

PRESSEMITTEILUNG

Sperrfrist: Freitag, 26. Januar 2024, 13:30 Uhr (MEZ)



Produkt- und Markenpiraterie - massive Gefahr für Wirtschaft, Umwelt und Verbraucher!

Negativpreis „Plagiarius“ rückt Ausmaß, Schäden und Hintergründe in den öffentlichen Fokus

Produkt- und Markenpiraterie ist ein lukratives Milliardengeschäft, auch für die organisierte Kriminalität. Designplagiate, Billig-Fälschungen, Dupes und Replica überfluten Websites, eCommerce- und Social Media Plattformen – die Zahlen sind erdrückend und besorgniserregend. Die Schäden, die gefälschte Produkte bei Käufern, innovativen Herstellern, dem autorisierten Handel und nicht zuletzt der Umwelt verursachen, sind immens. Wer bewusst Fälschungen kauft oder Dritte durch aggressive Werbung oder Verharmlosung zum Kauf animiert, unterstützt die verheerenden Herstellungsbedingungen und die sozioökonomischen Folgen. Das gleiche gilt für alle Plattformbetreiber, die den Verkauf von Fälschungen weder aktiv noch vorbeugend unterbinden. Das Internet ist kein rechtsfreier Raum. Die strengen Regeln, die im stationären Handel gelten, gelten auch in der digitalen Welt – sie müssen dort nur viel konsequenter durchgesetzt werden – insbesondere auch gegen Anbieter aus Drittländern.

Plagiarius: Gegen dreisten Innovationsklau - Für kreative Vielfalt und fairen Wettbewerb

Die Aktion Plagiarius hat am 26. Januar 2024 zum 48. Mal ihren gefürchteten Negativpreis „Plagiarius“ an Hersteller und Händler besonders dreister Plagiate und Fälschungen vergeben. Die Verleihung fand im Rahmen einer Pressekonferenz auf der Frankfurter Konsumgütermesse „Ambiente“ statt. Bevor die jährlich wechselnde Jury die Preisträger wählt, werden die vermeintlichen Plagiatoren über ihre Nominierung informiert und erhalten die Möglichkeit zur Stellungnahme. Die Auszeichnung mit dem Negativpreis sagt nichts darüber aus, ob ein nachgemachtes Produkt im juristischen Sinne erlaubt oder rechtswidrig ist. Die Aktion Plagiarius kann kein Recht sprechen. Sie darf aber die Meinung äußern, dass plumpe 1:1 Nachahmungen, die dem Originalprodukt bewusst täuschend ähnlich sehen, rücksichtslos und moralisch verwerflich sind und zu Stillstand statt Fortschritt und Vielfalt führen. Unter den Preisträgern sind erstmals auch namhafte Plattformbetreiber, die zwar nach Hinweis durch die Rechteinhaber, nicht aber proaktiv und vorbeugend gegen rechtsverletzende Nachahmungen vorgehen.

Bewusstsein schaffen / vor Risiken warnen / Zum Umdenken und bewusstem Konsum anregen

Ziel der Aktion Plagiarius ist es, die skrupellosen Geschäftsmethoden von Fälschern ins öffentliche Bewusstsein zu rücken, und Industrie, Politik und Verbraucher praxisnah für die Problematik zu sensibilisieren. Anhand der Plagiatsfälle betroffener Firmen beleuchtet der Verein Ausmaß, Schäden und Hintergründe sowie die unterschiedlichsten Facetten und Erscheinungsformen von Produkt- und Markenpiraterie. Trophäe des Schmähspreises ist ein schwarzer Zwerg mit goldener Nase. Letztere symbolisiert die immensen Profite, die ideenlose Nachahmer sprichwörtlich auf Kosten von Kreativwirtschaft und Industrie erzielen.

Abwärtsspirale: Produkt- und Markenpiraterie schwächt legalen Handel und Innovationskraft

Allein im Jahr 2022 wurden laut der Europäischen Kommission und dem Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) an den EU-Außengrenzen und im EU-Binnenmarkt rund 86 Millionen gefälschte Waren mit einem geschätzten Wert von über 2 Milliarden Euro beschlagnahmt. Und das sind nur die *nachweislichen* Aufgriffe von Zoll- und Polizeibehörden, also die Spitze des Eisbergs. Den internationalen Handel mit Fälschungen bezifferten EUIPO und OECD für 2019 auf alarmierende 412 Milliarden Euro, was 2,5% des Welthandels entspricht.

Mit viel krimineller Energie und unter ethisch fragwürdigen Bedingungen lassen internationale Fälscher(banden) ihre teils gefährlich minderwertigen Nachahmungen herstellen, und das ohne Rücksicht auf Menschenrechte oder Sicherheits- und Umweltstandards. Plagiate und Fälschungen schwächen die Investitions- und Innovationskraft von forschenden Unternehmen, sie vernichten Arbeitsplätze und bremsen das Wirtschaftswachstum. Um den legalen Handel zu stärken und Geldwäsche zu verhindern, muss der Gesetzgeber dafür sorgen, dass die Strukturen von global-agierenden Fälscherringen zer schlagen und den Verantwortlichen die illegalen Gewinne entzogen werden.

Innovationen entstehen nicht durch „Copy-Paste“ – Verdiente Wertschätzung für Kreativleistungen

Von einer ersten Idee bis zum marktreifen Endprodukt ist es ein anspruchsvoller Prozess, bei dem die Entwickler bzw. Markeninhaber regelmäßig finanziell in Vorleistung gehen. In jedem Originalprodukt stecken neben Kreativität, technischem Know-how und Erfahrung auch viel Mut und Herzblut – und hohe Investitionskosten. Dieses unternehmerische Risiko muss sich lohnen, damit Firmen auch zukünftig neuartige Produkte entwickeln und so Fortschritt, Arbeitsplätze, Wohlstand und Wettbewerbsfähigkeit sichern können. Der Schutz von kreativen Ideen und Know-how vor Nachahmung ist daher elementar.

Denn: Nachahmer kopieren ungenierter denn je bereits erfolgreich am Markt etablierte Produkte. Erhältlich sind die rechtsverletzenden Waren in allen Preis- und Qualitätsabstufungen: Von gefährlichen Billigfälschungen bis zu qualitativ hochwertigen, dann aber auch hochpreisigen, Plagiaten. In den meisten Fällen gilt nach wie vor, dass gleiches Aussehen nicht automatisch die gleiche Qualität, Leistungsfähigkeit und vor allem Sicherheit bedeutet. Viele Nachahmungen sind aus billigen Materialien gefertigt, schlecht verarbeitet und haben keinerlei Qualitäts- oder Sicherheitskontrolle durchlaufen. Das zeigt sich dann u.a. in kurzer Lebensdauer, gefährlicher Elektronik, mangelhafter Funktionalität oder sehr hohen Schadstoffbelastungen. Ein „stechender Chemiegeruch“ wird häufig von enttäuschten Käufern genannt und ist ein typisches Erkennungs- und Unterscheidungsmerkmal. Eine Rücksendung ist bei vielen Anbietern teuer oder nicht möglich.

Die Kluft zwischen Anspruch und tatsächlichem Handeln

In aktuellen Studien des EUIPO geben die meisten Konsumenten zwar an, dass sie das Konzept des geistigen Eigentums verstanden haben und sich der Herkunft von Fälschungen sowie der Risiken für Gesundheit, Sicherheit und die Umwelt bewusst sind. Gleichzeitig hält ein Drittel der Befragten es für akzeptabel, gefälschte Waren zu kaufen, wenn der Preis des echten Produkts zu hoch ist. Bei jungen Menschen trifft dies sogar auf die Hälfte zu. Und 26% der 15- bis 24-Jährigen gab an in den letzten 12 Monaten wissentlich gefälschte Waren gekauft zu haben. Scheinheilig wird der Kauf von illegalen Produkten gerechtfertigt. Dabei gibt es in der globalisierten Welt für jedes Budget legale, attraktive Alternativen. Ohnehin kann ein billiges Fake nicht ansatzweise die Wertigkeit und das Markenerlebnis des Originals kopieren. Und trotzdem: Ist die verlockende Markenfälschung zum Schnäppchenpreis nur einen Mausklick entfernt, werden die sonst laut proklamierten Ansprüche der Generation Z an Authentizität und Nachhaltigkeit vorübergehend über Bord geworfen.

Gar nicht vorbildlich: Dupe Influencer werben entgeltlich für illegale Fakes

Verstärkt wird dieses Verhalten noch durch sogenannte „Dupe Influencer“, die ihren leichtgläubigen und leicht beeinflussbaren Followern ohne Skrupel in Videos auf Instagram, YouTube oder TikTok gefälschte Designer- und Luxusprodukte empfehlen. Sie verharmlosen den Kauf und den Verkauf rechtsverletzender Artikel und steigern die soziale Akzeptanz für illegale Produkte. Gleichzeitig fördern sie nicht nur eine bedenkliche Kultur des „mehr Schein als Sein“, sondern auch eine Kultur der Respektlosigkeit gegenüber Marken und den hinter Qualitätsprodukten stehenden Entwicklungsleistungen.

Online-Giganten aus Drittländern überfluten europäischen Markt mit Billigartikeln und Fakes

Dank hoher Nachfrage und Akzeptanz erobern chinesische Online-Plattformen wie Temu, Shein, DHgate und AliExpress mit ihren Billigartikeln die Weltmärkte - darunter zahlreiche rechtsverletzende Nachahmungen oder Produkte, die die Produktsicherheitsbestimmungen der EU nicht erfüllen. Die Hersteller oder Händler, meist aus China, verkaufen oft direkt an die Endkunden. Letztere werden so zum Importeur und müssen für Schäden Dritter haften. Die Billigwaren werden aggressiv auf allen sozialen Medien beworben; junge Schnäppchenjäger werden mit Schleuderpreisen und Glücksrad zum regelmäßigen Kauf verführt. Über die Verkäufer findet man kaum Informationen. Geliefert werden die Waren oftmals ohne das für viele Produkte vorgeschriebene CE-Zeichen und ohne deutschsprachige Bedienungsanleitung. Ein Rückversand im Reklamationsfall wird häufig ausgeschlossen oder ist teurer als das Billigprodukt. (Haftungs-) Freie Fahrt für Anbieter aus Drittländern zulasten des europäischen stationären Handels und seriöser Online-Anbieter. Die teils minderwertigen Produkte werden quer über den Globus transportiert und landen schnell im europäischen Müll. Nachhaltiger, minimalistischer Konsum ist das nicht. Die EU ist gefordert für strengere Regulierung und faire Bedingungen für alle zu sorgen.

Industrie fordert von eCommerce-Plattform-Betreibern proaktives Vorgehen gegen Fälschungen

Die Plattformbetreiber haben zwar ihre Anstrengungen im Kampf gegen Produkt- und Markenpiraterie intensiviert und bieten Inhabern gewerblicher Schutzrechte u.a. Programme zum Melden von rechtsverletzenden Angeboten. Dennoch berichten Unternehmen unterschiedlichster Branchen immer wieder von Plagiaten oder gar Fälschungen ihrer Produkte. Fakt ist: Die Plattformbetreiber verdienen an jedem verkauften Produkt, gleich ob Original oder Fake. Und sie entziehen sich meist jeglicher Verantwortung mit dem Hinweis, dass „ihre Geschäftstätigkeit sich auf die Bereitstellung einer technischen Infrastruk-

tur beschränke“. Gerade technisch wäre es mit KI aber machbar, einschlägige Hashtags zu blockieren, eindeutig rechtsverletzende Angebote proaktiv aufzuspüren und gar nicht erst zuzulassen, und wiederholt rechtswidrige Angebote direkt beim Upload zu sperren oder zu löschen. Hinzu kommt: Nach wie vor tragen zahlreiche Verkäufer aus Drittländern nicht identifizierbare bzw. adressierbare 1-Wort-Aneinanderreihungen von Buchstaben als Adressen ein. Weder Rechteinhaber noch Käufer haben eine Möglichkeit diese Verkäufer zu kontaktieren. Die Einhaltung der eigenen AGB wird anscheinend nur nachlässig überprüft – die Nichteinhaltung hat offensichtlich keinerlei negative Konsequenzen. Die Industrie fordert, dass Plattform-Betreiber hier stärker in Verantwortung genommen werden müssen. Positiv: Vor Kurzem haben EU-Parlament und EU-Rat sich auf eine neue Produkthaftungsrichtlinie geeinigt. Nach deren Inkrafttreten müssen Händler aus Drittländern immer ein in der EU ansässiges Unternehmen angeben, das für deren verkaufte Produkte haftbar gemacht werden kann.

Auch die diesjährige Laudatorin, Heidi Kneller-Gronen, Rechtsanwältin und Hauptgeschäftsführerin des Bundesverband Onlinehandel e.V. (BVOH) fordert von der Politik: "Um die Wettbewerbsgleichheit wiederherzustellen und die Flut der Fälschungen und gefährlichen Produkte einzudämmen, müssen die Pakete aus den Drittländern besser kontrolliert werden. Es ist dringend erforderlich, dass die Politik aktiv wird und die Behörden mit den notwendigen Ressourcen ausstattet, um eine effektive Durchsetzung der Rechte zu gewährleisten. Unkontrollierte Waren dürfen - auch zum Schutz der Verbraucher - möglichst gar nicht erst in den Markt gelangen."

Strengere Regularien, härtere Strafen und Aufklärungskampagnen

Um das Problem der Produkt- und Markenpiraterie erfolgreich zu bekämpfen, muss sowohl das Angebot als auch die Nachfrage eingedämmt werden. Dazu braucht es u.a.: (1) Die Anordnung und Durchsetzung härterer, abschreckender Strafen für die Herstellung und den Handel mit Fälschungen, (2) das Verhindern von Geldwäsche, (3) strengere Regularien für Onlinehändler und die konsequente Durchsetzung insbesondere gegen Teilnehmer aus Drittländern (4) proaktives Vorgehen der eCommerce- und Social Media Plattformen gegen rechtswidrige Fälschungen und unsichere Produkte – (5) und mehr Aufklärungskampagnen.

Angesichts der Zunahme digitaler Markenverletzungen müssen Unternehmen zusätzlich zur Anmeldung gewerblicher Schutzrechte auch digitale Schutzstrategien entwickeln. Dazu gehören u.a. ein gut durchdachtes Domain-Portfolio, KI-gestütztes Online-Monitoring zum Aufspüren und Beseitigen rechtsverletzender Angebote sowie der Einsatz von Prüfsiegeln für autorisierte Online-Händler.

Märkte regeln sich über Angebot und Nachfrage. Es liegt in der Macht und in der Verantwortung jedes Verbrauchers, sich bewusst für sichere, legale Produkte von seriösen Herstellern und Händlern zu entscheiden - und so Fälschern ihre Geschäftsgrundlage zu entziehen. Weil es nicht egal ist, ob die Marke nur drauf oder auch drin ist. Und weil Gesundheit, Sicherheit und Umweltschutz jedermann angeht.

Plagiarius-Preisträger 2024 ab 2. Februar im Museum Plagiarius, und bei externen Ausstellungen

Das Museum Plagiarius in Solingen zeigt in seiner einzigartigen Ausstellung mehr als 350 Plagiarius-Preisträger der unterschiedlichsten Branchen - jeweils Originalprodukt und Plagiat im direkten Vergleich. In Führungen werden Fakten und Hintergründe vermittelt. Exponate können zudem bei der Aktion Plagiarius für individuelle externe Ausstellungen gebucht werden – ebenso wie Vorträge für unterschiedlichste Zielgruppen.

Save the Date: 18. April 2024 - Kompaktseminar für Gründer, Start-ups, Kreative und KMU:

„Ich hab ‘ne tolle Idee, und jetzt? Ideen erfolgreich umsetzen, vermarkten und schützen“

Produktentwicklung von der ersten Idee bis zur Marktreife ist komplex. Projektmanagement erst recht. Gemeinsam mit der Anwaltskanzlei Maiwald GmbH in München unterstützen wir Gründer:innen dabei gut informiert und mit Mut, Ausdauer und den richtigen Partner:innen an der Seite einen erfolgreichen Weg einzuschlagen. Interessiert? Mehr unter www.plagiarius.com oder email an: info@plagiarius.com.

Die Preisträger 2024 des Negativpreises „Plagiarismus“

Die Jury traf sich am 01. und 02. Dezember 2023 und vergab drei Hauptpreise, zwei neu ins Leben gerufene Sonderpreise sowie 4 gleichrangige Auszeichnungen.

1. Preis

Glasserie „DENK’ART“ (Champagner-, Universal-, Bordeaux- und Burgunderglas)

Originale: ZALTO Glas GmbH, Gmünd, Österreich

Plagiate: Bayerische Glaswerke GmbH, Neustadt a.d. Waldnaab, Deutschland

2004 hat Zalto die bei Winzern, Spitzengastronomie und Verbrauchern beliebte, und nach alter Handwerkstradition mundgeblasene Glasserie „DENK’ART“ auf den Markt gebracht. 2020 stellte die Bayerische Glaswerke GmbH ihre maschinell gefertigte Glasserie „Definition“ vor, die sich laut eigener Aussage an zwei älteren eigenen Glasserien orientiert. Keine der Firmen hat Designschutz angemeldet. Aktuell ist zwischen den renommierten Unternehmen ein Klageverfahren anhängig. Unabhängig davon, wie das Gericht in Bezug auf mögliches unlauteres Wettbewerbsverhalten entscheidet, fand die Jury, dass die 4 Glastypen der Serie „Definition“ den 4 erfolgreichsten Glastypen der Zalto-Serie zum Verwechseln ähnlich sehen und dass fairer Wettbewerb unter respektierten Mitbewerbern anders aussieht. In seiner Stellungnahme vor der Jurysitzung verweist die Bayerische Glaswerke GmbH explizit auf „Nachahmungsfreiheit“ und bestreitet, dass gesetzliches oder moralisches Unrecht vorliegt.

2. Preis

Spielbausatz „LEGO Creator 10252 – VW Käfer“

Original: Volkswagen AG, Wolfsburg, Deutschland

Fälschung: GDR-Trading BV, Meppel, Niederlande

Der kultige VW-Käfer ist EU-weit als 3D-Marke geschützt, das heißt die dreidimensionale Käfer-Form ist eine eigene Marke. Selbstredend hat Volkswagen auch die berühmte Marke „VW im Kreis“ weltweit geschützt. In diesem Fall werden sowohl die Käfer 3D-Marke als auch die „VW im Kreis“-Marke verletzt. Neben dem Bausatz für den VW-Käfer hat GDR-Trading noch weitere Fälschungen über seine Online-Shops in Deutschland, Schweden und den Niederlanden angeboten. Beworben wurden die Fakes mit Fotos der Originalbausätze sowie mit dem Hinweis „dass das fertige Modell *originalgetreu* aussieht“. In Plastiktüten, umwickelt mit Luftpolsterfolie, wurden die Fälschungen geliefert. GDR hat eine Unterlassungserklärung unterschrieben und Auskunft über Verkaufszahlen erteilt. Die Fälschungen kosten teilweise die Hälfte der originalen Lizenz-Bausätze, was sich u.a. in der mangelnden Stabilität und Qualität der fertigen Produkte widerspiegelt.

3. Preis

CUBORO Kugelbahn „STANDARD 32“

(Lernspiel / Lern-Methode in Schulen / CUBORO-Meisterschaften)

Original: Cuboro AG, Bern, Schweiz

Plagiat: Hersteller der „Easycool“-Plagiate (Vertrieb über taobao.com):
Zaozhuang Yike Electromechanical Equipment Co., Ltd., Shandong, VR China

Das gesamte, vielfach ausgezeichnete CUBORO Kugelbahnsystem besteht aus über 100 verschiedenen Elementen. Es trainiert die Feinmotorik, stärkt das räumliche Vorstellungsvermögen und regt die Kreativität an. Erfunden von Matthias Etter in den 1970er Jahren, begeistert CUBORO heute Kinder und Erwachsene in mehr als 30 Ländern, auch in Asien. Die Originalwürfel werden in einer Familienschreinerei aus zertifiziertem „Schweizer Holz“ aus nachhaltig bewirtschafteten Buchenwäldern hergestellt. Alle Elemente sind reine Naturprodukte, chemisch unbehandelt. Konzeptklau: Easycool kopiert fast alle CUBORO Produkte, teils inkl. Verpackung, Fotos, Funktionsgrafiken, Auszeichnungen und Herkunftsbezeichnungen. Sie bewerben die Plagiate als „mit CUBORO kompatibel“. Seit 2023 versucht Easycool die europäischen Händler von Cuboro direkt abzuwerben. Die Plagiate kosten 50% des Originals.

Zwei gleichrangige Sonderpreise wurden verliehen:

Sonderpreis „Online-Marktplatz für Hyänen“

Besteck-Set „KLIKK POCKET“ für unterwegs (3-teilig)

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

Plagiate: (1) TEMU.com, Whaleco Technology Limited, Irland
(2) ALIBABA.com Singapore E-Commerce Private Limited, Singapur
(3) FRUUGO.com Limited, Großbritannien

(Nur) das Koziol-Original ist robust, 100% recyclebar, und made in Germany. Nach SHEIN (Plagiarius 2022) dürfen sich nun auch auf TEMU, ALIBABA und FRUUGO unzählige Händler billigster 1:1-Kopien des designprämierten Koziol-Mehrweg-Bestecks breitmachen und ihre minderwertigen Plagiate zu Schleuderpreisen anbieten. Nach Hinweis auf EU-weiten Designschutz für das Besteck werden die Angebote zwar entfernt - aktiv und automatisch unterbunden werden sie nicht, trotz Kenntnis der Schutzrechte. Dabei wäre es leicht: Alle Händler nutzen dieselben Werbetexte und -fotos. Es ist wie bei „Und täglich grüßt das Murmeltier“ – ein immer wiederkehrendes Ärgernis. Die großen Plattform-Betreiber lassen chinesischen Anbietern großzügigst Verstöße gegen AGB und fairen Handel durchgehen und vernachlässigen dabei ihre Verantwortung gegenüber westlichen Herstellern und Händlern. Theorie-Versprechen und Praxis klaffen noch weit auseinander.

Sonderpreis „Kreativ-Schmarotzer“

T-shirt „PUMA“-Logo

Original: PUMA SE, Herzogenaurach, Deutschland

Fälschung: Streetwall 68 GmbH, Wülfrath, Deutschland

Die vermeintlich humorvolle Verfremdung, die auf den ersten Blick kreativ erscheint und ggfs. ein kurzes Schmunzeln hervorruft, stellt für renommierte Markenhersteller wie Puma eine ernstzunehmende Verletzung der Wort-Bild-Marke dar. Aus „PUMA“ wird „PUMBA“ – aus der springenden Wildkatze das springende Warzenschwein Pumbaa aus Walt Disney's „König der Löwen“. Tatsache ist, bei dieser Parodie werden alle wesentlichen Strukturmerkmale des Puma-Logos kopiert: dieselbe Schriftart, das springende Tier. Aufgrund des hohen Wiedererkennungswerts der bekannten Marke erschleicht sich die Parodie Aufmerksamkeit, die eine andere Pumba-Darstellung nicht erzielen könnte. Der gute Ruf der bekannten Marke wird in unlauterer Weise ausgenutzt. Das befand auch das Landgericht Hamburg und untersagte Streetwall, in der EU T-shirts mit Schriftzug Pumba und dem Umriss eines Warzenschweins im gestreckten Sprung anzubieten.

Vier gleichrangige Auszeichnungen wurden verliehen:

Auszeichnung

Sofa „PLANOPOLY MOTION 4.0 1926“

Original: himolla Polstermöbel GmbH, Taufkirchen (Vils), Deutschland

Plagiat: Polstermöbelhersteller mit Sitz und Produktion in Polen

Das über ein eingetragenes Design geschützte Sofa „Modell 1926“ von himolla wurde 2018 vorgestellt und hat sich schnell zum Verkaufsschlager entwickelt. Das Besondere sind die (damals neuen) elektrisch höhenverstellbaren Kopfstützen sowie die neue Formensprache in Spitzkissenoptik. 2021 kamen mehrere Nachahmungen in den Handel – bei diesem Plagiat wurden sogar die bogenförmigen Metallfüße imitiert. Das Landgericht Köln hat in seinem Urteil gegen das polnische Unternehmen bestätigt, dass der Gesamteindruck beider Sofas trotz minimaler Unterschiede identisch ist. Der Nachahmer musste Schadenersatz zahlen und Restbestände vom Markt nehmen. Grundsätzlich ist bei Polstermöbeln das Raumgewicht ein wichtiger Indikator für die Qualität des Schaumstoffes in Sitzkissen und Rückenlehnen. Ein zu geringes Raumgewicht kann sich negativ auf Sitzkomfort, Formbeständigkeit und Produktlebensdauer auswirken.

Auszeichnung

Knoblauchwippe „Knobi King“

Original: Leifheit AG, Nassau, Deutschland

Plagiat: Vertrieb: HS Plus d.o.o., Trgovina in Storitve, Trzin, Slovenien

Hersteller: Spatz Global Limited, Hong Kong, VR China

Leifheit hat seine erfolgreiche Knoblauchwippe Knobi King über ein eingetragenes, EU-weit gültiges Designrecht (sog. Gemeinschaftsgeschmacksmuster) geschützt. Der praktische Küchenhelfer aus Edelstahl liegt aufgrund seines ergonomischen Designs gut in der Hand. Durch die gestanzte Lochplatte werden Knoblauchzehen nicht zerquetscht, sondern in sehr kleine Würfelchen zerteilt. Zahlreiche Nachahmer aus aller Welt kopieren plump 1:1 das beliebte Design. Verkauft werden die Plagiate meist zu einem Bruchteil des Originalpreises und in entsprechend minderwertiger Qualität, teils besteht Verletzungsgefahr. Zum Schutz seiner Marke sowie zum Schutz der Verbraucher mahnt Leifheit konsequent Nachahmer ab und lässt die rechtsverletzenden (Online-) Angebote löschen. Nachahmen lohnt also nicht.

Auszeichnung

Schaltknauf „DSG“ für VW Golf 6

Original: Volkswagen AG, Wolfsburg, Deutschland

Fälschung: Verkauf: Amazon Export Sales LLC, Seattle, U.S.A.

Vertrieb: über AMAZON.de (Betreiber: Amazon Europe Core S.à.r.l. Luxemburg)

Als Plattformbetreiber verdient Amazon an jedem Verkauf mit – gleich ob Originalprodukt oder Nachahmung. Gleichzeitig tritt Amazon selbst als Verkäuferin von Produkten auf – auch von Fälschungen: „DSG“ ist eine eingetragene Marke von VW für den Schaltknauf des VW Golf 6. Zu einem Drittel des Originalpreises bietet Amazon US auf Amazon.de die Fälschung aus China an. Unprofessionell: Auf eine Abmahnung von VW hat Amazon US keinerlei Reaktion gezeigt. Und auch die technische Betreiberin der Website Amazon.de (s.o.) lehnt jegliche Verantwortung ab. Unzureichend: Obwohl VW bereits zahlreiche Fälschungen über „Amazon Brand Registry“ gelöscht hat, tauchen immer wieder DSG-Fälschungen auf, d.h. Amazon ergreift keinerlei technische Vorsorgemaßnahmen, dass diese direkt beim Upload gesperrt bzw. gelöscht werden.

Auszeichnung

Bimetall-Thermomanometer (Druck- und Temperaturmessung)

Original: WIKA Alexander Wiegand SE & Co. KG, Klingenberg, Deutschland

Fälschung: Vertrieb: über EBAY.de - eBay GmbH, Kleinmachnow, Deutschland

Verkäufer laut eBay: Firma „shenzhenshihongqiaoshanfuzhuangyouxiangongsi“
(Nutzername oi98-53 – „Top-Bewertung – einer der besten Verkäufer bei eBay“)

Versand: ShunShun GmbH, Linkenheim, Deutschland

WIKA vs. WAYI - VIKI - VIKAI. Die Marke „WIKA“ des international renommierten Spezialisten für Messtechnik wird oft gefälscht. Drumherum ist immer auch der markante, extra markengeschützte, rechts oben offene blaue Rahmen – hier bei WAYI spiegelverkehrt. In Asien geht WIKA konsequent und erfolgreich gegen jegliche Verletzungen ihrer (Wort-) Bildmarken vor. In Deutschland verlangt eBay ein Gerichtsurteil und stellt nur die vom Verkäufer hinterlegten Kontaktdaten zur Verfügung. Problem: Die Adresse des chinesischen Verkäufers besteht aus einer nicht identifizierbaren 1-Wort-Aneinanderreihung von Buchstaben und auch der deutsche Versender ist nicht kontaktierbar. In seinen AGB fordert eBay aktuelle, korrekte Kontaktinformationen. Die Praxis sieht anders aus - fairer Wettbewerb für europäische Hersteller und Händler auch.

Die Jury des Plagiarius-Wettbewerbs 2024:

Die Jury wird jedes Jahr neu zusammengestellt aus Vertretern der unterschiedlichsten Bereiche. Die Jury des Plagiarius-Wettbewerbs 2024 setzte sich wie folgt zusammen:

Lars Adler, Geschäftsführer HOFF-INTERIEUR GmbH & Co KG, Nürnberg
und Vorstandsvorsitzender des Europäischen Verband Lifestyle (EVL)

Richard Frank, Director Global Engineering, Britax Römer Kindersicherheit GmbH, Leipheim

Birgit Herzberg-Jochum, Stellvertretende Leitung / Referentin für Designförderung,
Design Center Baden-Württemberg, Stuttgart

Dr. Anke Nestler, Senior Managing Director, Economic and Financial Consulting, FTI Consulting, Frankfurt

Jan Philippi, Geschäftsführer PHILIPPI GmbH, Henstedt-Ulzburg

Juristische Beratung:

Dr. Alik Busse, Fachanwältin für Gewerblichen Rechtsschutz und Partnerin bei
Maiwald GmbH (Rechtsanwaltskanzlei), München

Die **Verleihung des „Plagiarius 2024“** fand am Freitag, **26. Januar 2024**, um 12:30 Uhr während der Frankfurter Konsumgütermesse „Ambiente“ statt.

Die **„Laudatio“** auf die Preisträger hielt **Heidi Kneller-Gronen**, Rechtsanwältin und Hauptgeschäftsführerin des Bundesverband Onlinehandel e.V. (BVOH).

Die Plagiarius-Preisträger werden im Rahmen der **Sonderschau „Plagiarius“** vom 26. - 30. Januar 2024 im **Foyer des Portalhaus** der Messe Frankfurt ausgestellt.

Ab 2.2.2024 werden die Preisträger 2024 im **Museum Plagiarius in Solingen** präsentiert.

Kontakt / Download

Download Texte und Fotos:



www.plagiarius.com:

- Pressemitteilung und Zwerg („Presse“)
- Pressefotos einzeln („Wettbewerb“)



Zip-Datei mit allen Daten:

www.plagiarius.de/preistraeger-2024

Inhalte (ZIP-Datei) – je deutsch und englisch

Pressemitteilung 2024 / Foto: Plagiarius Zwerg (Trophäe)

Fotos der Preisträger 2024 / Bildunterschriften 2024

Bildrechte:

Ausnahmen:

Aktion Plagiarius e.V. (www.plagiarius.com)

Foto Sofa: himolla Polstermöbel GmbH // Foto T-Shirt: PUMA SE

Alle Fotos zeigen:

Links bzw. Mitte:

Originalprodukt(e)

Rechts bzw. Außen:

Plagiat(e) / Fälschung(en)

Abdruck honorarfrei, Belegexemplar erbeten // **Sperrfrist: 26. Januar 2024, 13:30 Uhr MEZ**

Aktion Plagiarius e.V.

Christine Lacroix

Nersinger Straße 18

89275 Elchingen, Germany

Tel: + 49 (0)7308 – 922 422

info@plagiarius.com

www.plagiarius.com

<https://www.linkedin.com/company/aktion-plagiarius-innovation-vs-imitation>