



DER AUTOR



Prof. Dr. Thomas Straubhaar

Direktor des HWWI

Prof. Dr. Thomas Straubhaar ist Universitätsprofessor für Volkswirtschaftslehre, insbesondere Wirtschaftspolitik, an der Universität Hamburg. 1998 wurde er Direktor des Instituts für Integrationsforschung des Europa-Kolleg Hamburg. Seit dem 1. April 2005 ist er Direktor des Hamburgischen WeltWirtschaftsinstituts (HWWI).

Seine Forschungsschwerpunkte sind: Internationale Wirtschaftsbeziehungen, Ordnungspolitik, Bildungs- und Bevölkerungsökonomie.

MARKENPIRATERIE

Markenpiraterie kein Kavaliersdelikt

Der G8-Gipfel in Heiligendamm von Anfang Juni 2007 hat der Produkt- und Markenpiraterie sowie dem Missbrauch geistiger Eigentumsrechte den Kampf angesagt: „Ein voll funktionierendes System des geistigen Eigentums ist ein wesentlicher Faktor für die nachhaltige Entwicklung der Weltwirtschaft durch die Förderung von Innovation. ... Der Nutzen der Innovation für das wirtschaftliche Wachstum und die wirtschaftliche Entwicklung wird immer mehr durch Verstöße gegen die Rechte des geistigen Eigentums weltweit bedroht. Wir bekräftigen daher nachdrücklich unser Bekenntnis zur Bekämpfung der Piraterie und Fälschung“.¹

Ein verschärfter Kampf gegen den Ideenklaue und für den Schutz geistigen Eigentums ist richtig und wichtig. Er ist wichtig, weil Markenpiraterie (die illegale Verwendung von Namen, Marken, Logos oder (Marken-)Zeichen) und Produktpiraterie (das Kopieren von Waren ohne rechtmäßige Erlaubnis der Inhaber der benötigten Rechte) in den letzten Jahren zu einem rasant wachsenden illegalen Milliardengeschäft geworden sind. Er ist richtig, weil eine Missachtung geistiger Eigentumsrechte (dazu gehören auch Patente, Lizenzen sowie Urheberrechte auf Ideen, Bilder, Filme, Texte und Musik) die Innovationskraft einer Gesellschaft schwächt und damit das Wachstumspotenzial einer Volkswirtschaft schmälert. Nicht zu reden von den betriebswirtschaftlichen Kosten und den gesundheitlichen Risiken, die mit Fälschungen, Nachahmungen und Raubkopien verbunden sind.

Naturgemäß ist es schwierig, den ökonomischen Schaden der Markt- und Produktpiraterie in Geldwerten zu quantifizieren. Eine viel benutzte Methode nimmt den Wert der beschlagnahmten gefälschten Waren als Spitze des Eisberges. Für Deutschland lag seine Höhe im Jahr 2006 bei fast 1,2 Milliarden Euro, was gegenüber dem Vorjahr 2005 (mit einem sichergestellten Warenwert von 213 Millionen Euro) mehr als einer Verfünffachung entspricht.² Vor allem Accessoires (Taschen) mit gegen 400 Millionen Euro, Uhren und Schmuck mit beinahe 300 Millionen Euro, Sportbekleidung mit mehr als 200 Millionen Euro sowie elektronische Geräte und Freizeitbekleidung mit je 110 Millionen Euro waren von Fälschungen, Nachahmungen und illegalen Kopien besonders betroffen. Dabei handelt es sich bei den sichergestellten Waren längst nicht mehr nur um Luxusgüter, sondern zunehmend auch um Haushalts- und Alltagsartikel, die dem neuesten Stand der Technik entsprechen. Dazu gehören MP-4-Players, Musik-CDs, DVDs, Parfums, Etiketten, Schlüsselanhänger, Arzneiwaren, Autoersatzteile, Armbanduhren, Schmuck, Mobiltelefone, Textilien und Lederwaren aller Art. „Nachahmungen weisen inzwischen eine so gute Qualität auf – sie sind teilweise mit mehr Sicherungsetiketten und einer aufwendigeren Verpackung ausgestattet als die Originale –, dass es für die Zollbehörden, ja sogar für die Rechteinhaber selbst, zunehmend schwieriger wird, zwischen Original und Fälschung zu unterscheiden.“³ Etwa ein Drittel aller sichergestellten Plagiate hatte seine Quelle in China, gut 10 Prozent

stammten aus den USA, der Rest vor allem aus Südostasien.

Mit der Zahl und dem Wert der vom Zoll beschlagnahmten, gefälschten Waren wird lediglich der vergleichsweise kleinere Teil der verhinderten und aufgedeckten Marken- und Produktpiraterie erfasst. Der wohl wesentlich größere Teil des erfolgreichen Missbrauchs geistigen Eigentums bleibt im Verborgenen. Deshalb bedarf es einer ergänzenden Methode, die zumindest etwas Licht in das Dunkel der Markenpiraten und Produktfälscher bringt. Eine sehr grobe Hilfe liefert der Versuch, in einem ersten Schritt die Aufdeckungswahrscheinlichkeit illegaler Machenschaften abzuschätzen. Daraus lässt sich in einem zweiten Schritt der gesamte direkte Schadenswert der Marken- und Produktpiraterie hochrechnen. Die OECD benutzt als Faustregel eine Kennziffer als Grundlage, wonach der Anteil von Nachahmungen 5 bis 7 Prozent des Handelswertes betrage.⁴ Daraus ergibt sich bei einem Einfuhrwert der Waren nach Deutschland von insgesamt 730 Milliarden Euro für das Jahr 2006 ein Volumen der Marken- und Produktpiraterie von 35 bis 50 Milliarden Euro: Für den Weltmarkt insgesamt wäre der Wert bei 400 bis 600 Milliarden Euro. Diese Zahlen scheinen sehr hoch zu sein. Sie liegen aber in der Nähe einer Schätzung, die auch von der EU-Kommission verbreitet wird. Demgemäß habe der Umfang der Produktnachahmung zu Beginn des Jahrzehnts weltweit etwa ein Volumen von 450 Milliarden US-Dollar jährlich erreicht.⁵

Die Ursachen der enormen Zunahme von Marken- und Produktpiraterie lassen sich vor allem durch folgende Effekte erklären:

1) Bei vielen Konsumgütern sind die Märkte gesättigt. Entsprechend stärker ist der Konkurrenzdruck und um so geringer sind die Margen. Plagiate erlauben es, Kosten zu senken und so Marktanteile zu erobern. Piraten wägen den möglich werdenden Gewinn ab und stellen die Vorteile dem Risiko gegenüber, entdeckt, verfolgt und bestraft zu werden. Offenbar hat sich in den letzten Jahren die Waage in die fal-

sche Richtung bewegt und das Gleichgewicht in Richtung der Piraterie verschoben: vergleichsweise hohen Gewinnen stehen geringe Risiken und insgesamt schwache Sanktionen gegenüber.

2) Moderne Telekommunikationssysteme und der billige Transport (vor allem über den Seeverkehrsweg) haben nationale Märkte geöffnet und den Boden für einen globalen Austausch von Gütern und Dienstleistungen bereitet. Sie haben aber auch die Kosten für den Missbrauch geistiger Eigentumsrechte gewaltig verringert. Markenpiraten und Produktfälscher können sehr viel schneller und kostengünstiger als bisher kaufwillige Endkunden erreichen. Das Internet macht den teuren Zwischenhandel überflüssig. Davon profitieren nicht nur legale, sondern auch illegale Transaktionen aller Art. Leistungsdaten, Rezepturen, Pläne, Verfahren und andere produktspezifische Daten können in sekundenschnelle weltweit übertragen werden. Logos lassen sich scannen und beliebig weiterverarbeiten. Geistiges Eigentum kann nachgeahmt, vervielfältigt oder abgewandelt werden. Raubkopien, Musik, Filme, Videos und Unterhaltungs-Software können standortungebunden und dennoch rund um die Erde über Internet-Auktionshäuser angeboten, gehandelt, ersteigert und bezahlt werden.

3) Mit der Globalisierung der Wirtschaft hat sich auch die organisierte Kriminalität globalisiert. Gerade bei der Marken- und Produktpiraterie spielen weltweite Netzwerke krimineller Banden von Herstellern, Händlern und Endverkäufern eine entscheidende Rolle.

4) Verbraucher haben für Markenprodukte eine höhere Zahlungsbereitschaft als für No-names oder Generika. Das macht mikroökonomisch auch viel Sinn. Denn Markenprodukte sind oft Vertrauens- und Erfahrungsgüter. Sie werden mit bestimmten qualitativen Eigenschaften in Verbindung gebracht. Das ermöglicht es dem Kunden, Informations- und Suchkosten einzusparen. Der Verbraucher vertraut auf

die Reputation des Markenprodukts, ohne sich in jedem Einzelfall mit derselben Intensität wie bei einem No-name über die tatsächliche Qualität des Produktes oder der Leistung zu informieren. Mit hoher Zahlungsbereitschaft steigt natürlich auch der Anreiz, Markenprodukte zu kopieren.

5) Schließlich haben auch viele Konsumenten eine hohe Bereitschaft, Plagiate zu kaufen, weil sie für eine billige Fälschung weniger ausgeben müssen, als für das teure Original. Da heutzutage selbst für die Rechteinhaber viele Imitate kaum mehr von den Originalen zu unterscheiden sind, kommen Verbraucher so auf günstige Art und Weise zu den für das gesellschaftliche Ansehen so wichtigen Prestigeartikeln. Sie können mit Fälschungen einen ökonomischen Status vorgaukeln, der nicht den realen Gegebenheiten entspricht.

Ein verschärftes Vorgehen und strengere Sanktionen gegen Marken- und Produktpiraterie und gegen den Missbrauch geistigen Eigentums ist nicht nur der immensen unmittelbaren Schäden wegen von enormer Bedeutung. Es geht nicht nur um riesige Umsatzverluste der betroffenen Firmen und die ihnen durch billige Fälschungen entstehenden Wettbewerbsnachteile. Es geht nicht allein um die gewaltigen Steuerausfälle in Milliardenhöhe und die schleichende Provokation des Rechtsstaates durch die stetige Missachtung bestehender Gesetze zum Schutze des geistigen Eigentums. Es geht auch nicht nur um die lebensbedrohlichen Gesundheits- und Sicherheitsrisiken, wenn Medikamente ohne Wirkstoffe, qualitativ schlechte Automobilzubehöriteile, fehlerhafte Computersoftware, schadhafte Elektrogeräte oder mit Giftstoffen verdorbene Nahrungsmittel an unkundige Verbraucher verkauft werden.

Beim Schutz geistigen Eigentums geht es um sehr viel mehr. Es geht um die langfristigen, dynamischen Anreize auf Wachstum und Beschäftigung. Ein verbindlicher und verlässlicher weltweiter Schutz von Ideen, Produkt- und Prozessinnovationen,

Marken und Logos ist fundamental für die Innovationsgeschwindigkeit einer Volkswirtschaft.

Genau aus dem Grunde gibt es den Patentschutz, obwohl gerade Patente auf den ersten Blick einer antimonopolistischen Wettbewerbsordnung zu widersprechen scheinen. Denn Patente schützen Monopole. Dabei sind Monopole eigentlich volkswirtschaftlich schädlich und werden deshalb in der Regel auch verboten. Dennoch ist gerade der Patentschutz fundamental für die Dynamik einer Wirtschaft. Er sorgt per Gesetz und damit künstlich dafür, dass geistiges Eigentum nicht kostenlos von allen kopiert und verwendet werden darf. Er ermöglicht den Tüftlern und Erfindern, zeitlang geschützte Monopolisten zu bleiben. Das erlaubt den Innovatoren, ihre Güter oder Leistungen über den variablen Kosten zu verkaufen und mit den so erzielten Deckungsbeiträgen die manchmal enorm hohen Fixkosten einer Erfindung zu finanzieren.

Der Patent-, Marken- oder Verfahrensschutz ist somit eine unverzichtbare Grundbedingung für Innovation und damit für Wachstum und Entwicklung einer Volkswirtschaft.

Wenn alle die Fälschung kaufen, weil sie billiger ist, wird kein Unternehmen mehr Zeit, Geld und Kreativität investieren, um das Original zu entwickeln. Folglich würde es über kurz oder lang keine oder nur noch schwache Anreize für Produkt- und Prozessinnovationen geben. Wird diese einfache Tatsache missachtet, verlieren alle: die Tüftler und Erfinder, die um die Früchte ihrer Anstrengungen gebracht werden und deswegen weniger intensiv und mit geringerem Einsatz nach neuem Wissen, innovativen Lösungen und modernen Verfahren suchen.

Mit der G8-Gipfelerklärung senden die großen Industrieländer ein klares Signal an die Marken- und Produktpiraten in aller Welt: Die Missachtung des geistigen Eigentums ist kein Kavaliersdelikt. Sie ist ein

Straftatbestand. Die Botschaft soll lauten: die Risiken der Aufdeckung werden erhöht und die Bestrafung der Fälscher wird verschärft, so dass sich die Kosten-Nutzen-Waage der Piraterie wieder auf die Seite des Schutzes geistigen Eigentums neigt. Wie die abstrakten Ergebnisse des G8-Gipfels von Heiligendamm konkret umgesetzt werden sollen, wurde jüngst vom Bundesministerium der Finanzen skizziert.⁶ Kernstück wird zunächst ein Informationssystem sein, das künftig einen besseren weltweiten Datenaustausch zwischen den nationalen Zollbehörden gewährleisten soll. Das ist ein zielführender Ansatz. Zudem soll in der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit – insbesondere im Bereich der Strafverfolgung – auf Erfahrungen aus dem Kampf gegen den Handel mit illegalen Drogen zurückgegriffen werden.

Andere, zusätzliche Maßnahmen müssen nun folgen. Sie sollen die Rechte des geistigen Eigentums weltweit sichern und globale Versorgungsketten von nachgemachten und gefälschten Gliedern freihalten und zwar auf dem gesamten Weg der Wertschöpfung von Herstellern über Vertrieb und Handel bis hin zum Endverkäufer.

An erster und oberster Stelle wird es darum gehen, die internationale Zusammenarbeit im Rahmen der Welthandelsorganisation (WTO) weiter auszubauen. Neben strengen Einfuhrkontrollen in Europa oder Nordamerika gilt es, ebenso strenge Ausfuhrkontrollen in den Hersteller- und Transitländern zum Standard zu machen.

Eine verstärkte Kooperation mit China als bedeutendste Quelle von Marken- und Produktpiraterie ist dabei unumgänglich und durchaus auch möglich. Das historische Beispiel Japans liefert hierfür bestes Anschauungsmaterial. China ist WTO-Mitglied. Alleine schon aus Prestige und der Reputation wegen ist China somit an einer erfolgreichen Weiterentwicklung des Welthandelssystems direkt interessiert. Ein wesentlich wichtigerer Faktor kommt dazu: Mit der rasant steigenden Wettbe-

werbsfähigkeit chinesischer Firmen – nicht nur im Bereich der Massenproduktion von einfachen Standardgütern, sondern auch in Bereichen der komplexeren Konsumgüter – steigt auch in chinesischen Betrieben die Bedeutung der eigenen Forschungs- und Entwicklungs- sowie Innovationsaktivitäten. Damit aber wird auch für China der Schutz geistigen Eigentums zu einem von Jahr zu Jahr aus eigenem Interesse hinaus wichtigeren Thema werden. Diese günstiger werdenden Voraussetzungen für einen weltweiten Kampf gegen Marken- und Produktpiraterie gilt es nun zu nutzen – lieber früher als später.

1 Bundesregierung: Dokumente des G8-Gipfels 2007 in Heiligendamm, Erklärung „Wachstum und Verantwortung in der Weltwirtschaft“, S. 14; <http://www.g-8.de/Content/DE/Artikel/G8Gipfel/Anlage/gipfeldokument-wirtschaft-de,templateId=raw,property=publicationFile.pdf/gipfeldokument-wirtschaft-de>.

2 Bundesministerium der Finanzen: Gewerblicher Rechtsschutz, Jahresbericht 2006, Berlin, Januar 2007, S. 33.

3 Vgl. Kommission der Europäischen Gemeinschaften: Mitteilungen der Kommission an den Rat, das Europäische Parlament und den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss über eine Antwort des Zolls auf jüngste Entwicklungen bei der Nachahmung von Waren und der Produktpiraterie, vom 11.10.2005 [Brüssel, KOM (2005)47 endgültig], S. 6.

4 Vgl. Kommission der Europäischen Gemeinschaften: Mitteilungen der Kommission an den Rat, das Europäische Parlament und den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss über eine Antwort des Zolls auf jüngste Entwicklungen bei der Nachahmung von Waren und der Produktpiraterie, vom 11.10.2005 [Brüssel, KOM (2005)47 endgültig], S. 4.

5 Vgl. Kommission der Europäischen Gemeinschaften: Mitteilungen der Kommission an den Rat, das Europäische Parlament und den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss über eine Antwort des Zolls auf jüngste Entwicklungen bei der Nachahmung von Waren und der Produktpiraterie, vom 11.10.2005 [Brüssel, KOM (2005)47 endgültig], S. 4.

6 Bundesministerium der Finanzen: „Kampf gegen die Marken- und Produktpiraterie“, Monatsbericht vom Juli 2007, S. 93-98.

Dieser Beitrag ist in der Zeitschrift »Markenartikel«, Nr. 9/2007, erschienen.