

Fakes am deutschen Markt: So groß ist die Belastung 2022

Eine von Sentryc beauftragte Umfrage zeigt, wie betroffene deutsche Unternehmen die Fälschungssituation erleben, wie sie künftige Entwicklungen einschätzen und was sie aktiv gegen Plagiate unternehmen.

Berlin, Oktober 2022. Wenn die Tage wieder länger werden, kommen Fälscher in Fahrt: In den Monaten September, Oktober und November steigen die Rechtsstreitigkeiten zum Thema Fälschung um 60 Prozent an. Doch wie stark sind Brands und Produkte made in Germany davon betroffen?

Der Anbieter der Anti-Piracy-Software Sentryc befragte in einer qualitativen Umfrage 547 Entscheidungstragende nach ihrer aktuellen Fälschungssituation. 112 von ihnen, also 20,48 Prozent, waren in den letzten fünf Jahren direkt von Produkt- und/oder Markenpiraterie betroffen und qualifizierten sich so für die weitere Erhebung. An der Studie nahmen besonders viele Expert:innen der IT-, Software- oder Hardware-Branche teil, doch auch Vertreter:innen aus Baugewerbe, Industrie, Automobilindustrie und Finanzdienstleistungen gaben Aufschluss über ihr berechtigtes Interesse an der Bekämpfung von Fälschungen. Abgesehen vom leicht größeren Anteil von B2C-Unternehmen in dieser Umfrage, eint sämtliche Teilnehmende ihr Online-Produktvertrieb: Alle Unternehmen bieten ihre Artikel auf digitalem Weg zum Verkauf an.

Die wichtigsten Erkenntnisse

- Die Umfrageteilnehmenden bewerten die Gefahr durch Plagiate für die deutsche Wirtschaft mit 4,96 und für die eigene Branche mit 4,66 auf einer Skala von 1 bis 6.
- Nur 37,5 Prozent sichern ihre Marken und Produkte in China, dabei findet 55,4 Prozent des Vertriebs der Plagiate in China statt.
- 44,6 Prozent der Befragten finden die meisten Fakes im direkten Wettbewerb.
- Der jährliche Schaden durch Fälschungen liegt bei den befragten Unternehmen zwischen 1 Million bis 50 Millionen Euro.
- 65,2 Prozent bestätigen, dass bereits Kopien ihrer Produkte im Umlauf waren, von denen ein erhöhtes Gefahrenpotenzial für Nutzende ausging. Knapp 40 Prozent entdeckten Fälschungen, deren Erzeugung oder Vertrieb eine Gefahr für die Umwelt darstellt.
- Den größten Teil der gefundenen Fakes entdecken Unternehmen durch aktiven Einsatz von Markenschutz-Software.

Viele Betroffene

Die Dringlichkeit, aktiv gegen Fakes vorzugehen, zeigt die Schädigung der Umfrageteilnehmenden: 20,48 Prozent aller befragten Personen waren mit ihren Unternehmen in den letzten fünf Jahren von Produkt- und/oder Markenpiraterie betroffen. Die Mehrfachantworten der Antwortenden zeigen die Situation der Betroffenen. So berichten 54,5 Prozent von Markenpiraterie, 47,3 Prozent von unlauterem Nachbau und 46,4 Prozent von Patentverletzungen. Alle weiteren Ergebnisse beziehen sich auf diese von Produktpiraterie betroffene Personen- und Unternehmensgruppe.

50 Prozent der Kriminellen kopierten in den vorliegenden Fällen das äußere Erscheinungsbild, 43,75 Prozent Komponenten und 40,18 Prozent das gesamte Produkt. Doch auch Ersatzteile mit 31,25

Pressekontakt

Tanja Muhme & Rebecca Hollmann ▪ Borgmeier Public Relations ▪ Rothenbaumchaussee 5 ▪ 20148 Hamburg
Tel.: 040/4130 96 -15 ▪ Mail: press@sentryc.com

Prozent und Werbematerialien mit 26,79 Prozent gehören zu den Plagiatoren-Favoriten. Selbst Verpackungen sind mit 21,43 Prozent vor Nachahmung nicht gefeit.

Rechte schützen

81 Prozent der Befragten gaben an, über Markenrechte zu verfügen – ein durchaus großer Teil, der somit die grundlegenden Rechte zum Schutz der Brand zur Abgrenzung von der Konkurrenz innehat. 72 Prozent besitzen Patentrechte, die vor allem technische Erfindungen wie innovative Produkte oder Verfahren unter Schutz stellen. Auf diese Weise entsteht ein zeitlich und räumlich limitiertes Nutzungsmonopol. Weniger als die Hälfte halten Rechte zum unlauteren Nachbau, die den wettbewerbsrechtlichen Nachahmungsschutz betreffen und als Ergänzung die Schutzleistung einer Markeneintragung verstärken. Noch weniger der Befragten halten Lizenzen für Geschmacksmuster, Gebrauchsmuster oder sonstige Rechte wie Urheberrechte.

Regional oder international?

93,8 Prozent der Befragten meldeten ihre Schutzrechte in Europa an. Ein naheliegender Schritt, um die hier ansässige Kundschaft und das eigene Image zu schützen, besonders, da 61,6 Prozent der Plagiate in Europa vertrieben werden. Doch arbeiten die meisten Plagiatoren im Ausland. 49,1 Prozent der Befragten sichern ihre Rechte in den USA. Erst auf Platz drei mit 37,5 Prozent sichern deutsche Unternehmen ihre Marken und Produkte in China vor unlauterer Kopie. Dabei stammt immer noch der größte Teil aller Fakes aus dem Land der aufgehenden Sonne. Und auch der Vertrieb der Plagiate findet laut Befragung in 55,4 Prozent der Fälle in China statt.

25,9 Prozent fürchten in Südamerika um ihre Wettbewerbsfähigkeit, 20,5 Prozent in Australien. Unter 20 Prozent liegen Anmeldungen in Afrika, Russland sowie in den restlichen asiatischen Ländern. Übrigens: Die Türkei spielt ebenfalls weit oben in der Plagiatoren-Liga – das Land zählt allerdings nicht zum Geltungsbereich der EUIPO, des Amtes der Europäischen Union für geistiges Eigentum, weshalb EU-Rechte hier nicht greifen.

Zuständig für Brand Protection und Produktschutz

Für 54,5 Prozent der Entscheider und Entscheiderinnen zahlt die Marke und ihr Image am meisten auf den Unternehmenserfolg ein – umso höher die Angst vor Missbrauch mit wirtschaftlichen Folgen: Auf einer Skala von 1 bis 6 bewerten die Befragten die grundsätzliche Gefahr durch Plagiate für die deutsche Wirtschaft mit einer Punktzahl von 4,96. Die Gefahr für die eigene Branche stufen sie auf 4,66 ein.

67 Prozent sehen eine Zunahme der Schädigungen durch Fälschungen in der eigenen Branche seit Beginn der Coronapandemie im März 2020. Nur die Hälfte der Befragten bewerten die Effektivität der derzeitigen Gesetze und Bestimmungen in Deutschland und der EU zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie als ausreichend.

In 23 Prozent der Fälle kümmert sich das General Management um das Thema Fälschungen und Brand Protection, in 18 Prozent sind die Legal-Abteilungen zuständig. Große Unternehmen verfügen über eine eigene Brand Protection Unit. In dieser Umfrage übernahmen 11,6 Prozent diese Zuständigkeit.

Pressekontakt

Tanja Muhme & Rebecca Hollmann ▪ Borgmeier Public Relations ▪ Rothenbaumchaussee 5 ▪ 20148 Hamburg
Tel.: 040/4130 96 -15 ▪ Mail: press@sentryc.com

Wer steckt hinter den Plagiaten?

44,6 Prozent gaben an, dass die meisten Plagiate aus dem direkten Wettbewerb stammen. Der Innovationsdruck scheint Marktkonkurrenten zu unethischen Mitteln zu treiben. Den zweiten Platz nehmen Underground Factories mit 31,3 Prozent ein. Im Business-Bereich plagiierten auch Kunden ihre benötigte Ware – 36,8 Prozent aller befragten Unternehmen gaben an, ihre Abnehmerschaft als Produktpiraten identifiziert zu haben.

Schaden

Der durch Fälschungen verursachte Schaden fällt in den meisten Fällen äußerst hoch aus: 24,1 Prozent geben an, einen jährlichen Schaden von 1 Million bis 50 Millionen Euro zu verbuchen. 23,2 Prozent nannten einen Schaden von 500.000 bis 1 Million pro Jahr und 21,4 Prozent der Befragten rechnen aktuell mit 100.000 bis 500.000 Euro Verlust durch Fakes.

Neben den wirtschaftlichen Folgen für das Unternehmen sorgen sich 60,7 Prozent der Betroffenen um die Gefahren für Konsumierende. 65,2 Prozent bestätigen, dass bereits Kopien ihrer Produkte im Umlauf waren, von denen ein erhöhtes Gefahrenpotenzial für Nutzende ausging. Knapp 40 Prozent geben außerdem an, Fälschungen entdeckt zu haben, deren Erzeugung oder Vertrieb eine Gefahr für die Umwelt darstellt.

Online als Hauptumschlagpunkt

Die Teilnehmenden gaben an, dass der größte Teil des Fake-Vertriebs auf Onlinemarktplätzen stattfindet. Auch wilde Websites, also weder zu einem Marktplatz noch zu einem Unternehmen gehörende Onlineshops, arten zum Problem aus und belegen den zweiten Platz. Social Media verschaffen vielen Plagiatoren mittlerweile ebenfalls einen großen Absatzmarkt.

33,9 Prozent der Fakes und damit den größten Teil der gefundenen Fälschungen entdecken Unternehmen durch aktiven Einsatz von Markenschutz-Software. Dicht gefolgt von der aufwendigen manuellen Recherche mit 29,5 Prozent, die in über 75 Prozent interne Mitarbeitende durchführen. Allerdings werden immer noch 25 Prozent der unlauteren Kopien zufällig von Kundinnen und Kunden gefunden, die dem Unternehmen Bescheid geben. Ein zu hoher Anteil, der ebenfalls zu Reputationsverlust führt.

Fazit

Über 10 Prozent der Betroffenen gehen trotz horrenden Verlusten durch Fälschungen noch nicht aktiv gegen diese vor. Als häufigsten Grund für das Nicht-aktiv-Werden geben die Befragten den hohen Aufwand an. Sie geben den Großteil der Plagiatsfälle an die eigene Rechtsabteilung weiter oder erstatten Strafanzeige, doch dann ist die Kopie bereits lange auf dem Markt. Dennoch: 61,5 Prozent gingen in der Vergangenheit gar nicht gegen Kopien und Produktpiraten vor – heute treten über 88 Prozent für ihre Rechte ein. Die Ergebnisse der Studie zeigen ein gewaltiges Umdenken in den Leitungen deutscher Unternehmen, sowohl in der Überprüfung der Marktsituation, in der Nachverfolgung und in der Durchsetzung der Produkt- und Markenrechte. Produktfälschungen und Brand Abuse rücken deutlicher in den Fokus, was Wirtschaftlichkeit und Verantwortung angeht – den Kunden, der Gesellschaft und der Umwelt gegenüber.

Pressekontakt

Tanja Muhme & Rebecca Hollmann ▪ Borgmeier Public Relations ▪ Rothenbaumchaussee 5 ▪ 20148 Hamburg
Tel.: 040/4130 96 -15 ▪ Mail: press@sentryc.com



Über Sentryc

Die Sentryc GmbH ist ein 2019 gegründetes Technologieunternehmen mit Sitz in Berlin. Das aktuell 35-köpfige Team um Geschäftsführerin Nicole Jasmin Hofmann bietet Unternehmen mit seiner eigenentwickelten Markenschutz-Software eine digitale Lösung, mit der sich Produktpiraterie und Markenmissbrauch auf Online-Marktplätzen aufdecken und stoppen lässt. Dafür stellen die Online-Experten ihren Kunden eine Cloud-Lösung zur Seite, die Internetseiten nach Produkten durchsucht, potentielle Fälschungen identifiziert, dokumentiert und sie dann automatisiert zur Löschung melden kann. Namhafte Unternehmen vertrauen auf Sentrycs Produktschutz made in Germany. Den Datenschutz priorisierend hostet das Unternehmen in Deutschland und arbeitet DSGVO-konform. Weitere Informationen unter sentryc.com. Folgen Sie Sentryc auf [LinkedIn](#).

Pressekontakt

Tanja Muhme & Rebecca Hollmann ▪ Borgmeier Public Relations ▪ Rothenbaumchaussee 5 ▪ 20148 Hamburg
Tel.: 040/4130 96 -15 ▪ Mail: press@sentryc.com