

Kampf gegen Plagiate

Fortsetzung von Seite 1

„Natürlich sind unsere Bemühungen gegen Produktpiraterie weltweit angelegt, auf dem Heimatmarkt ist der Ehrgeiz aber besonders groß, den Produktpiraten ihre Grenzen zu zeigen und damit öffentlich ein weiteres Signal zu setzen, dass unsere Branche auf Produktpiraterie sehr empfindlich reagiert“, stellte der Vorstandsvorsitzende der Sanitärarmaturindustrie Andreas Dornbracht klar, dessen Unternehmen selbst Opfer der Produktpiraten ist.

Weil viele Hersteller unsicher sind, wie sie darauf reagieren sollen, hat sich die Messegesellschaft in Frankfurt letztes Jahr entschieden, ihre Aussteller durch eine eigene Initiative zu unterstützen. Auf allen Frankfurter Messen erfahren Aussteller und Besucher künftig aus erster Hand, wie sie ihre Ideen, Design und Produkte bereits frühzeitig schützen und diesen Schutz auch durchsetzen können. Mit großem Erfolg wurde seitdem die Aktion „Messe Frankfurt against Copying“ gestartet, die auch auf Auslandsmessen aktiv fortgeführt werden soll. Seitdem gingen Beschlagnahmen auf dem Messegelände in Frankfurt deutlich zurück, die Anmeldungen für Geschmacksmuster dagegen steigen, ein Indiz dafür, dass die Aktion in beiden gewünschten Richtungen Wirkung zeigt: Einerseits ist sie eine eindeutige Warnung an alle Fälscher, andererseits eine effektive Aufklärung für die Aussteller.

Doch wie viele Imitate auch entdeckt werden, solche Funde sind nur die Spitze des Eisberges und zeigen das Ausmaß des Problems. In der chinesischen Tradition gilt es beispielsweise als ehrenhaft, das Vorbild so gut wie nur irgendwie möglich nachzuahmen. Deswegen werden viele westliche Produkte

hat die EU 2006 eine Richtlinie vorgebracht, die mit Hilfe des Strafrechts den Kampf gegen Diebstahl geistigen Eigentums verschärfen soll. Vorgesehen ist ein EU-weit gültiges Mindeststrafmaß für diese Delikte, um dadurch wirkungsvoll gegen Produktpiraten



Der Plagiarius, ein schwarzer Zwerg mit goldener Nase, wird jedes Jahr für die dreistesten Fälschungen verliehen.

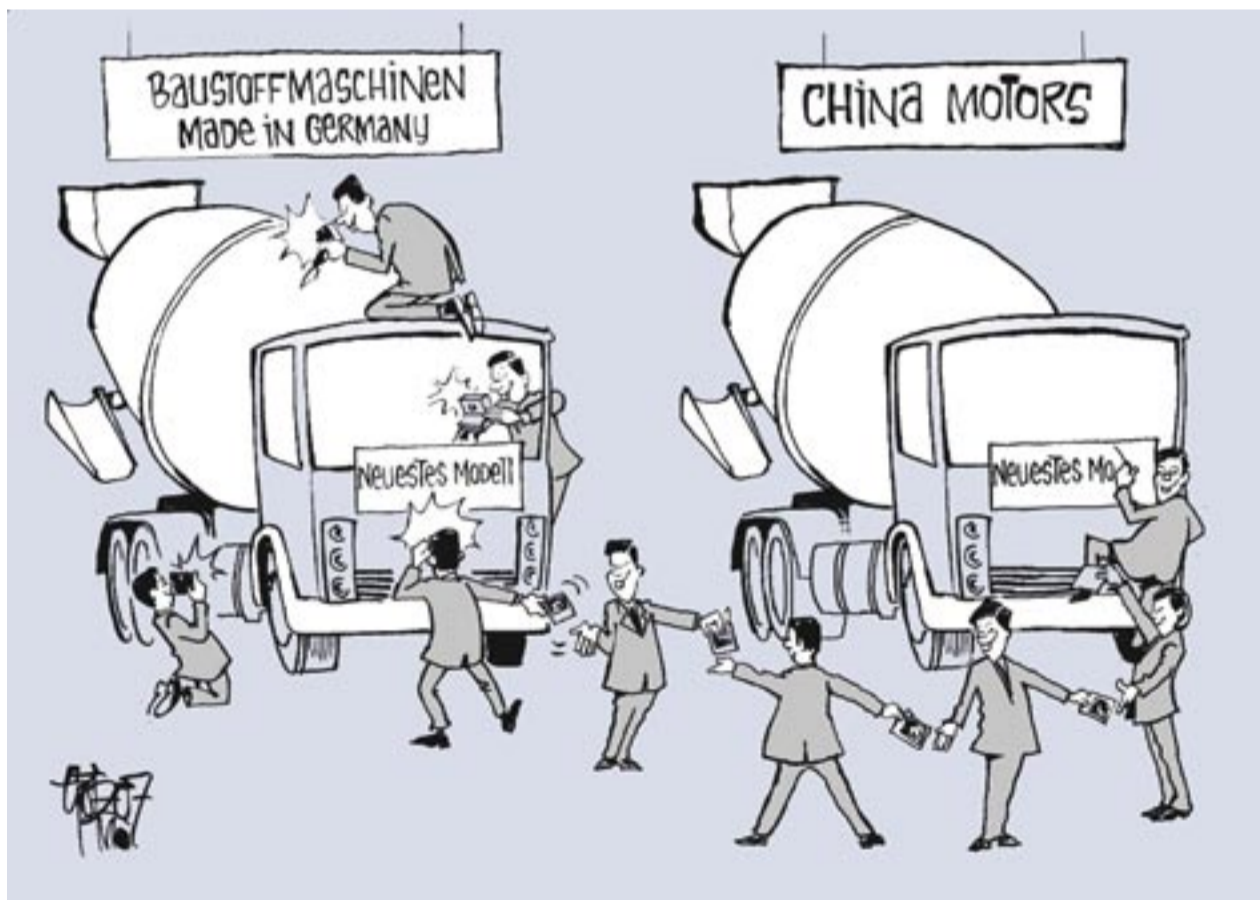
Foto: Aktion Plagiarius e.V.

vorgehen zu können. So sollen künftig Produktpiraten mit einer Geldstrafe von 10 000 bis 300 000 Euro oder zu einer Freiheitsstrafe von bis zu vier Jahren bestraft werden, wenn sie vorsätzlich und in gewerblichem Umfang geschützte Marken oder Produkte kopieren oder vertreiben.

Unternehmen wollen jedenfalls nicht tatenlos zusehen, wie ihr Wettbewerbsvorsprung und ihre führende Position auf dem Weltmarkt durch billige Nachahmungen ihrer Produkte zunichte ge-

Europa, die uns das Leben schwer machen“, stellte der Vorstandsvorsitzende Klaus Grohe fest. Die Kopien würden immer dreister. Wie das Unternehmen beobachtete, werden häufig Ideen und Designlinien als Vorlage für Produkte von Mitbewerbern aus Deutschland genutzt. „Es ist wichtig, dass wir mit den Fingern nicht immer auf Fernost zeigen, sondern anfangen, auch vor der eigenen Haustüre zu kehren“, sagte Grohe.

Plagiatoren zu enttarnen, hat sich Professor und Designer Rido Busse zu seiner Aufgabe gemacht. Er entdeckte 1977 auf der Frankfurter Messe Ambiente auf dem Stand eines Herstellers aus Hong Kong ein exaktes Plagiat der von ihm entworfenen Brief-/Diätwaage 8600 der Firma Soehnle-Waagen. Sie wurde angeboten zu einem Sechstel des Originalpreises, aber auch in deutlich schlechterer Qualität. Das ließ der Designer nicht auf sich sitzen. Er beschloss, durch die Vergabe eines Negativpreises im Rahmen einer Pressekonferenz, die Öffentlichkeit sowie den Gesetzgeber auf diesen Missstand aufmerksam zu machen und über die negativen volkswirtschaftlichen Auswirkungen von Plagiaten und Fälschungen aufzuklären. Als Preis war der „Plagiarius“ geboren, der jährlich auf der Ambiente an die dreistesten Plagiatoren verliehen wird. Er hat die Gestalt eines schwarzen Zwerges mit einer goldenen Nase, die symbolisch für die goldene Nase steht, die sich Plagiatoren verdienen. Verkörpern soll er die Unverfrorenheit und Skrupellosigkeit von Nachahmern, die mangels eigener Kreativität und vor allem aus Profitgier innovative Ideen anderer eins zu eins übernehmen und als eigene Leistung ausgegeben. Mit der Preisverleihung will die Aktion Plagiarius über das Ausmaß und die negativen Auswirkungen von Pla-



Forschung und Entwicklung made in China.

Zeichnung: Götz Wiedenroth

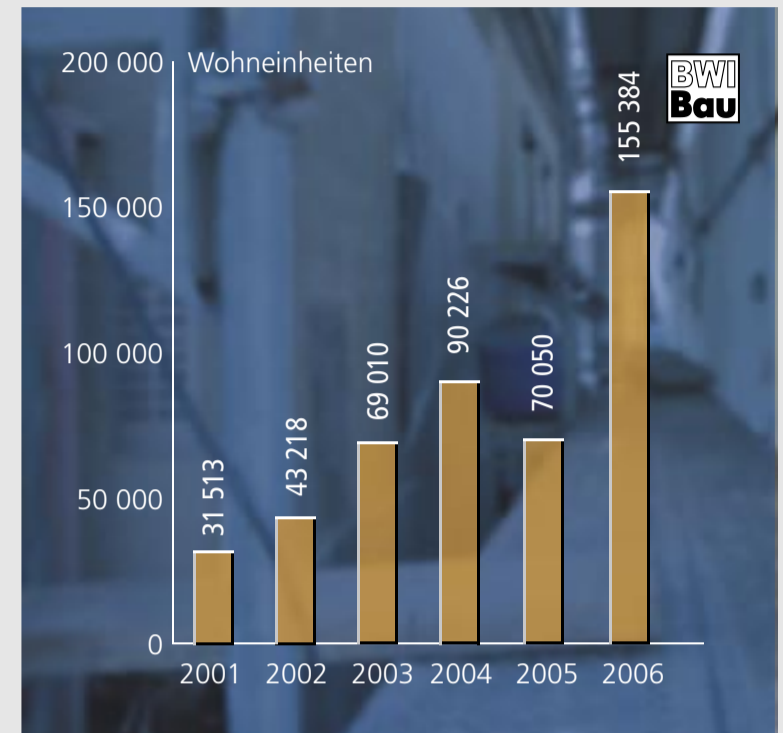
ohne Lizenzerwerb nachgebaut. Technologischer Fortschritt und wachsendes Know-how seitens der Plagiatoren führen dazu, dass Nachahmungen immer besser und schneller hergestellt und vertrieben werden können. Die Strategie der Plagiatoren ist einfach: Sie kopieren nur erfolgreiche Produkte, für die bereits Nachfrage besteht, und sparen somit die Kosten für Forschung und Entwicklung sowie für das Marketing. Häufig verwenden sie billige Materialien, so dass die Qualität deutlich schlechter ausfällt und der Käufer nicht lange Freude am vermeintlichen Schnäppchen hat. Allein die OECD schätzt den weltweiten Umsatz auf 135 Milliarden Euro - der Handel mit gefälschten Markenartikeln blüht. Produkte nachzuahmen, verspricht hohe Gewinne. Im Gegenzug fallen die Strafen, sollte man dabei erwischt werden, vergleichsweise gering aus. Deswegen

macht werden. Einer der sich massiv gegen den Ideenklau wehrt ist Hansgrohe. Das 1901 gegründete, Familiengeführte Unternehmen hat sich mit Bädern und Duschen einen Namen gemacht. So erfand Hansgrohe eigenen Angaben zufolge die Brausestange, Brausen mit einstellbaren Strahlarten und brachte die Designarmaturen ins Bad. Vor zwei Jahren wurde eine neue Brause-Technologie entwickelt, die drei Teile Luft und einen Teil Wasser miteinander zu einem besonders voluminösen, weichen Duschstrahl verwirbelt. Auf solche Ideen werden Raubkopierer schnell aufmerksam. Bereits im vergangenen Jahr prangerte das Unternehmen den Ideenklau an und ließ kopierte Billigbrausen aus Asien schreddern. Inzwischen kommen diese jedoch nicht ausschließlich aus dem asiatischen Markt. „Immer öfter sind es auch Mitbewerber aus Deutschland und

giaten und Fälschungen auf. Immerhin machen zehn Prozent des Welthandels Fälschungen und Nachahmungen aus. Jährlich entsteht ein volkswirtschaftlicher Schaden allein in Deutschland von rund 29 Milliarden Euro, vom Verlust von Arbeitsplätzen - hierzulande sind es nach Schätzungen des Justizministeriums um die 50 000 - ganz zu schweigen. Diese Zahlen machen deutlich, wie groß der Handlungsbedarf ist, dagegen vorzugehen. Wer betroffen ist und nichts unternimmt, toleriert das skrupellose Verhalten der Plagiatoren und eine weitere Ausbreitung des Problems. Auch den Käufern gefälschter Waren muss klar sein: Mit dem Kauf schaden sie sich letztendlich selbst. Sei es, dass die Imitate viele Qualitätsmängel aufweisen, es keine Ersatzteile dafür gibt oder sie nicht wissen, an wen sie sich wenden sollen, wenn eine Reparatur ansteht.

Grafiken des Monats

Gebäudesanierung boomt Geförderte Wohneinheiten nach dem KfW-CO₂-Gebäudesanierungsprogramm

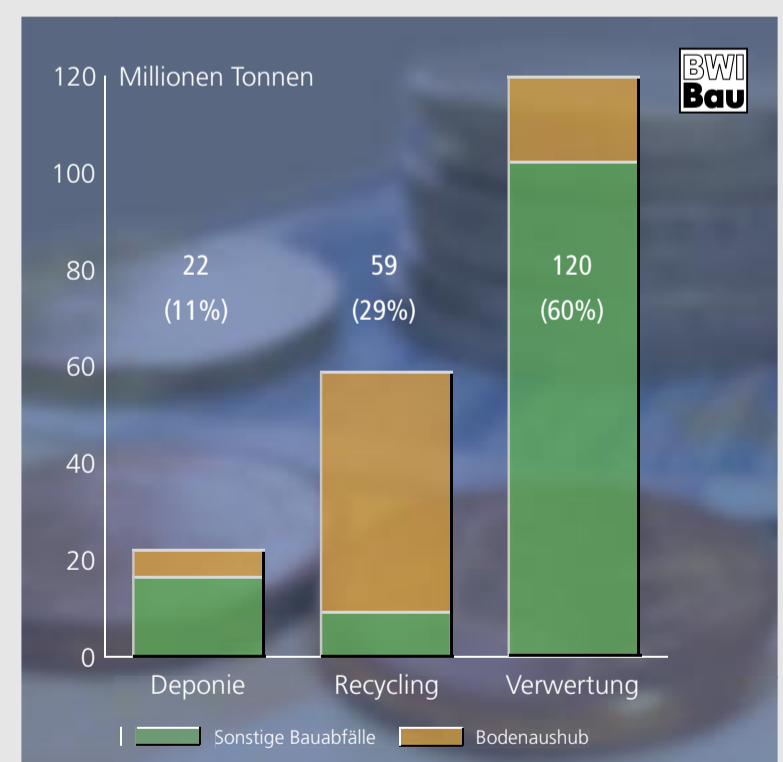


Im Jahr 2001 hat die Bundesregierung das CO₂-Gebäudesanierungsprogramm aufgelegt. Damit werden Maßnahmen zur CO₂-Minderung und zur Einsparung von Energie in Wohngebäuden gefördert. Hierunter fallen sowohl eine effizientere Gestaltung der Gebäudehülle - etwa die Wärmedämmung von Dach und Außenwänden oder die Erneuerung der Fenster - als auch der Heizungsanlage. Im Februar 2006 wurde das CO₂-Gebäudesanierungsprogramm vereinfacht und weiterentwickelt. Seither boomt die Gebäudesanierung, 2006 wurden über 155 000 Wohneinheiten gefördert - mehr als doppelt so viel wie im Jahr zuvor mit 70 000 Förderzusagen. Jede in den Gebäudebestand investierte Milliarde Euro sichert oder schafft rund 25 000 Arbeitsplätze, davon ein Großteil in der Bauwirtschaft. Experten rechnen mit einem Investitionsbedarf von 30 bis 40 Milliarden Euro in Deutschland. Wird dieser Bedarf ausgeschöpft, können über einen längeren Zeitraum jährlich zehntausende Arbeitsplätze gesichert und neu geschaffen werden. Gebäudesanierung ist deshalb ein besonders nachhaltiges Wachstumsprogramm für kleinere und mittelständische Bauunternehmen sowie für Hersteller moderner Heiz-, Dicht- und Dämmösungen.

Datenquelle: Deutscher Bundestag (Drucksache 16/5166)

90 Prozent der Bauabfälle werden wiederverwertet

Verwertung und Beseitigung mineralischer Bauabfälle 2004



Im Jahr 2004 fielen in Deutschland insgesamt rund 200 Millionen Tonnen mineralischer Bauabfälle an. Davon wurden 120 Millionen Tonnen beziehungsweise 60 Prozent direkt wiederverwertet, weitere 59 Millionen Tonnen beziehungsweise 29 Prozent mussten zunächst aufbereitet werden, um die gewünschten Qualitäten für eine Wiederverwendung herzustellen. Insgesamt konnten damit 179 Millionen Tonnen beziehungsweise 89 Prozent der Bauabfälle einer Wiederverwertung zugeführt werden. Nur noch 22 Millionen Tonnen beziehungsweise ein gutes Zehntel des Bauschutts mussten 2004 deponiert werden. Die Deponierung verwertbarer Bauabfälle ist damit in den zurückliegenden Jahren deutlich zurückgegangen: 1997 wurden noch knapp die Hälfte der Bauabfälle unbehandelt auf Deponien gekippt. Wie die Grafik zudem verdeutlicht, liegt das größte noch ungenutzte Verwertungspotenzial beim Bodenaushub. Trotz hoher direkter Wiederverwertung von über hundert Millionen Tonnen wird in diesem Segment noch deutlich mehr deponiert als recycelt (16 Millionen Tonnen im Vergleich zu neun Millionen Tonnen).

Datenquelle: ARGE Kreislaufwirtschaftsträger Bau