



## Plagiarius: dreist und dreister

*Immer wieder berichten wir im Werbemonitor über den Negativpreis Plagiarius. Er rückt den Diebstahl geistigen Eigentums ins öffentliche Licht. Das Geschäft mit Plagiaten und Fälschungen ist extrem lukrativ. Neben Internet und digitaler Kommunikation sorgen leichtgläubige Schnäppchenjäger und ein zu geringes Strafmaß für die explosionsartige Ausbreitung des Problems. Der Preis wurde heuer schon zum 42. Mal vergeben.*

Die Täter reichen vom einfallslosen Wettbewerber über skrupellose Händler bis hin zur organisierten Kriminalität. Aufklärung der Konsumenten und härteres Durchgreifen gegen Hersteller und Händler der Nachahmungen sind wichtig. Denn die Schäden für Originalhersteller und die Sicherheitsrisiken für Verbraucher sind enorm.

Die Auszeichnung mit dem Plagiarius 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 auf Unrecht aufmerksam machen. Bevor die jährlich wechselnde Jury die Preisträger wählt, werden die vermeintlichen Plagiatoren über ihre Nominierung informiert und erhalten die Möglichkeit zur Stellungnahme. Neben fallbezogenen Informationen fließen diese Reaktionen, sofern erfolgt, mit in die Bewertung ein.

### **Plagiate: Mehr Profitgier und Skrupellosigkeit als wohlgemeintes Kompliment**

Produkt- und Markenpiraterie wird häufig als harmloses Kavaliersdelikt abgetan. Dabei sprechen die Zahlen für sich. Allein 2016 haben die EU-Zollbehörden laut EU-Kommission mehr als 41 Millionen rechtsverletzende Produkte im Wert von 670 Millionen Euro an den EU-Außengrenzen beschlagnahmt. China ist zwar einerseits Herkunftsland Nummer eins für Fälschungen, gleichzeitig entwickeln sich aber immer mehr chinesische Firmen von der verlängerten Werkbank des Westens hin zu ernsthaften Mitbewerbern auf den Weltmärkten. Für eine bestmögliche Abwehr von Produkt- und Markenpiraterie rät die Aktion Plagiarius Firmen, auf eine ganzheitliche Strategie aus juristischen, organisatorischen und technischen Maßnahmen zu setzen.

Nachgemachte Waren sind mittlerweile in allen Preis- und Qualitätsabstufungen erhältlich, von gefährlichen Billigfälschungen bis hin zu qualitativ hochwertigen Plagiaten, die dann aber kaum günstiger als das Originalprodukt sind. Die Ausprägungen reichen von verunreinigten Parfums und Kosmetika, minderwertiger Unterhaltungselektronik und gepanschten Lebensmitteln über nachgemachte Schneid- und Haushaltswaren, Sanitärprodukte, Kinderspielzeug, Werkzeuge bis hin zu unsicheren Motorsägen und Autofelgen oder gar falsch dosierten Medikamenten und nicht funktionierenden medizintechnischen Produkten wie Notfallbeatmungsgeräten u. v. m.

### **(Online-)Marktplatzbetreiber zur Bekämpfung rechtswidriger Angebote gesetzlich verpflichtet**

Auf namhaften globalen E-Commerce-Plattformen werden neben Originalwaren nachweislich leider auch massenweise rechtswidrige Plagiate und Fälschungen angeboten. Meist von Drittanbietern, die nach Bedarf ihre (Schein-)Identitäten wechseln und sich erfolgreich in der Anonymität des Internets verstecken. Die Praxis zeigt, dass freiwillige Verpflichtungen und vollmundige Versprechen der Plattformbetreiber zur stärkeren Bekämpfung des Problems nicht ausreichen. Zu gering ist das Eigeninteresse manch unseriöser Plattformen.

### **Erfahrung, Talent, Kreativität, Mut, Unternehmergeist, Durchhaltevermögen und Leidenschaft?**

An all diesen Eigenschaften fehlt es den Plagiatoren. Sie kopieren unverfroren ein fertiges Endprodukt, sparen die zeit- und kostenintensiven Entwicklungsschritte und Investitionen, schmücken sich ohne Skrupel mit fremden Federn und produzieren überwiegend unter menschenverachtenden Arbeitsbedingungen. Beim bewussten Kauf einer Markenfälschung verdrängen Konsumenten erfolgreich diese verwerflichen Umstände und geben sich irrtümlicherweise der Illusion hin, dass ein nachgemachtes Produkt das gleiche Markenerlebnis verschafft wie das begehrte Markenprodukt. Dies ist mitnichten der Fall. Eine plumpe Fälschung hat weder die Aura des Originals noch löst es dessen Markenversprechen ein.

Schlussendlich liegt es in der Verantwortung jedes einzelnen Verbrauchers, sich statt für Ramsch mit Label von Kriminellen für die unglaubliche Vielfalt legaler Produkte zu entscheiden und diese wertzuschätzen. Insbesondere beim Einkauf im Internet sollten Kunden daher genau hinsehen, auf ihren gesunden Menschenverstand hören und nicht voreilig und kritiklos auf „Kaufen“ klicken. Im ureigensten Interesse lohnt es, Impressum, Zahlungsbedingungen, Widerrufmöglichkeiten und die allgemeine Seriosität des Anbieters sorgfältig zu prüfen. Hochwertige Markenprodukte gibt es nicht zum Fast-umsonst-Tarif. Im Vergleich zum Plagiat sind sie aber ihren Preis wert.

Das Museum Plagiarius präsentiert die Sammlung der Plagiarius-Preisträger von 1977 bis heute. Die Ausstellung umfasst mittlerweile mehr als 350 Produkte der unterschiedlichsten Branchen und zeigt jeweils Original und Plagiat im direkten Vergleich. Die vielen Beispiele und die in Führungen vermittelten Hintergrundinformationen tragen maßgeblich zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit bei. Vom Zoll beschlagnahmte Fälschungen ergänzen die Sammlung. [www.museum-plagiarius.de](http://www.museum-plagiarius.de)

#### **Weitere Informationen:**

**Hier können Sie die Plagiate und Originale sehen.**

[www.plagiarius.com](http://www.plagiarius.com)

Foto: Aktion Plagiarius e.V.

Links: Original: Victorinox AG, Ibach-Schwyz, Schweiz

Rechts Fälschung: Vertrieb über das Internet