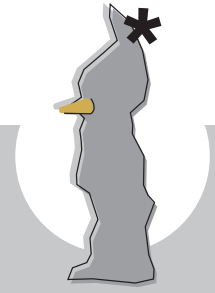


# Aktion Plagiarius - Innovation vs. Imitation



## Massenphänomen Plagiat - Zwischen gesellschaftlicher Akzeptanz und Gefahr für Wirtschaft und Verbraucher

In Zeiten von Internet und Globalisierung hat sich das Problem der Produkt- und Markenpiraterie explosionsartig ausgeweitet. Über Online-Shops und international operierende Netzwerke werden heute Billigkopien aller Art weltweit vertrieben. Aufgrund niedriger Lohnkosten werden zwar die meisten Plagiate und Fälschungen nach wie vor in Südostasien, Lateinamerika, Osteuropa oder der Türkei hergestellt. Die Industrieländer selbst sind aber teilweise die Auftraggeber der Nachahmungen. Oder sie kaufen diese billig ein, um sie gewinnbringend weiter zu verkaufen. Hersteller und Händler aus aller Welt profitieren vom Geschäft mit Plagiaten.

Der genaue volkswirtschaftliche Schaden durch Plagiate und Fälschungen lässt sich schwer beziffern. Experten gehen mittlerweile von einem jährlichen Schaden von bis zu 50 Milliarden Euro für Deutschland aus; Weltweit wird der Schaden auf mehrere Hundert Milliarden Euro geschätzt. Dabei untergraben Nachahmungen nicht nur legalen Handel, sie gehen auch einher mit dem Verlust von Arbeitsplätzen und der Wettbewerbsfähigkeit innovativer Unternehmen.

## Plagiate und Fälschungen sind kriminell und gefährlich

Die Fälscher agieren immer professioneller und rücksichtsloser. Sie kopieren nur erfolgreiche Produkte, für die bereits Nachfrage besteht und schließen sämtliche unternehmerischen Risiken aus. Neben den umfangreichen Investitionen in Forschung und Entwicklung sparen sie auch die Kosten fürs Marketing. Aus Profitgier verwenden sie darüber hinaus oftmals minderwertige Materialien, verzichten auf Qualitätskontrollen und setzen billigend die Gesundheit der Verbraucher aufs Spiel. Nachweislich haben viele Nachahmungen eine kurze Lebensdauer und enthalten giftige Schadstoffe wie Blei oder Cadmium. Gefälschte Kosmetika, Lebensmittel, Medikamente und Zigaretten sind oftmals verunreinigt. Bei technischen oder elektrischen Produkten können Mängel sogar lebensgefährlich sein.

Die Profitmargen sind extrem hoch, die Strafen viel zu gering. Laut Interpol setzt deshalb auch das organisierte Verbrechen zunehmend zur Finanzierung seiner Aktivitäten auf den Handel mit gefälschten Markenartikeln und nutzt dafür seine vorhandenen Strukturen aus Drogen-, Waffen- und Menschenhandel. Hergestellt werden Fälschungen oftmals unter menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen ohne Sozialstandards.

## Angebot und Nachfrage – Mitverantwortung der Verbraucher

Aktuelle Studien zeigen, dass Fälschungen in Europa gesellschaftsfähig sind. Das Problem liegt darin, dass viele Konsumenten zugleich Marken- und Schnäppchenjäger sind. Aus Prestigegründen wollen sie renommierte Markenprodukte, sind aber nicht bereit, den Preis dafür zu bezahlen. Verbraucher, die bewusst Plagiate und

Fälschungen kaufen, sollten sich aber über eines klar sein: Den Fälschern geht es nicht darum, ihnen mehr Vielfalt oder günstige Alternativen zu bieten - es geht rein um Profit. Mit dem gezielten Erwerb von Nachahmungen investieren die Kunden also in die Profitgier und Skrupellosigkeit von Trittbrettfahrern und unterstützen in vielen Fällen organisierte Kriminalität. Da Märkte sich über Angebot und Nachfrage regeln, trägt jeder Konsument folglich eine erhebliche Mitverantwortung, wenn es um Erfolg oder Misserfolg von Piraterieware geht.

## Ideenreichtum Einzelner bereichert Gesellschaft

Für die Entwicklung innovativer Produkte brauchen Unternehmen vor allem eins: **IDEEN!**

Gepaart mit dem außerdem notwendigen Design- und Technik-Know-how sowie finanziellen Mitteln und einem treffsicheren Gespür für Märkte und Trends werden aus diesen ersten Ideen dann neue innovative Produkte. Ideenreichtum und Know-how brauchen eine faire Entlohnung und verdienen wieder eine stärkere Wertschätzung durch die Gesellschaft. Ohne Originale hätten Plagiate keine Grundlage und es gäbe weder Vielfalt noch Fortschritt.

## Negativpreis „Plagiarius“ rückt Ideenklau ins öffentliche Licht

1977 selbst von Plagiaten betroffen, rief der Designer Prof. Rido Busse den Negativpreis „Plagiarius“ ins Leben. Sein Ziel war und ist, plumpen Ideenklau - d.h. den Diebstahl Geistigen Eigentums - zu brandmarken und die skrupellosen Geschäftspraktiken der Nachahmer ins öffentliche Bewusstsein zu rücken. Jährlich werden auf der Frankfurter Konsumgütermesse „Ambiente“ Hersteller und Händler besonders dreister Plagiate mit dem „Plagiarius“ ‚ausgezeichnet‘. Trophäe ist ein schwarzer Zwerg mit goldener Nase: „Die goldene Nase, die sich die Produktpiraten sprichwörtlich auf Kosten der Originalhersteller verdienen“, so Busse.

## Praxisnahe Sensibilisierung im Museum Plagiarius in Solingen

Seit 1. April 2007 präsentiert sich die außergewöhnliche Sammlung im Museum Plagiarius in Solingen. Gezeigt werden mehr als 350 Produktunits, d.h. jeweils Original und das entsprechende Plagiat im direkten Vergleich. Hinzu kommen zahlreiche vom Zoll beschlagnahmte Fälschungen. In Führungen, Seminaren und bei Verbraucherevents werden sowohl Unternehmer als auch Konsumenten praxisnah über Ausmaß, Schäden und Gefahren von Plagiaten informiert.

## Aktivitäten der Aktion Plagiarius

- Plagiarius-Wettbewerb – Negativpreis gegen Ideenklau
- Öffentlichkeitsarbeit (PR, Ausstellungen, Seminare & Vorträge)
- Erstberatung und Weitervermittlung an Fach-Experten
- Unterstützung der Kampagne „Messe Frankfurt against Copying“
- [www.designpublisher.com](http://www.designpublisher.com) - zur nachweisbaren „Offenbarung“ neuer Produkte
- Für Fördermitglieder: Newsletter / ‚Plagiate‘-Versicherung