkthersteller über die unterschiedlichen technischen Sicherungsmittel und Verifizierungstechniken zur Qualitätssicherung und Qualitätserkennung technischer Arbeitsmittel und Verbraucherprodukte. Insbesondere Vertretern von kleinen und mittleren Herstellerunternehmen soll damit die Möglichkeit eröffnet werden, den nicht leicht zu über-

schauenden Markt an technischen Sicherungsmitteln und Verifizierungstechniken in einem ersten Schritt in einer strukturierten Informationsdarbietung einfach sondieren, vergleichen und in Bezug auf den betrachteten Anwendungsbereich auswählen zu können. Direkte Verweise zu den Webseiten der Hersteller oder Anbieter sowie der jeweiligen Produktbeschreibung erschließen dem Anwender in einem zweiten Schritt weitergehende hersteller- oder anbieterseitige Informationen. Die Hersteller- oder Anbieterangaben mit Nennung von Ansprechpartnern ermöglichen in einem dritten Schritt eine direkte Kontaktaufnahme in Bezug auf die als relevant ausgewählten technischen Sicherungsmittel und Verifizierungstechniken.

Verbraucherleitfaden: Schutz vor Produkt- und Markenpiraterie

Eine wirksame Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie muss – neben dem Management gewerblicher Schutzrechte und dem Einsatz innovativer Schutztechnologien – zukünftig auch verstärkt bei der Nachfrage nach Plagiaten und Produktfälschungen ansetzen. Hierfür gewinnt die Einbeziehung der privaten und gewerblichen Endverbraucher an Bedeutung. Dies kann z.B. hinsichtlich der Sensibilisierung und Information über privatrechtliche Verantwortlichmachung, über betriebs- und volkswirtschaftliche Auswirkungen auch in Bezug auf die eigene Arbeitsplatzsicherheit oder über die beim Gebrauch von Plagiaten oder Produktfälschungen häufig einhergehenden Sicherheits- und Gesundheitsrisiken angegangen werden.

Mit dem Verbraucherleitfaden (www.produktpiraterie.org) soll der „wissende Verbraucher“, also all diejenigen, die bisher schon „wissend“ Plagiate oder Produktfälschungen eingekauft haben und/oder dies zukünftig weiterhin tun wollen, für die Unfall- und Gesundheitsgefahren beim Kauf und Gebrauch von Plagiaten oder Produktfälschungen sensibilisiert und der „mündige Verbraucher“ über präventive Handlungsmöglichkeiten informiert werden.

- 1 Dipl.-Ing. Karl-Heinz Lang ist Geschäftsführer beim Institut für Arbeitsmedizin, Sicherheitstechnik und Ergonomie e.V. (ASER) an der Bergischen Universität Wuppertal.
- 2 Dipl.-Ing. Andreas Schäfer ist wissenschaftlicher Mitarbeiter beim Institut für Arbeitsmedizin, Sicherheitstechnik und Ergonomie e.V. (ASER) an der Bergischen Universität Wuppertal.
- 3 Hansen, Ralf 2005: Marken- und Produktpiraterie in Internetmedien. „Echt gefälschte Rolex-Uhren“ – ein dreistelliger Milliardenmarkt aus Betrug. Telepolis vom 21. März 2005.