

Zahlen sprechen Bände

Rund 80 Prozent der inländischen Firmen sind bereits zu Fälschungsopfern geworden. Doch der Kampf gegen Produkt- und Markenpiraterie ist, das zeigen die Erfolge des Zolls, kein Kampf gegen Windmühlen.

WELTWEIT RICHTET Produkt- und Markenkriminalität, so Zahlen des Bundesfinanzministeriums, jährlich einen wirtschaftlichen Schaden von mindestens 142 Milliarden Euro an. Noch höher ist der Schätzwert, von dem die Internationale Handelskammer ICC ausgeht. Sie beziffert den Schaden sogar auf 600 Milliarden Dollar pro Jahr. 80 Prozent der inländischen Unternehmen sind inzwischen bereits Fälschungs-Opfer geworden, melden die Industrie- und Handelskammern. Entgangene Umsätze und Imageschäden vernichten dem Justizministerium zufolge allein in Deutschland jährlich 50.000 Arbeitsplätze. Und der Trend zum so genannten Counterfeiting hält weiter an.

Zoll wieder erfolgreich

Die jetzt vom Bundesministerium der Finanzen vorgestellten Beschlagnahmezahlen des deutschen Zolls für 2007 bestätigen die Auffassung des Markenverbandes, dass ein konzertiertes Zusammenwirken von Rechteinhabern und Zollbehörden – national und international – sowie ein dauerhaft hoher Repressionsdruck entscheidend für Erfolge bei der Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie sind. In einer Presseerklärung des Zolls heißt es. »Die wirtschaftlichen Schäden, die Marken- und Produktpiraten verursachen, sind nach wie vor enorm.« Und der Zoll spricht sogar von 70.000 Arbeitsplätzen, die jährlich in Deutschland durch Ideenklau und Abkupfern von Markenartikeln potenziell gefährdet sind. Umso bedeutender sei die intensive Arbeit des Zolls zum Schutz des Verbrauchers und für einen gerechten Wettbewerb. Bei seinen Einfuhrkontrollen beschlagnahmte der Zoll im vergangenen Jahr in 7.752 Fällen gefälschte Marken oder Produkte, wobei der Wert der beschlagnahmten Waren mit fast 426 Millionen Euro weiterhin erschreckend hoch ist.

Ein Beispiel ist der Zigarettenschmuggel. So hat der

Zoll im vergangenen Jahr 465 Millionen (2006: 415) Schmuggelzigaretten sichergestellt. Die Zollverwaltung geht dabei mit einer Kombination aus mobilen Zollkontrollen und intensiver internationaler Zusammenarbeit gegen die Drahtzieher des internationalen organisierten Zigarettenschmuggels vor.

Lob vom Markenverband

»Der Kampf gegen Produkt- und Markenpiraterie ist, das zeigen die Erfolge des Zolls, kein Kampf gegen Windmühlen. Wir gratulieren dem deutschen Zoll für die ausgezeichnete und auch im europäischen Vergleich herausragend erfolgreiche Arbeit. Die Zahl der Beschlagnahmefälle zeigt allerdings auch, dass der Zoll mit 1.600 Zöllnern und Zöllnerinnen bei einer Million mobiler Kontrollen mit seinen Ressourcen an Grenzen stößt«, kommentiert der Markenverband das Ergebnis. Hier müssten alle gemeinsam über neue Strategien nachdenken, wie dem veränderten Versendeverhalten der Fälscher effektiv begegnet werden könne, konstatiert Franz-Peter Falke, Präsident des Markenverbandes. Gegebenenfalls müsse die personelle Ausstattung der deutschen Zollbehörden nicht nur gesichert, sondern sogar erhöht werden, damit die Zentralstelle gewerblicher Rechtschutz und die mit der Suche und Beschlagnahme von Fälschungen befassten Zollbeamten des Bundes und der Länder ihre erfolgreiche Arbeit fortsetzen können.

Immer neue Vertriebswege

In Reaktion auf die spektakulären Erfolge der Zollbehörden in 2006 hat sich diese Form der organisierten Kriminalität hinsichtlich ihrer Vertriebswege nach Einschätzung des Markenverbandes weiter professionalisiert. Obwohl die Zahl der aufgegriffenen Sendungen weitgehend gleich geblieben ist, hat sich der Warenwert insgesamt deutlich reduziert. Dies sei ein Indiz



Gegen Pharma-Fälscher setzt Merck beispielsweise mit Coin Reactive Ink eine spezielle Druckfarbe ein

dafür, dass Fälscher nun gezielt kleinere Sendungen – insbesondere über den Postversand – nach Deutschland einzuschmuggeln versuchen. Sollte diese Tendenz sich fortsetzen, müsste über eine Verstärkung der mit der Verfolgung dieser Form organisierter Kriminalität befassten Zollbeamten nachgedacht werden. Von hoher Relevanz bleibe neben dem Versandweg der Post auch und insbesondere der Vertriebsweg Internet, merkt Christoph Kannengießer, Hauptgeschäftsführer des Berliner Spitzenverbandes, an. Der Markenverband warnt deshalb eindringlich davor, von fragwürdigen Händlern zweifelhafter Seriosität zu kaufen. Insbesondere auf Internetauktionsplattformen sei das Betrugsrisiko nach wie vor hoch.

Gefahren für Gesundheit

Produktpiraterie, Urheber- und Markenrechtsverletzungen sind dabei nicht nur ein wirtschaftliches und juristisches Problem. Von ihnen gehen auch Gefahren aus. Auf Herstellerseite drohen Imageschäden für die Marke, auf Verbraucherseite im schlimmsten Falle sogar Gesundheitsgefahren. So etwa bei gefälschten Kosmetika, Lebensmitteln oder Ersatzteilen für Fahrzeuge und Maschinen. Ein besonders hohes Risiko geht von Pharma-Fakes aus. Die World Health Organisation WHO befürchtet, dass inzwischen jedes zehnte Medikament, das weltweit per Versand verschickt wird, gefälscht ist.

Politiker, Mediziner, Ernährungswissenschaftler und Sicherheitsexperten schlagen Alarm und fordern massive Kontroll- und Qualitätssicherungsmaßnahmen. Hier können Verpackungen vor allem bei schnell drehenden Konsumgütern und Pharmaprodukten einen bedeutenden Beitrag zum Marken- und Verbraucherschutz leisten.

Sicherheitssysteme erforderlich

Von Unternehmen müssten mehr »technische Maßnahmen ergriffen werden, um die eigenen Produkte vor Produkt- und Markenpiraterie zu sichern«, heißt es in einer IHK-Empfehlung: »Hierzu gehört die Produktkennzeichnung, die es ermöglicht, ein Original von einem Plagiat zu unterscheiden und den Warenstrom nachverfolgbar macht.« Um Produkte so zu kennzeichnen, dass Original und Fälschung unterschieden und Warenwege kontrollierbar werden, hat die Verpackungsbranche schon innovative Schutzmöglichkeiten entwickelt und arbeitet intensiv an weiteren Ansätzen. Zum Beispiel an Spezial-Druckfarben, die wie eine DNA nicht nachgeahmt werden können.

Wie überzeugend das Zusammenspiel von Sicherungsverfahren und Designqualität eine Marke zugleich schützen und repräsentieren kann, zeigt die im Verpackungswettbewerb von Pro Carton, der Interessengemeinschaft der Karton- und Faltschachtelhersteller, und dem europäischen Dachverband der Faltschachtelhersteller ECMA 2007 ausgezeichnete Verpackung für Noa Perle, produziert von Faltschachtelhersteller Carl Edelman für Cacharel: Beeindruckende Hologrammeffekte erwecken den Eindruck, dass das Produkt in der Verpackung schwebt. Ein neuartiges Druckverfahren und ein Effekt, der sich mit »fälscherüblichen« Methoden nicht imitieren lässt. Die Verpackung für bruno banani – ebenso von Pro Carton und ECMA mit einem Verpackungspreis bedacht – zeigt andererseits, dass auch unverwechselbares Design allein schon Fälscher abschrecken kann: Die schräge Statik der Faltschachtel ist nicht so ohne weiteres zu imitieren.

Uwe Käckenhoff

Foto: Pro Carton

Schulterschluss mit Zoll

Wichtige Anlaufadresse für Markenartikler zum Schutz der eigenen Produkte vor Fälschern ist beim Zoll die Zentralstelle Gewerblicher Rechtsschutz. Für einen optimalen Erfolg ist Kooperation von beiden Seiten erforderlich, weiß Petra Heininger, Stellvertretende Leiterin der ZGR bei

»JEDER MENSCH wird als Original geboren und die meisten sterben als Kopie!« Für die Generation X, die diesen Satz geprägt hat, gehörte die Verweigerungshaltung gegenüber der Konsumgesellschaft in den 70'er und 80'er Jahren zum Alltag. In Zeiten, in denen selbst gestrickte Pullover, Jeans und Turnschuhe das Bild bestimmten, war die Frage, ob es sich um ein bestimmtes Markenprodukt handelte eher zweitrangig. Die Entwicklung zur Spaßgesellschaft in den 90'er Jahren verschaffte Markenprodukten erst so richtig ihren gesellschaftlichen Stellenwert und viele große Hersteller konnten ihre Umsätze massiv steigern. Doch wie immer hat jedes Ding zwei Seiten und mit dem zunehmenden Stellenwert in der Gesellschaft von Markenprodukten wuchs auch der Druck auf einen großen Teil der Konsumenten, nur »dazu zu gehören«, wenn man über die entsprechende Designeruhr oder die Handtasche verfügt.

Da jedoch nicht jeder in unserer Gesellschaft auch über das nötige finanzielle Kapital verfügt, um das Original zu erwerben, musste es doch auch irgendwie möglich sein eine entsprechende (kostengünstige) Kopie zu erwerben. Es ist daher nicht verwunderlich, dass heute nahezu von jedem erfolgreichen Markenprodukt auch eine Vielzahl von Fälschungen auf dem Markt in Umlauf ist. Der Großteil der Konsumenten, der zur Gattung der Schnäppchenjäger gehört, begrüßt diese Auswahl an Fälschungen sogar, denn die Markenprodukte sind »eh viel zu teuer!« Betrachtet man die im Postverkehr eingeführten Waren und spricht man dann vor Ort mit dem jeweiligen Empfänger, bekommt man immer wieder diese oder ähnliche Antworten.

Doch was bedeutet dies für die jeweiligen Rechtsinhaber? Unabdingbar für jedes weitere Vorgehen ist,

dass ich mir als Rechtsinhaber einen Überblick über meine Situation verschaffe, bevor ich einen Antrag auf Tätigwerden der Zollbehörde bei der Zentralstelle Gewerblicher Rechtsschutz (ZGR) einreiche. Hierzu ist zunächst zu klären, ob ich meine Rechte auch alle ausreichend geschützt habe, denn nur wenn die Registrierung der Marke oder des Designs und so weiter der ZGR nachgewiesen werden kann, kann dem Antrag auch stattgegeben werden. Weitere zwingend vorzulegende Unterlagen sind die so genannten Erkennungshinweise, die auch über den Erfolg eines bewilligten Antrages entscheiden. Unsere Statistik belegt jedes Jahr wieder, dass wir für mehr als 50 Prozent der bewilligten Anträge (also Rechtsinhaber) auch tätig geworden sind. Dies ist bei der Vielzahl der Abfertigungen (Import, Export, Transit) ein recht hohe Erfolgsquote, die jedoch noch besser sein könnte, wenn uns die restlichen Rechtsinhaber auch mit mehr Hinweisen versehen würden.

Welche Hinweise von Bedeutung sind, kann man nicht pauschal sagen. Denn je nach der Struktur des Unternehmens des Rechtsinhabers beziehungsweise seiner gewonnenen Erkenntnisse bezüglich der Warenströme von Fälschungen können wir die Informationen von jedem Rechtsinhaber individuell für unsere Zollstellen aufbereiten. Wichtig für uns ist, dass der Rechtsinhaber seine Hausaufgaben im Vorfeld ordentlich gemacht hat und uns die Ergebnisse in konzentrierter Form zur Verfügung stellt. Tipps hierzu finden sich auf unserer Internetseite <http://www.ipr.zoll.de>. Immer häufiger finden sich in der Berichterstattung Artikel oder Fernsehberichte über Aufgriffe des Zolls auf Messen. Dies veranlasst betroffene Rechtsinhaber immer wieder dazu kurz vor einer Messe (ein bis zwei Wochen) einen Antrag auf Tätigwerden bei der ZGR



Die Verpackung für bruno banani, von Pro Carton und ECMA mit einem Verpackungspreis bedacht, soll allein durch unverwechselbares Design schon Fälscher abschrecken.

einreichen zu wollen. Ich möchte daher ausdrücklich darauf hinweisen, dass der Antrag nicht erst gestellt werden sollte, wenn »das Kind in den Brunnen gefallen ist«. Die Bearbeitung eines Antrages dauert bis zu 30 Arbeitstage. Da Waren zu einer Messe in der Regel etwa zwei bis drei Wochen vor Beginn der Messe eingeführt werden, sollte der Antrag dementsprechend frühzeitig gestellt werden, denn unser Ziel ist es, dass die Waren erst gar nicht auf die Messe gelangen.

Aber nicht nur Messe, sondern auch zunehmend das Internet bereitet dem ein oder anderen Rechtsinhaber Probleme. Natürlich handelt es sich hier um vergleichsweise geringe Mengen, die in einer Postsendung eingeführt werden, aber auch diese einzelnen Sendungen können zu einem Problem größeren Ausmaßes werden. Währet den Anfängen sollte hier die Devise der Rechtsinhaber lauten. Bis zur Umsetzung des in der VO (EG) 1383/2003 vorgesehenen vereinfachten Verfahrens ist das jetzige Prozedere im Falle von Klein-

sendungen etwas aufwendig, aber es lohnt sich durchaus, nach außen hin Zeichen zu setzen. Wie der Besuch von diversen Foren im Internet zeigt, spricht sich die Vorgehensweise der Rechtsinhaber recht schnell herum und einige Konsumenten sehen aufgrund der »Schwierigkeiten« dann doch von einer Bestellung/Ersteigerung des Artikels ab. – Es gibt also durchaus gute Gründe sich als Betroffener mit der Antragstellung einmal auseinander zu setzen und sich zu überlegen, ob dies nicht auch für das eigene Unternehmen interessant wäre.

Petra Heininger, Bundesfinanzdirektion Südost, Stellvertretende Leiterin der Zentralstelle Gewerblicher Rechtsschutz

