



PRESSEMITTEILUNG

Sperrfrist: 13. Februar 2015, 13:00 Uhr

Negativ-Preis „Plagiarius“ rückt dreiste Fälschungen ins öffentliche Bewusstsein

Das Geschäft mit Plagiaten und Fälschungen boomt - auch dank viel zu geringer Strafen. Leichtgläubige Schnäppchenjäger und das Internet ermöglichen den Fälschern milliardenschwere Gewinne. Die Schäden seitens der Originalhersteller sind enorm, die Gefahren für Verbraucher ebenfalls. Solange Nachfrage für kopierte Waren besteht, wird diese auch bedient werden. Dabei sind Plagiate das Gegenteil von Fortschritt und Vielfalt, die alle einfordern!

Innovation statt Imitation – Ein klares „Nein“ zu Diebstahl geistigen Eigentums

Der Negativ-Preis „Plagiarius“ wurde am 13. Februar 2015 auf der Frankfurter Konsumgütermesse „Ambiente“ im Rahmen einer internationalen Pressekonferenz zum 39. Mal verliehen. Bereits seit 1977 vergibt die Aktion Plagiarius e.V. den gefürchteten Schmäh-Preis an Hersteller und Händler besonders dreister Nachahmungen. Ziel des Vereins ist es, die unseriösen Geschäftspraktiken von Produkt- und Markenpiraten aus aller Welt ins öffentliche Bewusstsein zu rücken und Industrie, Politik sowie Verbraucher für die Problematik zu sensibilisieren. Trophäe ist ein schwarzer Zwerg mit goldener Nase – als Symbol für die exorbitanten Profite, die die Nachahmer sprichwörtlich auf Kosten kreativer Designer und innovativer Hersteller erwirtschaften.

Im Rahmen der Verleihung stellte der Verein klar, „dass die Auszeichnung mit dem ‚Plagiarius‘ nichts darüber aussagt, ob die jeweilige Nachahmung *im juristischen Sinne* erlaubt ist oder nicht, ob sie also rechtmäßig oder rechtswidrig ist. Die Aktion Plagiarius kann kein Recht sprechen. Sie darf aber auf Unrecht betroffener Firmen aufmerksam machen und die Meinung äußern, dass *plumpe 1:1 Nachahmungen* einfalllos und moralisch verwerflich sind und zu Stillstand führen“. In dem Zusammenhang betonte der Verein „dass *legale Me-too-Produkte*, die einem Trend folgen, sich aber ausreichend vom Original absetzen und den Wettbewerb beleben, ausdrücklich erwünscht sind“.

Erfreulich ist, dass der hohe Bekanntheitsgrad des „Plagiarius“ auch dieses Jahr wieder seine abschreckende Wirkung zeigte: Aus Angst vor öffentlicher Blamage haben einige der angeschriebenen Nachahmer Restbestände der Plagiate vom Markt genommen, Unterlassungserklärungen unterschrieben oder ihre Lieferanten preisgegeben.

Zoll unterstützt Firmen und Verbraucher im Kampf gegen Produkt- und Markenpiraterie

Die konsequente Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie ist für Firmen ebenso teuer wie unerlässlich. Eine Vielzahl juristischer, organisatorischer und technischer Maßnahmen steht zur Verfügung, aber insbesondere für KMU ist die Auswahl geeigneter Maßnahmen oftmals eine finanzielle Frage – und das nutzen Nachahmer und Fälscher vielfach aus. Ein wichtiger strategischer Partner für alle Betroffenen ist der Zoll. Allein 2013 haben die EU-Zollbehörden knapp 36 Millionen rechtsverletzende Produkte im Wert von 760 Millionen Euro an den EU-Außengrenzen beschlagnahmt. Rund 70% der Aufgriffe betrafen Post- und Kurierpakete, die auf private Online-Bestellungen zurückzuführen sind. Zu den festgehaltenen Waren zählen neben Bekleidung und Sportartikeln u.a. Fälschungen mit hohem Gefährdungspotential: von Medikamenten mit falschen oder keinen Wirkstoffen über verunreinigte Parfums, Kosmetika und Lebensmittel oder Spielwaren mit Erstickungsgefahr wegen loser Teile bis hin zu Motorsägen und Bremsbelägen. Die Mehrheit der Fälscher setzt auf schnelle Gewinnmaximierung, d.h. sie verwenden minderwertige Materialien, verzichten auf Qualitäts- und Sicherheitskontrollen, produzieren unter menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen und setzen billigend die Gesundheit der Menschen in den Fabriken sowie der Konsumenten aufs Spiel. Die Beschlagnahme von Fälschungen ist also auch praktizierter *Verbraucherschutz*.

Rund 79% der festgehaltenen Waren kamen 2013 aus China und Hongkong. Zu den Herkunftsländern gehörten aber auch die Vereinigten Arabischen Emirate, die Türkei und zahlreiche osteuropäische Länder. Die EU-Zoll-Statistiken können aber nur einen Teil des Problems zeigen. Fakt ist, dass die Auftraggeber bzw. Importeure von Nachahmungen oftmals aus Industrieländern kommen.

Es profitieren also auch westliche Firmen vom Handel mit Plagiaten. Fakt ist zudem, dass eine Vielzahl von Plagiatsprozessen unter Landsleuten stattfindet, z.B. innerchinesisch oder innerdeutsch.

Die Kopie – weder Kompliment noch Kavaliersdelikt

In den 90er Jahren hat Produkt- und Markenpiraterie nach dem klischeemäßigen „schwarz-/weiß“-Prinzip funktioniert. Das ist längst überholt. Heutzutage gibt es Plagiate und Fälschungen in *allen Preis- und Qualitätsabstufungen*, von gefährlichen Billigimitaten bis hin zu qualitativ hochwertigen Kopien, die kaum günstiger als das Original sind. Auch asiatische Firmen sind längst nicht mehr nur die verlängerte Werkbank des Westens. Viele sind mit eigenen Entwicklungen erfolgreich, melden gewerbliche Schutzrechte an und setzen diese konsequent gegen Nachahmer durch. D.h. auch für aufstrebende chinesische Firmen ist eine Kopie weder das viel zitierte Kompliment noch ein Kavaliersdelikt. Erwähnenswert ist noch eine weitere Entwicklung: Unter den Nachahmern sind immer häufiger auch westliche Firmen zu finden, die sich jahrzehntelang pauschal über asiatische Kopien empört haben. Das wird einerseits bei zahlreichen Plagiarius-Preisträgern der letzten Jahre sichtbar, zum anderen durch eine VDMA-Studie aus dem Jahr 2014 untermauert. Nach Aussage der befragten Unternehmen aus dem Maschinen- und Anlagenbau kamen in den letzten zwei Jahren 23% der Kopien aus Deutschland.

Gesetz und Moral - Die 2 Seiten des Plagiats

Grundsätzlich gilt in Deutschland und vielen anderen Ländern Nachahmungsfreiheit. Wer ein neues Produkt vor unerwünschten Kopien von Trittbrettfahrern schützen möchte, muss es über gewerbliche Schutzrechte (Marke, Design, Patent, Gebrauchsmuster etc.) absichern. Es sei denn das Urheberrecht oder unlauteres Wettbewerbsverhalten finden Anwendung. Beide sind aber an diverse Kriterien geknüpft, so dass das Anmelden von gewerblichen Schutzrechten empfehlenswert ist.

Interessant ist neuerdings das Geschäftsverhalten manch westlicher Firmen: Sie nehmen ein erfolgreiches Produkt eines Mitbewerbers und prüfen sehr gezielt, ob dieses durch gewerbliche Schutzrechte abgesichert ist. Ist dies nicht der Fall, so wird das Produkt ungeniert kopiert. Solche Nachahmungen sind dann dreist und einfalllos, aber aus rechtlicher Sicht legal. Mit anderen Worten: Gewerbliche Schutzrechte Anderer zu verletzen entspricht nicht den Unternehmenswerten und einen Prozess möchte man auch nicht riskieren - für offensichtliche 1:1 Kopien ist man sich aber nicht zu schade. Haben manch westliche Firmen tatsächlich so wenig Anspruch an sich selbst, etwas Eigenes, etwas Neues zu schaffen? Fortschritt „Made in Industrieländern“ sieht anders aus.

Opfer oder Täter ? Einige Konsumenten und Firmen sind beides

Bei der Bewertung von Kopien spielt der Blickwinkel eine erhebliche Rolle. Verbraucher, die im guten Glauben auf ein Plagiat herein gefallen sind, werden sich zu Recht als Opfer sehen und über den Verkäufer schimpfen. Können sie dann aber, z.B. im Urlaub, den offensichtlich gefälschten Luxusmarkentaschen zum Spottpreis nicht widerstehen, so spielen sie den Kauf als Kavaliersdelikt runter. Verbraucher dürfen sich nicht blauäugig der Illusion hingeben, Ziel der Fälscher sei es, ihnen günstige Alternativen zu bieten. Die Nachahmer handeln rücksichtslos und rein profitorientiert. Da Märkte sich über *Angebot und Nachfrage* regeln, trägt jeder Konsument eine erhebliche Verantwortung. Wer bewusst Fälschungen kauft, unterstützt u.a. Kinderarbeit und kriminelle Machenschaften.

Auch bei Firmen scheint der Perspektivwechsel zu funktionieren, wie ein Fall zeigt, der vor Kurzem durch die Medien ging: Der chinesische Smartphone-Hersteller JiaYu hat jahrelang iPhone-Modelle von Apple kopiert und unter eigenem Namen vertrieben. Kaum wurden Kopien seiner JiaYu-Smartphones über AliExpress angeboten, beklagte er, dass durch die minderwertige Qualität dieser Nachahmungen sein guter Ruf ruiniert würde.

Die Gefahr der Gratsmentalität – ohne Wert keine Wertschätzung

Wer für ein Produkt nichts bezahlt, der kennt auch nicht dessen *Wert*. Folglich können auch keine *Wertschätzung* und kein Respekt für die hinter dem Produkt steckende Leistung entstehen. Wenn Firmen die Verbraucher als Mitsreiter im Kampf gegen Nachahmungen gewinnen wollen, müssen sie sie davon überzeugen, dass der vermeintlich hohe Preis des Originals weder Willkür noch Wucher darstellt, sondern den Wert für tatsächlich erbrachte Leistungen und Investitionen. Angesichts der Tatsache, dass jedoch nicht nur Fälschungen, sondern vielfach auch (Teile der) Markenprodukte in Niedriglohnländern hergestellt werden, sind die Verbraucher irritiert über die großen Preisunterschiede. Original und Fälschung sind aber nur auf den ersten Blick täuschend ähnlich. Die Herausforderung besteht folglich darin, Qualitätsunterschiede und den Mehrwert des Originals erkennbar zu machen und klarer zu kommunizieren. Denn von einer ersten guten Idee bis zum marktreifen

Endprodukt ist es oftmals ein langwieriger und kostenintensiver Prozess. Hersteller gehen oft monatelang, teils Jahre, finanziell in Vorleistung.

Im Original stecken viel Zeit, Know-how, Kreativität, Herzblut und Risikobereitschaft

Produktentwicklung ist ein dynamischer Prozess. In interdisziplinären Teams (Design, Konstruktion, Prototypenbau, Qualitätssicherung, Marketing etc.) bringt jeder Mitarbeiter seine Erfahrungen und sein fachspezifisches Wissen ein: vom treffsicheren Gespür für Märkte und Trends über die Begabung, bildhaft denken zu können bis hin zum Wissen über Ergonomie, technische Verfahrensweisen, unterschiedliche Materialeigenschaften, intuitive Benutzerführung etc. Dabei erfolgen die einzelnen Entwicklungsschritte nicht nacheinander, sondern in einem permanenten Austausch miteinander. Gemeinsam lässt man sich von bereits bestehenden Produktlösungen inspirieren, denkt über Grenzen hinaus, sammelt Ideen und evaluiert am Ende alles auf wirtschaftliche Machbarkeit. Design ist dabei weit mehr als bloße Produktkosmetik. Es ist die Schnittstelle zwischen Produkt und Mensch, die die Qualität eines Produktes visualisiert und Technik für jedermann begreifbar macht.

Praxisnahe Sensibilisierung im Museum Plagiarius in Solingen

Das Museum Plagiarius präsentiert die Sammlung der Plagiarius-Preisträger von 1977 bis heute. Die Ausstellung umfasst mehr als 350 Produkte der unterschiedlichsten Branchen und zeigt jeweils Original und Plagiat im direkten Vergleich. Die vielen Praxis-Beispiele verdeutlichen anschaulich Ausmaß, Schäden und Gefahren von Plagiaten und tragen maßgeblich zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit bei. Ergänzt wird die Sammlung durch vom Zoll beschlagnahmte Fälschungen. Aktuelle Termine (Gala-Dinner, Vernichtung gefälschter Waren uvm.): www.museum-plagiarius.de.

Die **Verleihung des „Plagiarius 2015“** fand am Freitag, **13. Februar 2015, um 12:30 Uhr** während der Frankfurter Konsumgütermesse „Ambiente“ im Congress Center der Messe Frankfurt im Raum „Illusion 1-3“ statt.

Die ‚**Laudatio**‘ auf die Preisträger hielt **Sabine Asgodom**, Management-Trainerin, Bestseller-Autorin und professionelle Rednerin.

Die Plagiarius-Preisträger 2014 und 2015 werden im Rahmen der **Sonderschau „Plagiarius“** vom 13. - 17. Februar 2015 im **Foyer 5.1 / 6.1** ausgestellt. Nach der Ambiente werden die aktuellen Preisträger im Museum Plagiarius in Solingen präsentiert.

Die Preisträger des Plagiarius-Wettbewerbs 2015:

Die Jury traf sich am 17. Januar 2015 und vergab drei Hauptpreise, einen Sonderpreis und sieben gleichrangige Auszeichnungen aus insgesamt 41 Einsendungen:

1. Preis

Heißluftgebläse „HL 1610 S“ und „HG 2310 LCD“

Originale: STEINEL Vertrieb GmbH, Herzebrock-Clarholz, Deutschland

Fälschungen: *Vertrieb:* Shenzhen Jin Xiong of internal and external electronic tools Co., Ltd., Shenzhen, VR China

2. Preis

Möbel-Rolle „movetto 8“

Original: Gross + Froelich GmbH & Co. KG, Weil der Stadt, Deutschland

Plagiat: Wagner System GmbH, Lahr, Deutschland

3. Preis

Notfall-Beatmungsgeräte „MEDUMAT Easy“ und „MEDUMAT Transport“

Originale: WEINMANN Emergency Medical Technology GmbH + Co. KG, Hamburg, Deutschland

Plagiate: Ambulanc (Shenzhen) Tech Co., Ltd., Shenzhen, VR China

Sieben gleichrangige „Auszeichnungen“ wurden verliehen:

Parfums „Jean Paul Gaultier *Classique*“ und „Jean Paul Gaultier *Le Male*“

Originale: Beaute Prestige International GmbH, Düsseldorf (Deutschland) /
Beaute Prestige International S.A., Paris (Frankreich)

Fälschungen: *Vertrieb*: Carry Forward Import and Export Co., Ltd., Shenzhen, VR China
Bestimmungsland: Spanien

Die Fälschungen wurden 11/2014 mit diversen weiteren Parfum-Fälschungen renommierter Hersteller (ca. 28.500 Stück) vom Hamburger Zoll beschlagnahmt und aus dem Verkehr gezogen.

Polstermöbelsystem „Conseta“

Original: COR Sitzmöbel Helmut Lübke GmbH + Co. KG, Rheda-Wiedenbrück, Deutschland
Plagiat: Christmann GmbH, Langenberg, Deutschland

Spiralschneider „SPIRELLI“

Original: GEFU Küchenboss GmbH & Co. KG, Eslohe, Deutschland

Plagiate: 1) Brieftons, Oregon, U.S.A.
2) Tiptop Manufactory Ltd., Hongkong, VR China
3) Ningbo Best Solution Plastic Industry Co., Ltd., Zhejiang, VR China

Käseibe „Kasimir“ und Kuchenmesser „Coco“

Originale: koziol »ideas for friends GmbH, Erbach, Deutschland

Plagiate: *Import*: Zabriskie Studio, S.L., Barcelona, Spanien
Vertrieb: Natura Selection, S.L., Barcelona, Spanien
Herstellung: VR China

Küchenschneidegeräte „swizzProzz sP10 und sP20“

Originale: swizzProzz AG, Beckenried, Schweiz

Fälschung sP20: *Vertrieb*: TVİ Bilgi Teknolojileri San. ve Tic. Ltd. Şti., Istanbul, Türkei
(über SehriKeyif.com)

Plagiat sP10: Celltone Home Appliances, Mumbai, Indien

Porzellan-Engel „Lyra“ / „Triangel“ / „sitzend“ / „Handkuss“ / „Becken“ / „Glocke“

Originale: WUNASIA Handelsgesellschaft mbH, Wunsiedel, Deutschland

Plagiate: Rosenthal GmbH, Selb, Deutschland

LED-Taschenlampe „LED LENSER P7.2“

Original: Zweibrüder Optoelectronics GmbH & Co. KG, Solingen, Deutschland

Fälschung: *Vertrieb*: Sang Sang Tech Co., Ltd., Hongkong, VR China

Folgender Sonderpreis wurde verliehen:

Sonderpreis „Oscarius“

simpleshow-Erklärvideos für Audi und ManpowerGroup

Originale: simpleshow GmbH, Stuttgart/Berlin, Deutschland

Plagiate: Telling Your Story Visually, Chennai, Indien

Die Original-simpleshow-Erklärvideos wurden von TYSV - Telling Your Story Visually - von der simpleshow-Website heruntergeladen; dann wurde lediglich das simpleshow-Logo in der letzten Szene gegen das eigene TYSV-Logo ausgetauscht. In Kunden-Mailings wurden die Videos als Referenzen genannt und verlinkt, um die eigene Leistungsfähigkeit zu demonstrieren.

Die Jury des Plagiarius-Wettbewerbs 2015:

Die Jury wird jedes Jahr neu zusammengestellt aus Vertretern der unterschiedlichsten Bereiche.
Die Jury des Plagiarius-Wettbewerbs 2015 setzte sich wie folgt zusammen:

Dr. rer. oec. Dorothee Becker

Kaufmännische Geschäftsführung Gebr. Becker GmbH, Wuppertal

Ulrich Becker

Chefredakteur Südwest Presse, Ulm

Willo Blome

Geschäftsführer blomus GmbH, Sundern

Dr.-Ing. Karl Peter Born

Geschäftsführer Franz Güde GmbH, Solingen

Stefan Eckstein

Eckstein Design, München / Präsident VDID Verband Deutscher Industriedesigner e.V., Berlin

Marita Ruess

Autorin, Neu-Ulm

Johannes Schmalzl

Regierungspräsident, Regierungspräsidium Stuttgart

Dr. Dagmar Zißler-Gürtler

Sinologin, Fokus China Training & Consulting, Köngen/Stuttgart

Juristische Beratung:

Dr. Alik Busse

Fachanwältin für Gewerblichen Rechtsschutz, Rechtsanwaltskanzlei Busse & Partner, München

Impressum

Aktion Plagiarius e.V.
Prof. Rido Busse / Christine Lacroix
Nersinger Straße 18
D-89275 Elchingen, Germany

Tel: + 49 (0)7308 – 922 422
Fax: +49 (0)7308 – 922 423
info@plagiarius.com
www.plagiarius.com
www.facebook.com/museumplagiarius

Anlage: CD-Rom mit Pressetexten, Fotos der Preisträger, simpleshow-Video

Download: www.plagiarius.com ("Wettbewerb" / „Presse")

Abdruck honorarfrei, Belegexemplar erbeten // Sperrfrist: 13. Februar 2015, 13:00 Uhr