

PRESSEMITTEILUNG

Sperrfrist: Freitag, 09. Februar 2018, 13:30 Uhr



Negativ-Preis „Plagiarius“ rückt Diebstahl geistigen Eigentums ins öffentliche Licht

Das Geschäft mit Plagiaten und Fälschungen ist extrem lukrativ. Die Täterstruktur reicht vom einfalllosen Wettbewerber über skrupellose Händler bis hin zur organisierten Kriminalität. Neben Internet und digitaler Kommunikation sorgen leichtgläubige Schnäppchenjäger und ein zu geringes Strafmaß für Täter für die explosionsartige Ausbreitung des Problems. Aufklärung der Verbraucher und härteres Durchgreifen gegen Hersteller / Händler der Nachahmungen sind wichtig. Denn die Schäden für Originalhersteller und die Sicherheitsrisiken für Verbraucher sind enorm.

Plagiarius: Gegen dreisten Ideenklau, für mehr Fairness und Respekt

Der vom Designer Prof. Rido Busse ins Leben gerufene Negativ-Preis „Plagiarius“ wurde am 09. Februar 2018 auf der Frankfurter Konsumgütermesse „Ambiente“ im Rahmen einer Pressekonferenz zum 42. Mal verliehen. Bereits seit 1977 vergibt die Aktion Plagiarius e.V. den gefürchteten Schmäh-Preis an Hersteller und Händler besonders dreister Plagiate und Fälschungen. Ziel des Vereins ist einerseits, Industrie, Politik und Verbraucher für die Problematik zu sensibilisieren und die skrupellosen Geschäftspraktiken von Produkt- und Markenpiraten ins öffentliche Bewusstsein zu rücken. Gleichzeitig soll die Wahrnehmung für Bedeutung und Wirksamkeit von gewerblichen Schutzrechten gesteigert sowie die Wertschätzung kreativer Leistungen erhöht werden. Der Aktion Plagiarius ist es ein Anliegen, Unternehmern wie Privatleuten die Einzigartigkeit eines Originals vor Augen zu führen. Und sie will verdeutlichen, dass die Entwicklung eines Produktes von der ersten Idee bis zur Marktreife viel Zeit, Geld und Innovationskraft kostet. Dafür steht auch die Trophäe des Negativ-Preises: Ein schwarzer Zwerg mit *goldener Nase* – Symbol für die immensen Gewinne, die ideenlose Nachahmer sprichwörtlich auf Kosten der Kreativen und der Industrie erwirtschaften.

Plumpe 1:1 Nachahmungen sind einfalllos, moralisch verwerflich und führen zu Stillstand

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. Der Jury geht es keinesfalls darum, legale Wettbewerbsprodukte, die sich durch optische und technische Eigenständigkeit auszeichnen, zu brandmarken. Intention ist vielmehr, plumpe Nachahmungen, die dem Originalprodukt absichtlich zum Verwechseln ähnlich sehen und die keinerlei kreative oder konstruktive Eigenleistung aufweisen, in den Fokus zu rücken. Aus Angst vor der Prämierung mit dem Negativ-Preis haben bereits zahlreiche Nachahmer eine Einigung mit dem Originalhersteller gesucht und u.a. Restbestände der Plagiate vom Markt genommen, Unterlassungserklärungen unterschrieben oder Lieferanten preisgegeben.

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 – und das ist nur die Spitze des Eisbergs. China ist zwar einerseits Herkunftsland Nr. 1 für Fälschungen, gleichzeitig entwickeln sich aber immer mehr chinesische Firmen von der verlängerten Werkbank des Westens hin zu ernsthaften Mitbewerbern auf den Weltmärkten. Hinzu kommt: In Auftrag gegeben bzw. vertrieben werden die Nachahmungen häufig in Industrieländern. Oftmals von ideenarmen Mitbewerbern oder aber ehemaligen Produktions- bzw. Vertriebspartnern. 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 uvm.

Organisierte Kriminalität entdeckt Handel mit Markenfälschungen für ihre Zwecke

In Zeiten von Internet, Globalisierung und digitaler Kommunikation haben sich Kriminelle zu weltweiten Netzwerken zusammengeschlossen, die projektbezogen, flexibel und professionell agieren. Um die Risiken der Strafverfolgung zu minimieren und ihre Gewinne zu maximieren, diversifizieren sie ihre Tätigkeitsfelder und integrieren risikoärmere, aber nicht minder lukrative Varianten wie Zigaretenschmuggel und Markenpiraterie. Dabei nutzen sie vorhandene Strukturen aus Drogen-, Waffen- und Menschenhandel und setzen für den globalen Vertrieb auf Internet, Social Media, Smartphones.

(Online-)Marktplatzbetreiber zur Bekämpfung rechtswidriger Angebote gesetzlich verpflichtet

Auf namhaften globalen eCommerce-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. Technisch wäre das aktive Aufspüren und Löschen von potentiell rechtswidrigen Angeboten heutzutage möglich, aber das verursacht zusätzliche Kosten und schmälert den Gewinn. Gleichzeitig fielen Einnahmen weg, da Marktplatzbetreiber auch am Verkauf illegaler Angebote verdienen. Dabei sollte für alle Betreiber der Schutz der Originalhersteller und der Verbraucher an erster Stelle stehen. Eine gesetzliche Verpflichtung zu mehr Verantwortung und Engagement seitens der Marktplatzbetreiber wäre wünschenswert und sinnvoll.

Zweierlei Maß: Faire Arbeitsbedingungen für Verbraucher nur beim Original wichtig

In immer kürzeren Abständen fordern Konsumenten neue vielfältige Produkte in höchster Qualität und attraktivem Design. Für deren Entwicklung braucht es neben Know-how und Erfahrung auch Talent, Kreativität, Mut und 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 Verbraucher 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. Gleiches Design bedeutet nicht automatisch die gleiche Qualität, Funktionalität, Präzision und Sicherheit. Original und Plagiat sind nur auf den ersten Blick täuschend ähnlich.

Schlussendlich liegt es in der Verantwortung jedes einzelnen Verbrauchers sich statt für Ramsch mit Label von Kriminellen lieber für die unglaubliche Vielfalt legaler Produkte zu entscheiden und diese wertzuschätzen. Insbesondere beim Einkauf im Internet sollten Verbraucher daher genau hinsehen, auf ihren gesunden Menschenverstand hören und nicht voreilig und kritiklos auf „Kaufen“ klicken. Im ureigensten Interesse lohnt es Impressum, Zahlungsbedingungen, Widerrufsmöglichkeiten 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.

Plagiarius-Preisträger 2018 ab 16. Februar im Museum Plagiarius in Solingen

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.

Die Jury des Plagiarius-Wettbewerbs 2018:

Die Jury wird jedes Jahr neu zusammengestellt aus Vertretern der unterschiedlichsten Bereiche. Die Jury des Plagiarius-Wettbewerbs 2018 setzte sich wie folgt zusammen:

Dr. Stefanie Dathe

Direktorin Museum Ulm

Ulrike Freund

Geschäftsführende Gesellschafterin Brauerei Gold Ochsen GmbH, Ulm

Katja Häußner

Geschäftsführerin Scratch Advanced Advertising GmbH, München

Harald John

Leiter Lokalredaktion / Mitglied Chefredaktion der Südwest Presse, Ulm

Stefan Reichmann

Geschäftsführer Reichmann & Sohn GmbH, Weißenhorn

Max Ruhdorfer

Albert Ziegler GmbH, Direktor Ziegler Gruppe, Produkt Strategie, Design und Innovation, Giengen a. d. Brenz

Harald Schultes

Geschäftsführer FoodVision Deutschland GmbH / Geschäftsführer Initiative LifeCare, München

Tim von Winning

Bürgermeister der Stadt Ulm, Fachbereich Stadtentwicklung, Bau und Umwelt

Prof. Dr.-Ing. Michael Weber

Präsident der Universität Ulm

Juristische Beratung:

Dr. Aliko Busse

Fachanwältin für Gewerblichen Rechtsschutz, Rechtsanwaltskanzlei Busse & Partner, München

Die **Verleihung des „Plagiarius 2018“** fand am Freitag, **09. Februar 2018**, 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 **Michael Jungblut**, Autor, freier Journalist und Moderator. Die Plagiarius-Preisträger 2017 und 2018 werden im Rahmen der **Sonderschau „Plagiarius“** vom 09. - 13. Februar 2018 im **Foyer 5.1 / 6.1** ausgestellt.

Ab 16.2. 2018 werden die aktuellen Preisträger im Museum Plagiarius in Solingen präsentiert.

Die Preisträger des Plagiaris-Wettbewerbs 2018:

Die Jury traf sich am 13. Januar 2018 und vergab drei Hauptpreise und sieben gleichrangige Auszeichnungen aus insgesamt 24 Einsendungen:

1. Preis

Küchen-Schneidgerät „Nicer Dicer Plus“

Original: Genius GmbH, Limburg, Deutschland

Fälschung: Pingyang County Leyi Gift Co., Ltd., Zhejiang, VR China

Der Fälscher kopiert unzählige Genius-Produkte - jeweils inkl. der Marke „Genius“ und dem jeweiligen Produktnamen - und bewirbt diese Online, auf Messen, auf Märkten und per Katalog. Die Schneidklingen der Fälschung sind stumpf und brechen leicht, der verwendete Kunststoff enthält gesundheitsschädliche Substanzen.

2. Preis

Aufblasbarer Wasserpark „Wibit Sports Park XL“

Original: Wibit Sports GmbH, Bocholt, Deutschland

Plagiat: Sunny Kingdom, VR China

Der Nachahmer kopiert das Produkt, d.h. den kompletten Sports Park mit allen Details (inkl. Rettungswesten) und benutzt die Original „Wibit-Hand“-Bildmarke. Zudem hat er Konzept und Musik vom Original Wibit-Werbevideo übernommen.

3. Preis

Rutscher „PUKY Racer“

Original: PUKY GmbH & Co. KG, Wülfrath, Deutschland

Plagiat: Hersteller: Xingtai Kurbao Toys Co., Ltd., Hebei, VR China

Vertrieb: Online, u.a. über alibaba.com

Design und Technik wurden 1:1 vom Original übernommen. Die billigen Materialien (Gehäuse, Räder, Lenkrad) und schlechte Verarbeitung (Oberflächen) spiegeln die minderwertige Qualität wider.

Sieben gleichrangige „Auszeichnungen“ wurden verliehen:

Bad-Accessoire-Serie „Royal“

Originale: Immanuel Industrial Co., Ltd., Tainan City, Taiwan

Plagiate: Vertrieb durch einen deutschen Online-Händler über Amazon.de

Trotz minimaler Designunterschiede bei zwei der Accessoires ist der Gesamteindruck der Serien identisch. Die Materialien sind beim Plagiat billig, die Anbringung der Strass-Steine schludrig. Die Plagiate wurden vom Markt genommen.

Rahmenprofil „e-X 14“

Original: inditec GmbH, Bad Camberg, Deutschland

Plagiat: Herstellung / Vertrieb: raminkus Inh. Guido Minkus, Lindlar, Deutschland

Vertrieb: Karthäuser-Breuer GmbH, Köln, Deutschland

Ursprünglich hat Karthäuser-Breuer die Original-Rahmenprofile von inditec vertrieben; seit Mitte 2017 stellt die Einzelfirma raminkus optisch identische Rahmenprofile her und vertreibt diese selbst sowie über Karthäuser-Breuer.

Vorratsdose „Hot Stuff“

Original: Koziol ideas for friends GmbH, Erbach, Deutschland

Plagiat: Vertrieb: Glocalize SPA, Santiago, Chile

Produktdesign, Produktname, Werbe-Banderole sowie Koziol-Schrifttypo wurden 1:1 kopiert; lediglich der Firmenname „Koziol“ wurde nicht übernommen.

Käsereibe „Kasimir“

Original: Koziol ideas for friends GmbH, Erbach, Deutschland

Plagiat: Vertrieb über ein spanisches Warenhaus / Geschenkeläden mit Onlineshop

Seit Jahren werden unterschiedlichste Plagiate des Koziol-Bestsellers „Kasimir“ vertrieben (Asien, Spanien, Türkei). Jetzt wurden auch das Top-Schild inkl. Foto und die Gummibefestigung kopiert. Der spanische Distributor hat die Plagiate aus Läden und Internet entfernt und eine Unterlassungserklärung unterschrieben.

Silikonförmchen „Amorini“

Original: SILIKOMART S.r.l., Mellaredo di Pianiga, Italien

Plagiat: Vertrieb: Ningbo Globalway Industry & Trade Co., Ltd., Ningbo, VR China

Das Produktdesign ist 1:1 kopiert. Verpackungsdesign und der Name „Siliko“ sind ebenfalls nahezu identisch und damit irreführend.

Schaltschrank-Heizgerät „CS 06020.0-00“, Heizleistung 150 W

Original: STEGO-Holding GmbH, Schwäbisch Hall, Deutschland

Plagiat: Wenzhou Natural Automation Equipment Co., Ltd., Zhejiang, VR China

Das Produktdesign, welches nicht technisch bedingt ist, wurde 1:1 kopiert, ebenso wurden STEGO-Artikel-Nr., STEGO-Zertifikate sowie die Bedienungsanleitung übernommen, so dass irreführende Verwechslungen unausweichlich sind. Qualität und Leistungsstärke sind geringer als beim Original. Essentielle Sicherheitsstandards der Elektroindustrie werden durch die Kopie verletzt.

Schweizer Taschenmesser „SwissChamp“ (33 Funktionen)

Original: Victorinox AG, Ibach-Schwyz, Schweiz

Fälschung: Vertrieb über das Internet

Die Identitäten der Online-Händler sind schwer zu ermitteln, eine Verfolgung oft schwierig. Das Victorinox-Markenzeichen (Kreuz und Schild) verführt zum Kauf. Das mit der Originalmarke einhergehende Qualitätsversprechen wird aber von den extrem billigen Fälschungen nicht gehalten (unscharfe Messer, nicht funktionierende Lupe etc.).

Kontakt

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

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

Presse-Download: **Einzel:** www.plagiarius.com
Presstext („Presse“) / **Fotos der Preisträger** („Wettbewerb“) **oder:**
Zip-Datei mit allen Daten (29 MB): www.plagiarius.de/preistraeger-2018

Copyright: Aktion Plagiarius e.V.

Bitte benutzen Sie die ausführlichen **Bildunterschriften** und weisen Sie darauf hin, dass die Fotos **links** das **Original** und **rechts** das **Plagiat** / die **Fälschung** zeigen.

Abdruck honorarfrei, Belegexemplar erbeten // **Sperrfrist: 09. Februar 2018, 13:30 Uhr**
