

Immer häufiger müssen sich deutsche Markenhersteller dreister Produktpiraterie erwehren. So auch die Schiltacher Hansgrohe AG, die Mitte Juni im Rahmen einer publicityträchtigen Aktion 1000 kopierte Handbrausen vernichtete.

Mit dieser Aktion will Hansgrohe ein Zeichen gegen Produktpiraterie und Nachahmung setzen. Schon auf der ISH in Frankfurt hatte sich das Unternehmen mit mehreren Beschlagnahmeaktionen gegen die ausufernde Produktpiraterie aus Fernost zur Wehr gesetzt. Hansgrohes Ziel: die europäischen Sanitärmarkte fälschungsfrei halten, den Ruf der Marke schützen und letztlich auch Arbeitsplätze sichern.

In einer neuerlichen Aktion ließ der Badausstatter aus dem Schwarzwald in Straßburg etwa 1000 nachgemachte Handbrausen der Hansgrohe Aktiva-Klasse aus China zerstören. Nachdem die abgekupferten Handbrausen im Handel in Frankreich entdeckt worden waren, wurde der Vertreiber anhand der Verpackung ermittelt. Hansgrohe erstattete umgehend Anzeige, klagte auf Unterlassung des weiteren Verkaufs, auf Schadenersatz und auf Herausgabe der Ware. Die verantwortliche Handelsfirma, die die Handduschen ursprünglich für 9,90 Euro in den Markt drücken wollte, zeigte sich einsichtig, zahlte Schadenersatz und übergab die Fälschungen an Hansgrohe.

Gegen kriminelle Machenschaften

Aus Protest ließ Hansgrohe die Fälschungen unweit des Europaparlaments in Straßburg durch eine Walze zermahlen. Richard Grohe, seit einem Jahr Markenchef von Hansgrohe, saß selber am Steuer des Baufahrzeugs, das die Imitate aus Fernost vernichtete. Zur Begründung erklärte er in einem Pressegespräch: „Wir wollen mit dieser bewußt publicityträchtigen Aktion den Kampf gegen Produktpiraterie öffentlich machen, weil wir unsere Marke und unsere Produkte durch kriminelle Machenschaften nicht kaputt machen lassen wollen.“

Hansgrohe hat damit die Flucht nach vorn angetreten und dem Ideenklau den Kampf angesagt. Schließlich geht es auch um viel Geld. Der Schaden durch gefälschte Markenware in Deutschland wird allgemein auf 25 bis 30 Milliarden Euro geschätzt. Auf

Augen auf beim Billigkauf

Kampf den Plagiaten



1000 Aktiva-Plagiate vernichtete Hansgrohe mit einer Walze Mitte Juni in Straßburg. Am Steuer saß Hansgrohe-Markenchef Richard Grohe



der anderen Seite steigt der Kostenblock für Schutzrechte betroffener Unternehmen an. So schlägt eine Geschmacksmusteranmeldung beispielsweise in China pro Produkt mit 5000 Euro zu Buche. Zwar läuft die Anmeldeprozedur unproblematisch, doch die Durchsetzung der Rechte ist dort höchst zeitaufwendig und kostenintensiv. Die Ausdehnung des Welthandels, gerade auch mit China und anderen Fälschungsnestern im

Fernen Osten, wird langfristig dazu führen, daß auch die Vorschriften in diesen Ländern zur Sicherung des Schutzes geistigen Eigentums ausgebaut werden. Da der Weg dorthin aber weit und holprig ist, muß die betroffene Industrie in Europa solange noch zur Selbsthilfe greifen. Und da kommt ein schweres Straßenbaugerät manchmal gerade recht.





Keine absolute Sicherheit vor Markenpiraterie

Unmittelbar nach der Vernichtungsaktion unterhielt sich die SBZ-Redaktion mit Hansgrohe-Markenchef Richard Grohe.

SBZ: Warum diese Publicity Show, die Handbrausen hätten Sie auch kostengünstiger entsorgen können.

Grohe: Mit der Aktion wollen wir unsere Marktpartner für das Problem der Produktpiraterie sensibilisieren. Wer solche Produkte vertreibt, der schadet nicht nur dem Markenhersteller, sondern begibt sich rechtlich auf dünnes Eis. Produkthaftung oder ähnliches kennen Plagiatoren, sofern man ihrer überhaupt habhaft wird, natürlich nicht.

SBZ: Die Originale sind von den Plagiaten häufig nicht zu unterscheiden. Zudem wird die Originalpackung meist gleich mit kopiert. Wie kann man sich davor schützen?

Grohe: Indem man weiter von seinen traditionellen Lieferanten bezieht. Sollten Waren plötzlich zu einem Bruchteil des Listenpreises angeboten werden, empfiehlt sich Rücksprache mit dem Hersteller zu halten.

SBZ: Es gibt die Möglichkeit Produkte über Patente, Geschmacksmuster und Warenzeichen schützen zu lassen. Wie man sieht, bringt das aber auch keine absolute Sicherheit.

Grohe: Es gibt keine lückenlose Sicherheit. Um weltweit Schutz zu erlangen, müssen Sie Ihre Rechte auch in jedem Land schüt-

zen lassen und anschließend einklagen. Dies ist praktisch unmöglich.

SBZ: Heißt also für die Markenhersteller Kopf in den Sand stecken und die Innovationszyklen weiter verkürzen.

Grohe: Nein, nachdem die Piraterie so zugenommen hat, läßt Hansgrohe beispielsweise seine Innovationen in den wichtigsten Absatz- und Produktionsländern schützen. Dies geschieht je nach Wichtigkeit des Produktes in unterschiedlichem Umfang. Trotzdem erblicken manche Produkte aufgrund der modernen Nachahmetechniken fast unmittelbar nach der Premiere das Licht der Welt.

SBZ: Was kosten solche Anmeldungen?

Grohe: Das ist von Land zu Land unterschiedlich, dreht sich im Schnitt aber um 5000 Euro. Bei der neuen Raindance hat uns das Sichern der Schutzrechte über 300 000 Euro gekostet.

SBZ: Wenn Sie Produkte sicherstellen, wer bleibt auf den Kosten sitzen?

Grohe: Rein theoretisch kann der Händler seinen Lieferanten in Regreß nehmen, aber meist hört dies beim Importeur auf, weil es fast nicht möglich ist, Rechte in China geltend zu machen.

Unikat oder Plagiat?

Äußerlich sind Original und Fälschung auch vom Fachmann häufig nicht zu unterscheiden. Mittels moderner Computertechnik werden die Produkte gescannt und fast 1:1 nachgebaut. Ob Sie, lieber SBZ-Leser, es schaffen die Plagiate zu erkennen? Machen Sie den Test und kreuzen Sie an, was Sie für das Original halten. Die Auflösung finden Sie auf Seite 42 dieser SBZ.

Beispiel



Aktiva F6 Handbrause



Croma 2jet Handbrause

Kreuzen Sie das Original an!



Croma 3jet Handbrause



Seleкта Handbrause



Axor Azzur Handbrause



Axor Starck Waschtischmischer

Produktpiraterie Schäden in Millionenhöhe

Der Mißbrauch von Marken, Patenten, Urheberrechten, Geschmacks- und Gebrauchsmustern durch unerlaubte Nachahmer verursacht hohe wirtschaftliche Schäden. Produktpiraten, wie diese Fälscher üblicherweise genannt werden, hängen sich gerne an erfolgreiche Produkte an und nutzen auf diese Weise den Erfolg von innovativen Unternehmen aus. Mit ihren Machenschaften können sie sogar die Existenz von Unternehmen bedrohen. Auch die Verbraucher erleiden vielfach Nachteile. Ihnen wird oftmals ein vermeintliches „Schnäppchen“ vorgespiegelt, das unter Umständen sogar die Gesundheit gefährden kann. Produktpiraten verwenden in der Regel billige Materialien.

Dem Staat gehen durch diese kriminellen Machenschaften jährlich Einnahmen aus Abgaben in Millionenhöhe verloren. So hat der deutsche Zoll im Jahr 2001 gefälschte Waren im Wert von rund 92 Millionen Euro beschlagnahmt. Die Dunkelziffer liegt um ein Vielfaches höher. Auch der Markt für technische Artikel wurde in der Vergangenheit von einer Vielzahl preislich günstiger „no name“-Waren überschwemmt. Auch die SHK-Industrie hat in zunehmendem Maße damit zu kämpfen.

Im Gegensatz zu den Produktpiraten müssen sich Markenhersteller permanent Gedanken über neue Produkte, Designs und Trends machen und viel Geld in Entwicklungs- und Werbungskosten stecken. Um dem zu begegnen, haben sich diverse Verbände sowie 58 namhafte Unternehmen im Aktionskreis Deutsche Wirtschaft gegen Produkt- und Markenpiraterie e.V. (APM) zusammengefunden.

Die Auflösung finden Sie auf Seite 42