



MARKENVERBAND

PRESSEMITTEILUNG

Verbandskommunikation
presse@markenverband.de

Markenverband, TU Berlin und Fraunhofer Institut veröffentlichen erste Ergebnisse zu Studie zu Markenpiraterie

Markenunternehmen erleiden Schäden in Höhe von 6% ihres Jahresumsatzes durch Markenfälschungen

Berlin, 14.09.2012. Bereits die ersten Ergebnisse einer gemeinsam von Markenverband, dem Fachgebiet Innovationsökonomie der Technischen Universität Berlin und dem Fraunhofer Institut für Offene Kommunikationssysteme durchgeführten, fallbasierten Langzeitstudie zum Schaden durch Markenfälschungen zeigen eine dramatische Tendenz: Die Schäden durch Markenfälschungen betragen bei den befragten Markenunternehmen im Durchschnitt 6 Prozent vom Umsatz. Hinzu kommt ein hoher finanzieller Aufwand, den selbst kleine mittelständische Unternehmen aufwenden müssen, um sich gegen Markenfälschungen zu wehren. Die Schäden für die betroffenen Unternehmen steigen dadurch noch weiter.

Die ersten Zahlen der Studie zeigen, wie immens der durch Produkt- und Markenpiraterie bei Unternehmen angerichtete Schaden ist. Wurden bislang geschätzte Werte von Fälschungen in Bezug zu Handelsströmen oder allgemein ohne direkten Bezug auf Markenfälschungen bestimmt, fragt diese Studie erstmals explizit den Schaden durch Markenfälschungen bei einer Auswahl von tatsächlich betroffenen Unternehmen ab. Nur so können die Auswirkungen gerade bei den vielen hier in Deutschland ansässigen Markenunternehmen wirklich beurteilt werden. Mit einem durchschnittlichen Schaden in Höhe von **6 Prozent vom Umsatz** ist dieser Wert dramatisch und kann sogar existenzbedrohend sein. Zu den entstandenen Schäden müssen aber zusätzlich die Kosten zur Abwehr von Produkt- und Markenpiraterie noch hinzugerechnet werden. Diese liegen selbst bei kleinen mittelständischen Unternehmen regelmäßig im fünf- bis sechststelligen Bereich. Bei befragten Großunternehmen erreichen Sie leicht zweistellige Millionenbeträge.

„Gerade kleine Unternehmen kommen durch die Folgen von Produkt- und Markenpiraterie und die Kosten, die sie für deren Bekämpfung aufbringen müssen, an die Grenzen Ihrer Leistungsfähigkeit“, so Dr. Alexander Dröge, Leiter Recht beim Markenverband. „Bedenkt man,

Markenverband e.V.
Unter den Linden 42 | D-10117 Berlin
Telefon +49 (0)30 206 168 50
Telefax +49 (0)30 206 168 750
Postfach 080 629 | D-10006 Berlin
www.markenverband.de

dass alle Schätzungen von einer weiteren explosionsartigen Zunahme von Produkt- und Markenpiraterie ausgehen, muss Politik nun zwingend handeln. Dies bedeutet wenigstens solche Rahmenbedingungen zu schaffen, dass gewerbs- und bandenmäßige Kriminalität im Bereich der Produkt- und Markenpiraterie angemessen verfolgt wird.“

Ansprechpartner:

Dr. Alexander Dröge

Leiter Recht / Verbraucherpolitik

Tel.: 030/20 61 68 40

a.droege@markenverband.de

Der 1903 in Berlin gegründete Verband ist die Spitzenorganisation der deutschen Markenwirtschaft. Die Mitglieder stehen für einen Markenumsatz im Konsumgüterbereich von über 300 Mrd. Euro und im Dienstleistungsbereich von ca. 200 Mrd. Euro in Deutschland. Der Markenverband ist damit der größte Verband dieser Art in Europa. Die Mitgliedsunternehmen stammen u. a. aus den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel, Mode und Textil, pharmazeutische Produkte und Dienstleistungen. Zu den Mitgliedern zählen Beiersdorf, Hugo Boss, Coca-Cola, Deutsche Bank, Deutsche Post, Falke, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Dr. Oetker, Volkswagen und viele andere renommierte Firmen.