



KARG UND PETERSEN
Kommunikation für Weiterdenker



INNOVATIVE STRATEGIEN ZUR PIRATERIE-ABWEHR

Wie stellen sich Unternehmen in Europa gegen Produkt- und Markenpiraterie auf?

Markenschutzstudie 2022

von Karg und Petersen und Arvato Systems

// Mai 2022

EXECUTIVE SUMMARY – ZENTRALE ERGEBNISSE AUF EINEN BLICK

Produkt- und Markenpiraterie sind ein globales Problem, das Unternehmen unterschiedlichster Branchen milliardenschwere Verluste zufügt. Für Firmen ist es deshalb immer wichtiger, sich aktiv gegen illegale Wettbewerber aufzustellen.

Die vorliegende Markenschutzstudie möchte ein umfassendes und handlungsorientiertes Bild zur aktuellen Lage im Markenschutz von Unternehmen in Europa liefern. Die Aussagen basieren auf einer groß angelegten, anonymen Umfrage unter europäischen Firmen – mit einer sehr hohen Resonanz, vor allem im deutschsprachigen Raum. Hier einige zentrale Ergebnisse:

FÄLSCHUNGEN SIND WEIT VERBREITET

Die große Mehrheit der befragten Unternehmen (71 %) ist stark oder sogar sehr stark von Produktpiraterie betroffen. Wie brisant das Problem für Hersteller ist, variiert dabei zwischen den unterschiedlichen Branchen – grundsätzlich bleibt jedoch kaum einer der relevanten Wirtschaftszweige von Fälschern verschont.

FIRMEN ERWARTEN WEITERE VERSCHÄRFUNGEN

Fast alle Teilnehmer erwarten eine Verschärfung des Piraterie-Problems oder schließen dies nicht aus – viele gehen sogar von einer deutlichen Zuspitzung aus. Nur eine Minderheit der Unternehmen sieht keine Verschärfung auf sich zukommen.





UNTERNEHMEN GEHEN AKTIV GEGEN FÄLSCHER VOR

Die Firmen sehen Produktpiraterie aber nicht tatenlos zu:
Fast alle befragten Unternehmen sind gegen Fälschungen aktiv.
Die meisten Firmen (78 %) wollen sogar ihre bisherigen Aktivitäten weiter verstärken und/oder neue Maßnahmen ergreifen.

INNOVATIVE MASSNAHMEN BERGEN GROSSES POTENZIAL

Rund ein Drittel der Unternehmen geht bereits neue Wege, um effektiv gegen Fälschungen vorzugehen. Neben und ergänzend zu eher klassischen Maßnahmen, wie etwa rechtlicher Schritte, setzen sie auch auf technische Lösungen oder spezielle Markenschutz-Kommunikation. Der Einsatz solch innovativer Maßnahmen zahlt sich offenbar klar aus – die Zufriedenheit ist hier sehr hoch.

VERBÄNDE KÖNNEN WICHTIGE VERBÜNDETE SEIN

Wirtschaftsverbände und Anti-Piraterie-Organisationen können wertvolle Unterstützung gegen Produktpiraterie bieten. Vor allem bei der Zusammenarbeit mit Behörden oder bei Aufklärungsarbeit und Markenschutz-Kommunikation sehen viele Firmen entsprechende Handlungsmöglichkeiten.

DANKSAGUNG – UNSERE PARTNER FÜR DIESE STUDIE

Eine Vielzahl an Verbänden und Anti-Piraterie-Organisationen hat die Durchführung dieser Studie aktiv unterstützt. Nur durch diese breite Hilfe konnte ein so detailliertes und aussagekräftiges Bild gewonnen werden.

Die Partner für diese Studie setzen damit auch ein Signal für ein gemeinsames Vorgehen gegen Piraterie. Für ihre Hilfe und das Weiterleiten unseres Fragenbogens möchten wir uns herzlichst bedanken! Dazu gehören unter anderem:

- Markenverband, Deutschland
- VDM – Verband der deutschen Möbelindustrie, Deutschland
- VKE – Verband der Vertriebsfirmen Kosmetischer Erzeugnisse, Deutschland
- VSM – Verband für Schiffbau und Meerestechnik, Deutschland
- FEEI Fachverband der Elektro- und Elektronikindustrie, Österreich
- FMTI – Fachverband Metalltechnische Industrie, Österreich
- Science Industries, Schweiz
- Stop Piracy, Schweiz



Wissen, was los ist – die Studie wurde auch mitgetragen vom renommierten Newsservice **ANTI-PIRACY ANALYST**.

Der **ANTI-PIRACY ANALYST** liefert regelmäßig Nachrichten und Hintergründe, Fakten und Zahlen rund um Produktpiraterie und Markenschutz (Brand Protection). Und bietet so eine hervorragende, kostenlose Informationsquelle für Markenschutz-Experten, Stakeholder und weitere Interessierte.



ÜBER DIE AUTOREN DER STUDIE

Dies Studie wurde gemeinsam von den Anti-Piraterie-Experten von Karg und Petersen und Arvato Systems durchgeführt. Mit spezieller Markenschutz-Kommunikation beziehungsweise Serialisierungs- und Track-&-Trace-Lösungen sind beide Firmen **Anbieter innovativer Maßnahmen**, die den Markenschutz betroffener Unternehmen effektiv verbessern können. Und die über klassische Anti-Piraterie-Maßnahmen, wie etwa rechtliche Schritte oder Ermittlungen, hinausgehen und diese ideal ergänzen.

Mit der Studie wollen die Autoren aktuelle Trends und Herausforderungen, die sie im Markt sehen, verifizieren – und die Wirkung innovativer Maßnahmen im Vorgehen gegen Fälschungen bestätigen.



Piraterie-Abwehr durch Kommunikation

Karg und Petersen bietet Unternehmen jeder Größe innovative Marketing-kommunikationslösungen. Einmalige Expertise hat die 1996 gegründete Agentur im Bereich Markenschutz und Produktpiraterie: Mit gezielter PR und Werbung („Anti-Piracy Communications“) lassen sich die Schlagkraft klassischer Maßnahmen steigern, die Nachfrage nach Piraterie-Waren reduzieren und entscheidende Stakeholder mobilisieren. Wir helfen, Ihr Unternehmen vor Piraterie zu schützen – basierend auf rund 25 Jahren Erfahrung.



www.karg-und-petersen.de/go/piraterieabwehr



Fälschungssicherheit mit Track & Trace

Arvato Systems unterstützt als international agierender IT-Spezialist namhafte Unternehmen bei der Digitalen Transformation. Ausgeprägtes Branchen-Know-how, hohes technisches Verständnis und ein klarer Fokus auf Kundenbedürfnisse zeichnen uns aus. Im Team entwickeln wir innovative IT-Lösungen, bringen unsere Kunden in die Cloud, integrieren digitale Prozesse und übernehmen den Betrieb sowie die Betreuung von IT-Systemen. Als Teil von Bertelsmann stehen wir auf dem soliden Fundament eines deutschen Weltkonzerns. Wir machen die digitale Welt einfacher, effizienter und sicherer und unsere Kunden erfolgreicher. We Empower Digital Leaders.



www.arvato-systems.de



INHALT

1 // HINTERGRUND.....	7
2 // WIE PRODUKTPIRATERIE UNTERNEHMEN IN EUROPA TRIFFT.....	12
3 // WIE INNOVATIVE MASSNAHMEN GEGEN PIRATERIE HELFEN.....	17
4 // AUSBLICK.....	25
5 // STUDIENDESIGN.....	27

1 // HINTERGRUND

\$464 MRD.

Der Wert der jährlich international gehandelten Fälschungen wird auf 464 Milliarden US-Dollar weltweit geschätzt – allein für den grenzüberschreitenden Handel.¹

5,8 %

Fast sechs Prozent aller in die EU importierten Waren sind nach aktuellen Studien gefälscht – das entspricht circa 119 Milliarden Euro jährlich.¹

PRODUKTPIRATERIE IST WELTWEIT EINE BEDROHUNG

Fälschungen und Plagiate, Produktpiraterie und Markenpiraterie (im Folgenden meist Produktpiraterie) – illegale Nachahmungen sind ein globales Problem riesigen Ausmaßes. In den letzten Jahren stieg die Anzahl betroffener Branchen sogar noch weiter und die Schwere der Situation spitzt sich weiter zu.

Erschreckende 464 Milliarden US-Dollar pro Jahr erreicht dabei allein der grenzüberschreitende Handel mit Fälschungen, schätzten OECD und EUIPO im Jahr 2021.¹ Betroffen sind dabei vor allem auch

Unternehmen aus Europa, so die Analysen weiter: Während grenzüberschreitend gehandelte Fälschungen 2019 bereits 2,5 % des Welthandels ausmachten, standen Fälschungen bereits für erschreckende 5,8 % aller Einfuhren in die Europäische Union. Allein diese Importe entsprechen einem Gesamtwert von rund 119 Milliarden Euro – jährlich. Das Problem betrifft dabei immer mehr Branchen: Waren im Zeitraum 2011 bis 2013 noch rund 80 % der Branchen betroffen, stieg dieser Anteil bis zwischen 2017 und 2019 auf enorme 92 %!



**\$464
MRD.**



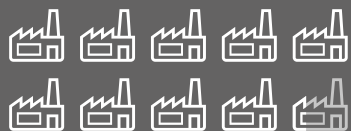
CA. 6 %

aller Importe in die EU
sind gefälscht



**€119
MRD.**

ist damit der Wert der jedes Jahr in die EU
importierten Plagiate und Fälschungen



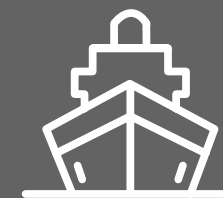
92 %

der Branchen sind weltweit
von Fälschungen betroffen



**€83
MRD.**

ist der wirtschaftliche Verlust durch Fälschungen allein
für elf ausgewählte Branchen in Europa jedes Jahr



Seefracht ist der zentrale Transportweg
für Fälschungen, gemessen an ihrem Wert

MASSIVE VERLUSTE IN EUROPA

Die Verluste durch Plagiate sind massiv für zentrale Branchen der EU-Wirtschaft – mit teils besorgniserregender Zunahme. Auf rund 83 Milliarden Euro jährlich schätzt das EUIPO den wirtschaftlichen Gesamtverlust allein für elf ausgewählte Branchen in einem aktuellen Statusbericht.² Dieser Gesamtverlust setzt sich zusammen aus 50 Milliarden Euro Umsatzverlust pro Jahr und weiteren, damit zusammenhängenden Effekten in anderen Sektoren. Zudem verursachen diese Einbußen den Verlust von über 670.000 Arbeitsplätzen.

Mit am stärksten betroffen sind demnach unter anderem Textil- und Bekleidungsunternehmen, Firmen aus dem Bereich Kosmetika und Unternehmen im Bereich Pharma. Allerdings ist auch die Investitionsgüter-Industrie im Fokus illegaler Nachahmer: Eine Studie des deutschen Branchenverbands VDMA schätzt den Umsatzverlust im Maschinen- und Anlagenbau auf ca. 4,9 % oder rund 7,6 Milliarden Euro jährlich – allein in dieser Branche in Deutschland.³ Auch außerhalb der EU sind hohe Schäden zu verzeichnen: Beispielsweise in der Schweiz, deren Unternehmen allein 2018 durch schutzrechtsverletzende Waren einen Umsatzverlust von rund 4,45 Milliarden Schweizer Franken (ca. 4,3 Milliarden Euro) erleiden würden, so eine OECD-Schätzung.⁴

ONLINE-HANDEL UND SOCIAL MEDIA ALS BRANDBESCHLEUNIGER

Ein massives Problem für viele Hersteller und Kunden ergibt sich auch durch online gehandelte Fälschungen und den Verkauf illegaler Waren im E-Commerce. Bekannte Internet-Händler und Marktplätze sehen sich oftmals der Kritik ausgesetzt, Fälschern als Absatzkanal zu dienen und zu wenig für den Schutz geistigen Eigentums zu

unternehmen – die US-Regierung setzte 2021 beispielsweise mehrere Webseiten des Handelsrigiganten Amazon auf die schwarze Liste des US-Handelsbeauftragten (USTR Notorious-Markets-Liste), etwa neben den Handelsportalen DHgate und Mercado Libre oder auch Alibabas Marktplatz Taobao.⁵ Online-Händler wie Amazon sind allerdings auch selbst aktiv gegen Plagiate – so gab der US-Konzern bekannt, allein im Jahr 2020 laut eigenen Angaben über 700 Millionen US-Dollar (rund 650 Millionen Euro) zu investieren, um gegen Fälschungen, Betrug und Missbrauch auf seiner Plattform vorzugehen.⁶ Aktuell sind zudem neue Gesetze geplant, wie der Digital Services Act (DSA) der Europäischen Union, durch die unter anderem auch Fälschungen im E-Commerce zurückgedrängt werden sollen.⁷

Nicht nur auf üblichen Online-Marktplätzen, auch in Sozialen Medien sind Fälschungen offenbar weit verbreitet. Laut einer Analyse des EUIPO steht mehr als jede zehnte Social Media-Interaktion zu physischen Produkten von Nutzern aus europäischen Ländern in Verbindung mit möglichen Produktfälschungen, besonders häufig etwa auf Instagram.⁸ Zu ähnlichen Ergebnissen kommt auch das britische UKIPO; seiner Studie zufolge stellt Facebook eine besonders attraktive Handelsplattform für Fälscher dar, wobei viele verdächtige Inhalte über Facebook-Gruppen geteilt werden.⁹ Social-Media-Influencer können das Problem anscheinend weiter befeuern, warnt zudem eine aktuelle Untersuchung eines US-Wirtschaftsverbands.¹⁰

EINFALLSTOR FÜR PLAGIATE

Wichtigster Transportweg für Fälschungen ist die Seefracht. Mehr als die Hälfte des Wertes beschlagnahmter Fälschungen (56 %) wird durch Aktionen gegen illegale Seefrachtsendungen erzielt, so eine Studie von EUIPO und OECD.¹¹ Erst mit weitem Abstand folgen etwa

Post- und Expresssendungen (19 %) sowie Luftfracht (16 %). Dabei zeigen sich die Transportwege für Plagiate auch branchenabhängig: Atemberaubende circa 82 % des Beschlagnahmungswertes von Parfüm- und Kosmetikplagiaten wurden bei Seefrachttransporten erzielt; bei Spielwaren sind es rund 73 % und bei Lederwaren oder etwa gefälschter Elektronik noch rund 50 %.

Eine zentrale Rolle für den internationalen Plagiatshandel spielen dabei Freihandelszonen, die Fälschungshändler nutzen, um ihre illegalen Geschäfte zu verschleiern, stellte 2020 ein Bericht von BASCAP, einer Initiative der Internationale Handelskammer (ICC), fest.¹² Produktpiraten nutzen demnach oft den Transit von Plagiaten über teils mehrere Freihandelszonen, um die Herkunft illegaler Waren zu vertuschen, etwa indem sie Waren in Freihandelszonen auch weiterverarbeiten, verbauen, modifizieren oder neu markieren. Durch den Umschlag von Imitaten über Freihandelszonen könnten Fälscher den Wert von Plagiaten auch um 5,9 % erhöhen, so schätzt eine Studie von EUIPO und OECD.¹³

QUELLEN

- ¹ OECD/EUIPO, [Global Trade in Fakes – a Worrying Threat](#), 2021 (Schätzungen beziehen sich auf das Volumen des internationalen Handels mit gefälschten und raubkopierten Produkten für das Jahr 2019)
- ² EUIPO, [Statusbericht über Verletzungen des geistigen Eigentums](#), 2020
- ³ VDMA, [Studie Produktpiraterie](#), 2020 (Schätzung bezieht sich auf das Umsatzjahr 2019)
- ⁴ OECD, [Counterfeiting, Piracy and the Swiss Economy](#), 2021
- ⁵ USTR, [2020 Review of Notorious Markets for Counterfeiting and Piracy](#), 2021
- ⁶ Amazon, [A blueprint for private and public sector partnership to stop counterfeiters](#), 2021 (abgerufen: Januar 2022)
- ⁷ Europäische Kommission, [The Digital Services Act package](#), 2021 (abgerufen: Januar 2022)
- ⁸ EUIPO, [Monitoring and analysing social media in relation to IP infringement](#), 2021

CORONA-PANDEMIE VERSTÄRKT FÄLSCHUNGSHANDEL

Beim Blick auf die Freihandelszonen erscheint es als besonders besorgniserregend, dass sich keine Verbesserung der Situation abzeichnet seit der vorangegangenen BASCAP-Analyse aus dem Jahr 2013.¹² Im Gegenteil habe sich die Situation während der Coronavirus-Pandemie weiter zugespitzt. Ein Bild, das sich auch beim Blick auf Europa zu bestätigen scheint: So stieg beispielsweise die Zahl beschlagnehmter Fälschungen in Italien während der Covid-19-Pandemie rasant an, wie aktuelle Zahlen der italienischen Behörden aufzeigen.¹⁴

MARKENSCHUTZ IST ZENTRALE HERAUSFORDERUNG

Insgesamt entfallen in der EU circa 45 % der gesamten Wirtschaftstätigkeit (BIP) auf schutzrechtsintensive Branchen – im Jahr entspricht dies rund 6,6 Billionen Euro, so EPO und EUIPO.¹⁵ Umso zentraler erscheint es, dass Unternehmen selbst aktive Maßnahmen ergreifen, um sich effektiv gegen die Bedrohung durch Fälschungen zur Wehr zu setzen.

⁹ UKIPO, [Share and Share Alike](#), 2017

¹⁰ American Apparel & Footwear Association (AAFA), [Dupe Influencers' Spread Counterfeits on Social Platforms](#), 2021

¹¹ OECD/EUIPO, [Misuse of Containerised Maritime Shipping](#), 2021

¹² BASCAP, [Balancing Facilitation and Control to Combat Illicit Trade in Free Trade Zones](#), 2020

¹³ OECD/EUIPO, [Trade in Counterfeit Goods and Free Trade Zones](#), 2018

¹⁴ Il Sole 24 Ore, [Covid, dall'elettronica alla moda la pandemia dei falsi prodotti cinesi](#), 2021 (abgerufen: Januar 2022)

¹⁵ EPO/EUIPO, [Intellectual property rights intensive industries and economic performance in the European Union](#), 2019

SPEKTAKULÄRE BESCHLAGNAHMUNGEN UND NACHRICHTEN ZEIGTEN 2021 ERNEUT DAS AUSMASS DES PIRATERIE-PROBLEMS



Beamte von Polizei und Zoll erzielten aktuell mehrere bemerkenswerte Schläge gegen den Fälschungshandel. Bei großen Razzien durch LKA-Beamte in Hamburg und Berlin sowie einer Zoll-Beschlagnahmung in NRW wurden tonnenweise Fälschungen beschlagnahmt.

Anti-Piracy Analyst, Ausgabe Dezember 2021
kup.li/apa-sbu



Fälscher nutzen die aktuellen Engpässe bei Halbleitern und elektronischen Bauteilen für ihre illegalen Geschäfte aus. Experten warnen, dass Unternehmen ihre Sicherheitsmaßnahmen beim Einkauf vernachlässigen könnten.

Anti-Piracy Analyst, Ausgabe Juli 2021
kup.li/apa-hng



Koordiniert von Europol und Interpol haben Behörden zahlreicher Länder gefälschte und illegale Nahrungs- und Genussmittel im Wert von rund 54 Millionen Euro beschlagnahmt. Bei der OPSON X genannten Operation standen erneut Alkohol-Plagiate besonders im Fokus.

Anti-Piracy Analyst, Ausgabe Juli 2021
kup.li/apa-hmt



Der deutsche Zoll verbucht für 2020 einen drastischen Anstieg beim Wert beschlagnahmter Fälschungen. Insgesamt beschlagnahmten die Behörden Plagiate im dreistelligen Millionenwert; der Anstieg bei einigen Branchen ist dramatisch, wie die Zollstatistik zeigt.

Anti-Piracy Analyst, Ausgabe Mai 2021
kup.li/apa-cqw



Als angebliche Graumarkt-Waren wurden in der Schweiz gefälschte Waschmittel im Millionenwert auf den Markt gebracht und gelangten bis nach Deutschland. Hinweise von Kunden alarmierten die Markeninhaber schließlich über die Plagiate.

Anti-Piracy Analyst, Ausgabe März 2021
kup.li/apa-swd



Massive Beschlagnahmungen von Pharma-Plagiaten und gefälschten Covid-19-Impfstoffen vermelden Behörden in Europa und China. Derweil stellen spanische Fahnder hunderttausende gefälschte Batterien sicher.

Anti-Piracy Analyst, Ausgabe Februar 2021
kup.li/apa-ieg

2 // WIE PRODUKTPIRATERIE UNTERNEHMEN IN EUROPA TRIFFT

71 %

Rund drei Viertel der befragten Unternehmen sind bereits stark oder sehr stark von Produktpiraterie betroffen.

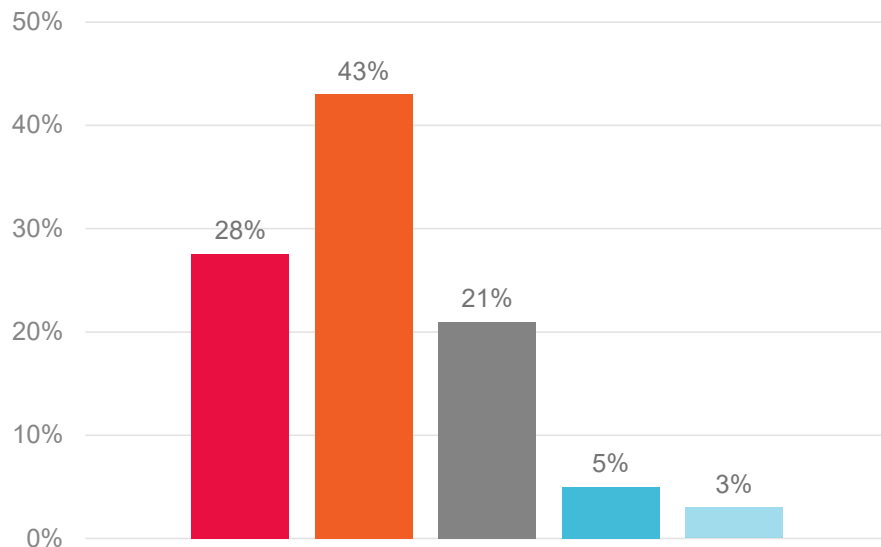
78 %

Knapp 80 % der Befragten wollen ihre Markenschutz-Aktivitäten weiter verstärken und/oder neue Maßnahmen ergreifen.

UNTERNEHMEN SIND MEIST STARK VON PIRATERIE BETROFFEN

Fast drei Viertel aller Unternehmen geben an, stark oder sehr stark von Produktpiraterie betroffen zu sein. Noch alarmierender erscheint die Gegenprobe: Nur rund 3 % finden, dass Produktpiraterie sie nicht betreffen würde. Selbst wenn man von einer (für jede freiwillige Befragung typischen) überproportionalen Teilnahme vom Thema Betroffener ausgeht, bleibt das Fazit: Fälschungen sind ein enorm relevantes Problem für Hersteller.

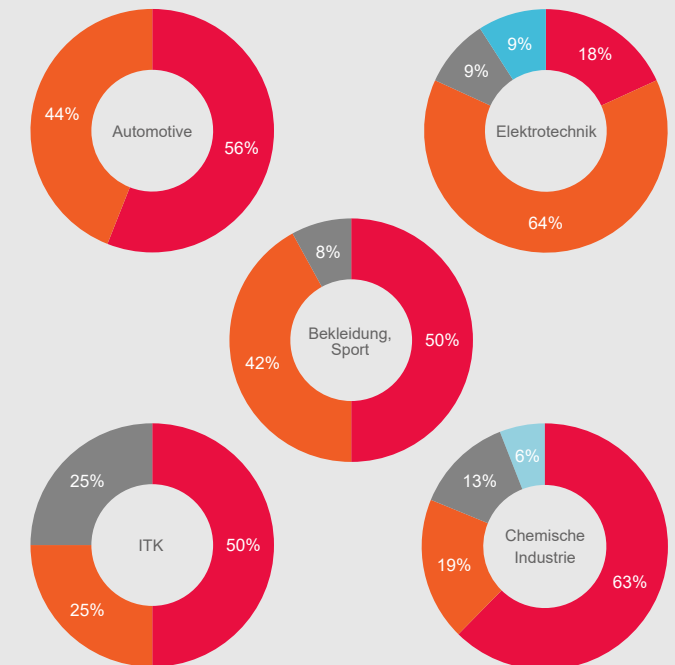
1 // IST IHR UNTERNEHMEN VON PRODUKT- UND MARKENPIRATERIE BETROFFEN?



■ Ja – sehr stark
 ■ Ja – stark
 ■ Möglicherweise – uns liegen aber keine konkreten Infos vor
■ Nein – aber ich vermute eine Gefährdung
 ■ Nein – das Thema ist für uns nicht relevant

FÄLSCHER HABEN BESTIMMTE BRANCHEN BESONDERS IM VISIER

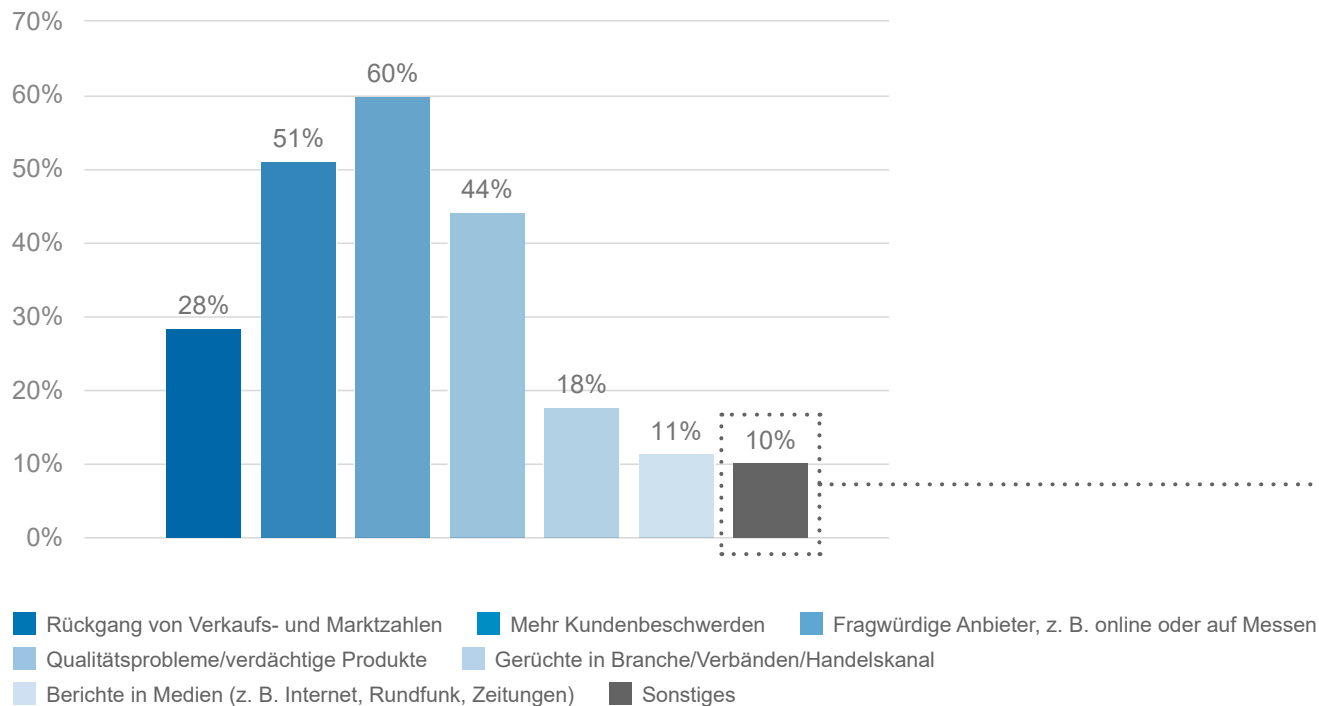
Besonders unter Plagiaten leiden offenbar Unternehmen aus dem Bereich Automotive – alle teilnehmenden Firmen der Branche geben an, betroffen zu sein. Stark im Fokus von Nachahmern stehen auch die Bekleidungs- und Sportartikelindustrie sowie die chemische Industrie, gefolgt von Firmen der Elektrotechnik und Elektronik sowie der Informations- und Telekommunikationstechnologie.



KUNDENBESCHWERDEN UND DUBIOSE ANBIETER DEUTEN OFT AUF FÄLSCHUNGEN HIN

Eine Vielzahl an Faktoren wird von Unternehmen als Anzeichen dafür gesehen, dass Fälscher es auf ihre Produkte abgesehen haben. Oft sind fragwürdige Anbieter ein wichtiger Hinweis, egal ob online oder etwa auf Messen. Relativ häufig – und besonders brisant – sind aber auch gehäufte Kundenbeschwerden oder etwa einbrechende Verkaufszahlen.

2 // WARUM VERMUTEN SIE, DASS IHR UNTERNEHMEN VON PIRATERIE BETROFFEN IST? (MEHRFACHAUSWAHL MÖGLICH)



FIRMEN WISSEN TEILWEISE VON KONKRETER BEDROHUNG

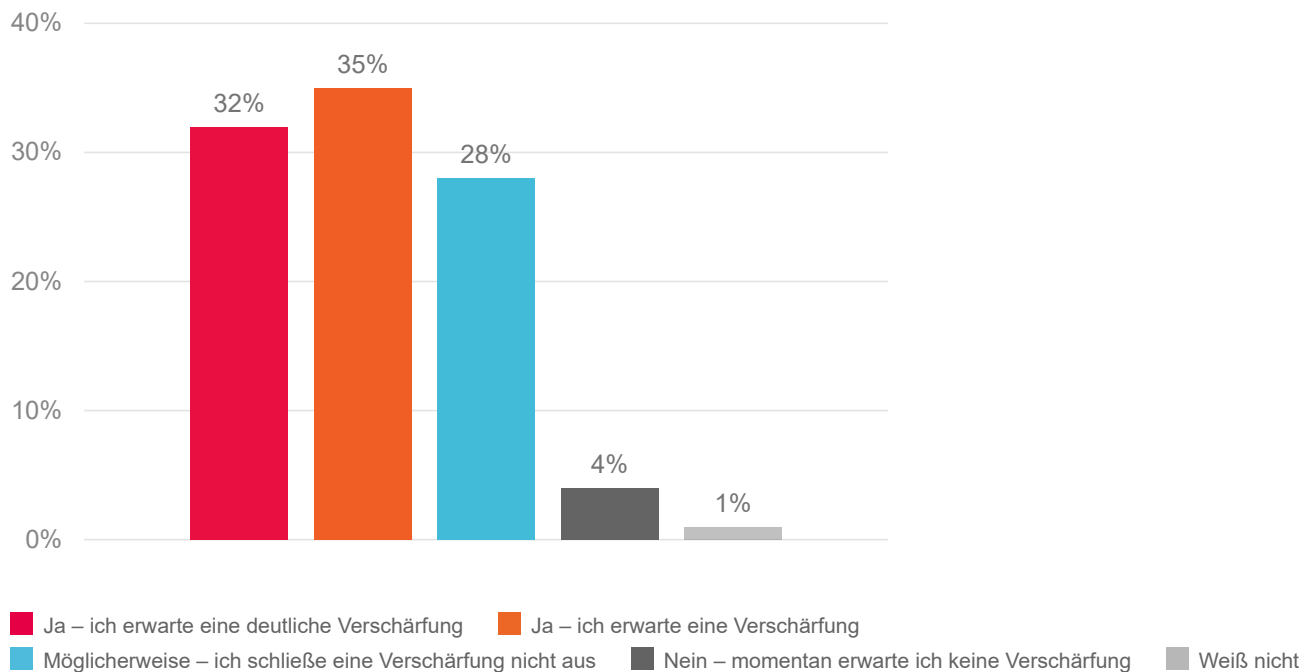
Manche Unternehmen vermuten nicht nur, betroffen zu sein, sondern haben belastbare Informationen. Dazu zählen auch einige der 10 % der Befragten, die bei dieser Frage „Sonstiges“ angeben haben.

Eine Rolle für diese Firmen spielen hierbei eigene Recherchen; zudem werden beispielsweise auch bereits erfolgte Zoll-Beschlagnahmungen genannt.

WEITERE VERSCHÄRFUNG STEHT BEVOR

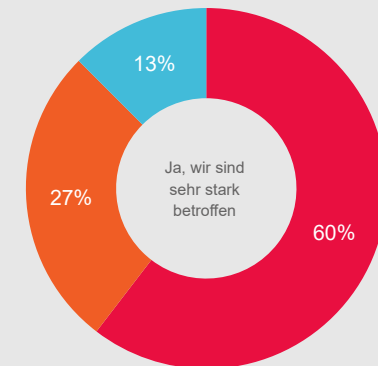
Für fast alle befragten Unternehmen scheint klar, dass sich ihre Probleme mit Produktpiraterie weiter verschärfen dürften – entweder sie erwarten ganz konkret eine Verschlimmerung oder sie können diese zumindest nicht ausschließen. Mit rund 4 % ist der Anteil der Firmen, die aktuell keine Eskalation der Fälschungs-Problematik erwarten, verschwindend gering.

3 // ERWARTEN SIE IN ZUKUNFT EINE WEITERE VERSCHÄRFUNG DES PIRATERIE-PROBLEMS FÜR IHR UNTERNEHMEN?



STARK BETROFFENE FIRMEN SEHEN WEITERE VERSCHÄRFUNG

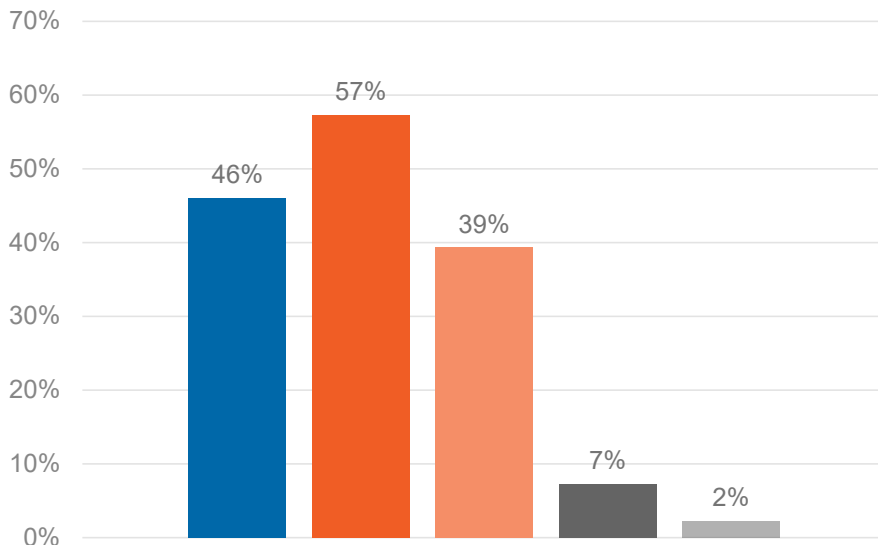
Vor allem jene Unternehmen, die bereits jetzt deutlich unter Plagiaten leiden, gehen von einer weiteren Verschärfung ihrer Lage aus. So erwarten fast alle Firmen, die aktuell sehr stark betroffen sind, eine Verschärfung oder sogar eine deutliche Verschärfung – und kein einziges dieser Unternehmen geht davon aus, dass sich die Situation nicht noch weiter zuspitzt.



FIRMEN MÖCHTEN IHRE AKTIVITÄTEN INTENSIVIEREN

Fast alle befragten Unternehmen planen, auch zukünftig gegen Produktpiraterie vorzugehen. Rund 78 % der Firmen wollen sogar ihr Engagement ausbauen – indem sie ihre Markenschutz-Aktivitäten verstärken und/oder auch neue Maßnahmen ergreifen. Lediglich rund 7 % planen dagegen, künftig keine Schritte gegen Plagiate zu ergreifen.

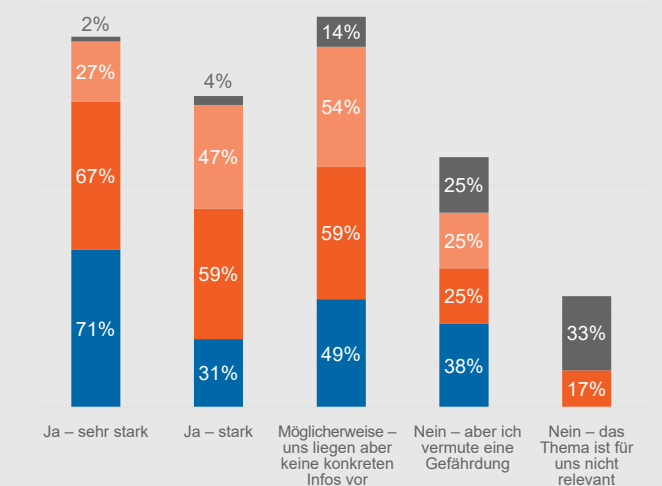
4 // WIRD IHR UNTERNEHMEN DEN KAMPF GEGEN PRODUKTPIRATERIE FORTSETZEN? (MEHRFACHAUSWAHL MÖGLICH)



■ Ja – wir werden unsere bisherigen Maßnahmen weiter fortsetzen
 ■ Ja – wir werden unsere bisherigen Maßnahmen verstärken
■ Ja – wir werden dazu auch neue Maßnahmen ergreifen
 ■ Nein – wir werden künftig keine Maßnahmen gegen Piraterie ergreifen
■ Weiß nicht

MARKENSCHUTZ IST THEMA, EGAL OB BEREITS VON PLAGIATEN BETROFFEN

Neue Maßnahmen planen insbesondere die Unternehmen, die bereits stark von Produktpiraterie betroffen sind oder zumindest vermuten, betroffen zu sein. Sehr stark betroffene Firmen halten primär an ihren Maßnahmen fest und wollen diese ggf. weiter verstärken. Interessant ist, dass auch nicht betroffene Firmen planen, aktiv zu werden – möglicherweise ein Anzeichen dafür, dass sie vorsorglich tätig werden.



3 // WIE INNOVATIVE MASSNAHMEN GEGEN PIRATERIE HELFEN

3 VON 4

Die allermeisten Unternehmen, die auf innovative Maßnahmen setzen, bewerten diese als sehr positiv.

SYNERGIEN

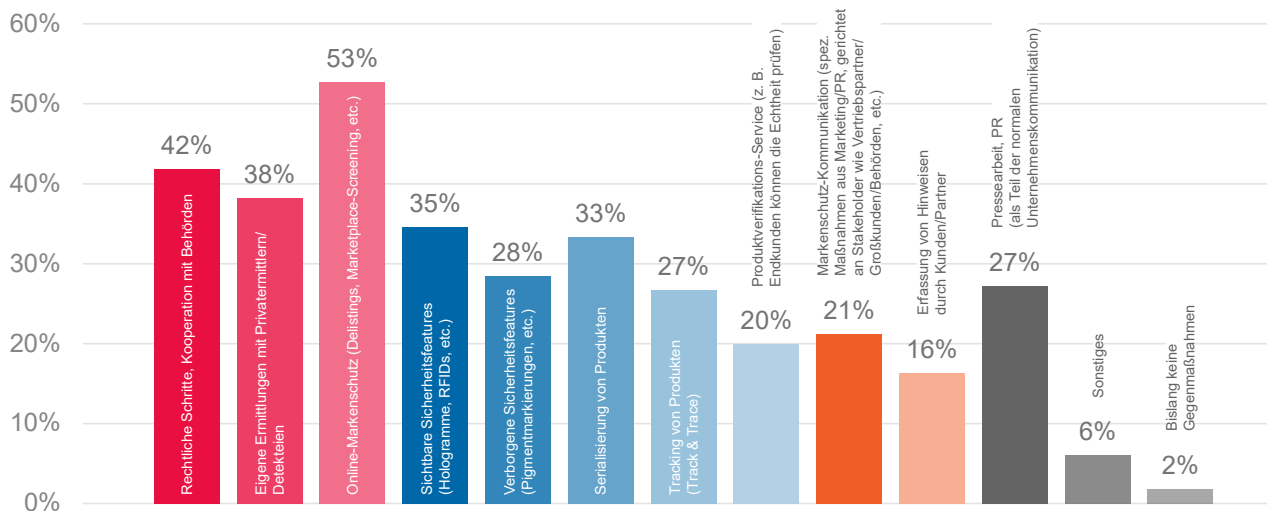
Fast alle Firmen, die technische Lösungen und spezielle Markenschutz-Kommunikation kombinieren, sind sehr zufrieden.

SERIALISIERUNG, SPEZIELLE KOMMUNIKATION BIETEN NEUES POTENZIAL

Firmen setzen im Vorgehen gegen Fälscher auf einen Mix von Maßnahmen. Klassische Aktivitäten wie etwa rechtliche Schritte, das Durchführen eigener Ermittlungen oder Maßnahmen im Online-Markenschutz werden besonders häufig eingesetzt. Auf innovative Maßnahmen wie Serialisierung von Produkten und gezielte Markenschutz-Kommunikation setzen bislang noch deutlich weniger Unternehmen, so dass hier enormes zusätzliches Potenzial für eine schlagkräftige Piraterie-Abwehr steckt.

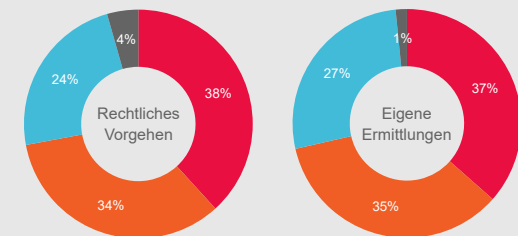
5 // WAS UNTERNIMMT IHRE FIRMA BEREITS GEGEN PRODUKTPIRATERIE?

(MEHRFACHAUSWAHL MÖGLICH)



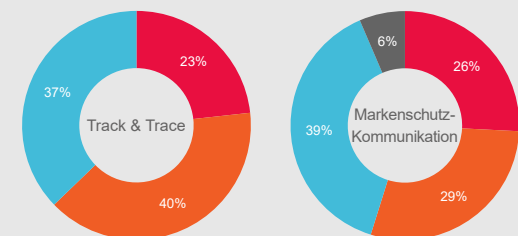
KLASSISCHE MASSNAHMEN ALLEIN SIND OFT NICHT EFFEKTIV

Firmen, die auf klassische Maßnahmen im Markenschutz setzen, gehen deutlich häufiger von einer Verschärfung der Fälschungs-Problematik aus. Das zeigt, wie wichtig flankierendes innovatives Vorgehen sein kann – beispielsweise durch ergänzende Serialisierung und Markenschutz-Kommunikation.



Beispiele für **klassische** Maßnahmen – fast drei von vier Unternehmen erwarten hier eine (deutliche) Verschärfung

Beispiele für **innovative** Maßnahmen – deutlich weniger Unternehmen erwarten hier eine (deutliche) Verschärfung

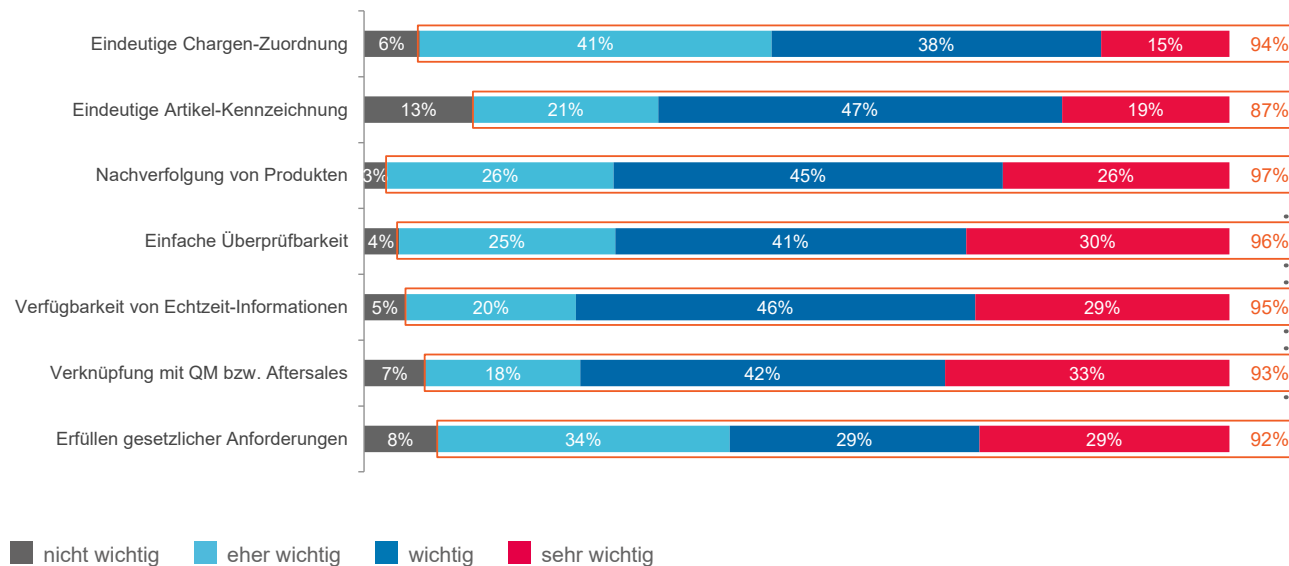


■ Deutliche Verschärfung erwartet ■ Verschärfung erwartet
■ Verschärfung nicht ausgeschlossen
■ Momentan keine Verschärfung erwartet

ECHTZEIT-INFOS UND AFTERSALES- INTEGRATION SIND WICHTIGE VORTEILE TECHNISCHER LÖSUNGEN

Unternehmen haben genaue Vorstellungen davon, was sie von technischen Markenschutz-Lösungen erwarten. Besonders relevant ist für viele die Verfügbarkeit von Echtzeit-Informationen. Auch die Integration von Markenschutz und Qualitätsmanagement sowie Aftersales sind oft wichtig – ebenso wie eine einfachere Überprüfbarkeit von Produkten.

6 // VIELE FIRMEN NUTZEN TECHNISCHE LÖSUNGEN – WAS WÄRE HIER FÜR SIE WICHTIG? (MEHRFACHAUSSWAHL MÖGLICH)

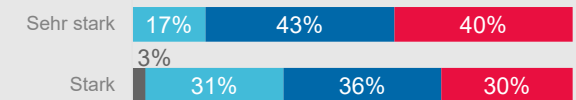


STARK BETROFFENE FIRMEN BESTÄTIGEN RELEVANZ

Für Unternehmen, die stark von Plagiaten betroffen sind, sind innovative Maßnahmen zentral. Drei der meistgenannten Vorteile technischer Markenschutz-Maßnahmen etwa sind für sie durch die Bank sehr wichtig.

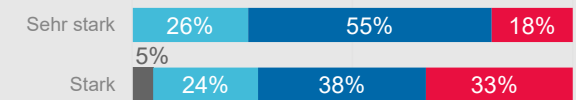
Einfache Überprüfbarkeit

Wir sind von Produktpiraterie betroffen:



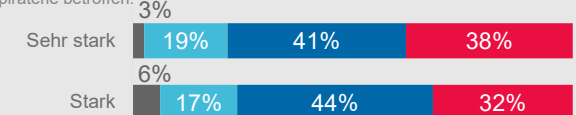
Echtzeit-Informationen

Wir sind von Produktpiraterie betroffen:



Qualitätsmanagement/Aftersales

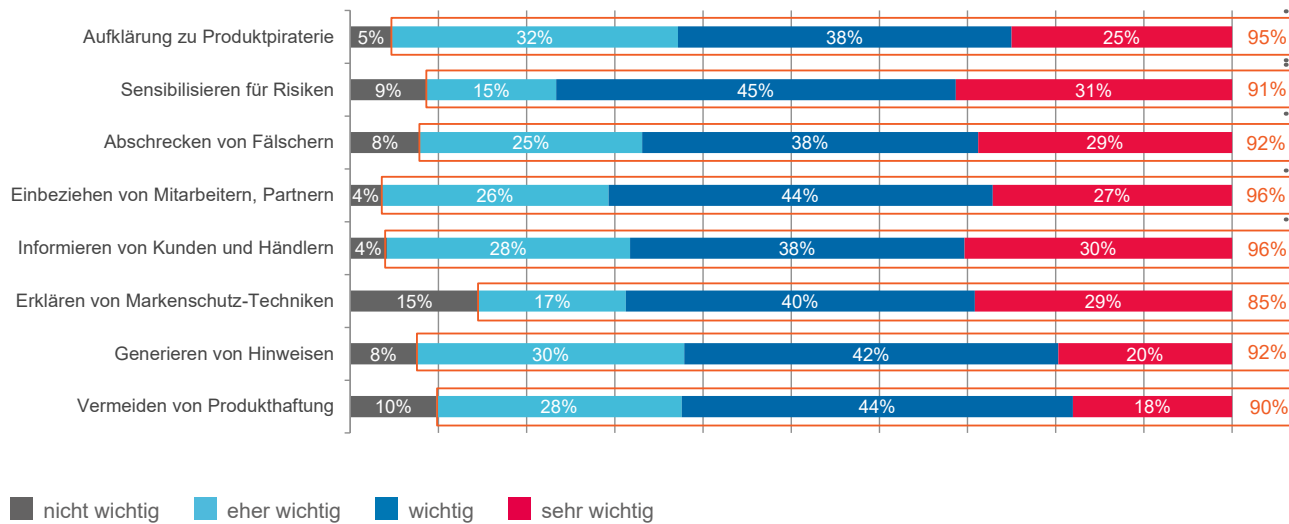
Wir sind von Produktpiraterie betroffen:



GEZIELTE KOMMUNIKATION BIETET ZAHLREICHE WICHTIGE VORTEILE

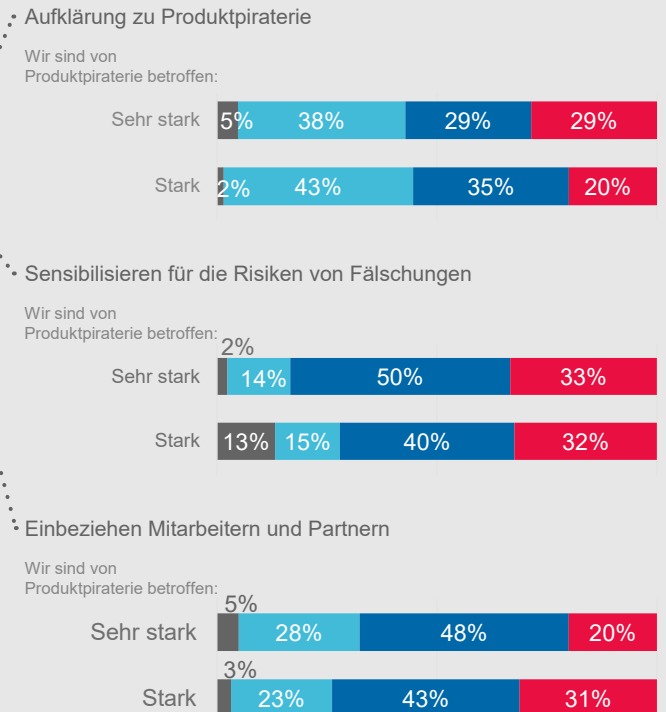
Spezielle Markenschutz-Kommunikation bietet entscheidende Vorteile für ein schlagkräftiges Vorgehen gegen Fälschungen. Beeindruckende neun von zehn Unternehmen nennen hier etwa die Sensibilisierung für die Risiken von Fälschungen; sogar noch mehr Firmen nennen das Einbeziehen von Mitarbeitern und Handelspartnern oder das Informieren von Kunden und Händlern. Auch beispielsweise im Erklären ihrer Markenschutz-Techniken sehen viele Firmen einen großen Vorteil.

7 // FIRMEN NUTZEN AUCH MARKENSCHUTZ-KOMMUNIKATION – WAS WÄRE HIER WICHTIG? (MEHRFACHAUSWAHL MÖGLICH)



STARK BETROFFENE FIRMEN BESTÄTIGEN RELEVANZ

Auch bei Markenschutz-Kommunikation zeigt sich, dass innovative Maßnahmen zentral sind für Unternehmen, die stark unter Plagiaten leiden. Beispielsweise sehen mehr als 80 % der sehr stark betroffenen Firmen die Sensibilisierung für Risiken von Fälschungen sogar als (sehr) wichtig an. Ähnliches gilt, wenn es um das Einbeziehen von Mitarbeitern und Partnern oder um die Aufklärung zu Produktpiraterie geht.

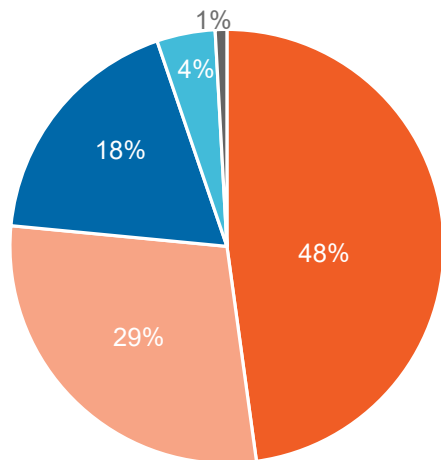


UNTERNEHMEN SEHR ZUFRIEDEN MIT INNOVATIVEN LÖSUNGEN

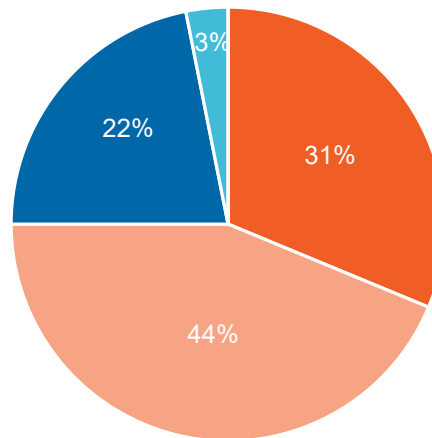
Der Einsatz innovativer Brand-Protection-Maßnahmen zahlt sich anscheinend klar aus – der Anteil der Firmen, die solche Maßnahmen ergreifen und nicht oder eher nicht zufrieden sind, ist sehr gering (nur 5 % bei technischen Lösungen und lediglich 3 % bei Markenschutz-Kommunikation).

WIE ZUFRIEDEN SIND SIE MIT DEN/DER BISLANG IN IHREM UNTERNEHMEN EINGESETZTEN ...

8 // TECHNISCHEN LÖSUNGEN?



9 // MARKENSCHUTZ-KOMMUNIKATION?



FIRMEN UNTERSTREICHEN RELEVANZ INNOVATIVER MASSNAHMEN

Die Einschätzung der Unternehmen verdeutlicht, wie wichtig innovative Maßnahmen gegen Piraterie sind. Sehr vielversprechend scheint dabei auch die Kombination technischer Lösungen und spezieller Markenschutz-Kommunikation: Die Zufriedenheit der Firmen, die auf das Zusammenspiel solcher innovativer Anti-Piraterie-Aktivitäten setzen, ist durchweg sehr hoch.

Bemerkenswert ist zudem, dass unter den voll zufriedenen Firmen besonders viele (sehr) stark von Produktpiraterie betroffene Unternehmen sind. Insgesamt sind rund sieben von zehn der voll zufriedenen Firmen (sehr) stark im Visier von Nachahmern.

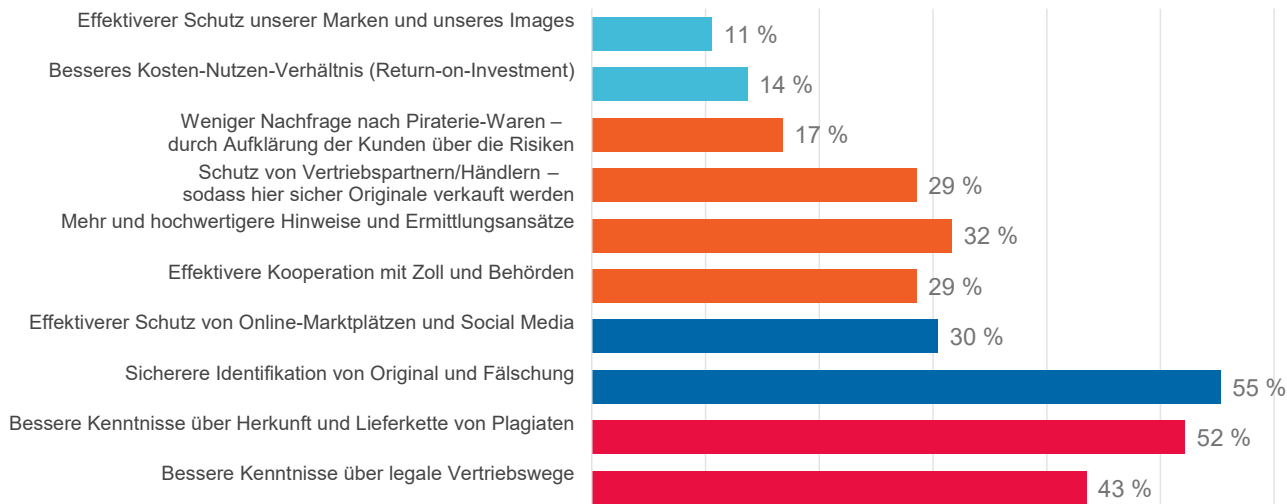
Um eine verlässliche, belastbare Bewertung von technischen Lösungen bzw. von spezieller Markenschutz-Kommunikation zu erhalten, wurden die entsprechenden Fragen nur den Teilnehmern gestellt, die diese Maßnahmen auch einsetzen. Ihre Erfahrungen verdeutlichen die Relevanz dieser innovativen Maßnahmen.

NOCH RAUM FÜR VERBESSERUNGEN IN DER PIRATERIE-ABWEHR

Weitere Verbesserungen für ihr Vorgehen gegen Piraterie erhoffen sich viele Unternehmen durch bessere Informationen, und hier insbesondere durch eine sicherere Identifikation von Original und Fälschung. Auch bei der Zusammenarbeit mit wichtigen Stakeholdern wird oft Optimierungspotenzial gesehen, etwa beim Schutz von Vertriebspartnern und Händlern oder bei der Kooperation mit Zoll und Behörden.

10 // WIE KÖNNTE IHRE PIRATERIE-ABWEHR WEITER VERBESSERT WERDEN?

(MEHRFACHAUSWAHL MÖGLICH)



FIRMEN TEILS MIT KONKRETEN VORSCHLÄGEN

Manche Unternehmen äußern auch ganz konkrete Ideen für eine bessere Piraterie-Abwehr. So wünscht sich etwa ein Teilnehmer aus dem Bereich Kosmetik und Körperpflege eine verbesserte Rechtsdurchsetzung und mehr Schutz für IP-Rechte durch die Behörden in China.

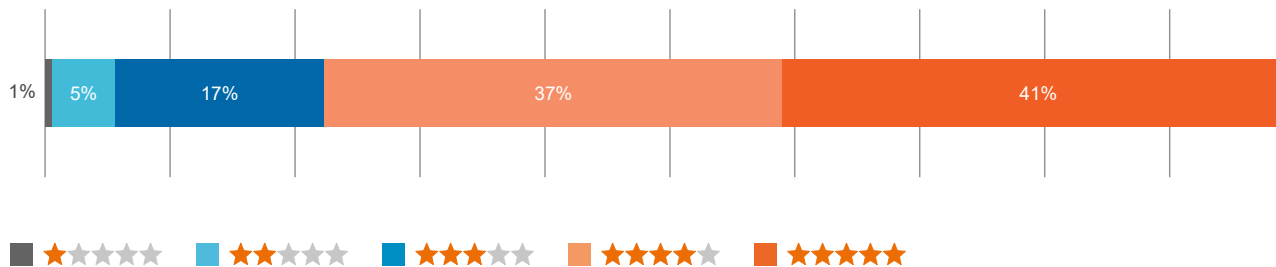
Aus der Automotive-Branche kommt beispielsweise die Idee, eine bessere Bildung und Sensibilisierung von (zukünftigen) Käufern zu erwägen. Erwähnt wird hier zudem auch der Wunsch nach einer schärferen Ahndung von IP-Verstößen und mehr Verantwortung von Online-Plattformen.

Schließlich erreichte uns beispielsweise auch ein Appell für mehr branchenübergreifende Maßnahmen, da es sich bei Produktpiraterie um ein gesamtheitliches Problem handle. Erschwerend komme für einige Firmen hinzu, dass nicht alle Branchen durch Verbände vertreten seien.

FIRMEN MEIST ZUFRIEDEN MIT ANTI-PIRATERIE-MASSNAHMEN

Gegen Fälschungen vorzugehen, scheint sich klar auszuzahlen – so sind rund 80 % der Firmen voll (5 Sterne) oder weitestgehend (4 Sterne) zufrieden mit ihren Maßnahmen. Zudem ist kaum ein Unternehmen komplett unzufrieden mit seiner Piraterie-Abwehr. Die Ergebnisse lassen sich als Aufruf verstehen, aktiv gegen illegale Wettbewerber vorzugehen.

11 // WIE ZUFRIEDEN SIND SIE ALLES IN ALLEM MIT IHRER MOMENTANEN PIRATERIE-ABWEHR?



STARKES ENGAGEMENT BRINGT HOHE ZUFRIEDENHEIT

Firmen, die sehr stark von Produktpiraterie betroffen sind, sind auch überdurchschnittlich zufrieden mit ihren Markenschutz-Maßnahmen – zwei Drittel von ihnen sind sogar vollkommen zufrieden (5 Sterne). Dagegen ist die Unzufriedenheit mit den eigenen Maßnahmen am höchsten bei jenen Firmen, die lediglich eine Gefährdung durch Piraterie vermuten – hier sind zwei Drittel eher unzufrieden (bis zu 3 Sterne).

Eine mögliche Interpretation: Unternehmen, die unter Plagiaten leiden und dann engagiert gegen Produktpiraterie vorgehen, scheinen gute Erfolge erzielen zu können.

Sehr stark von Piraterie betroffen



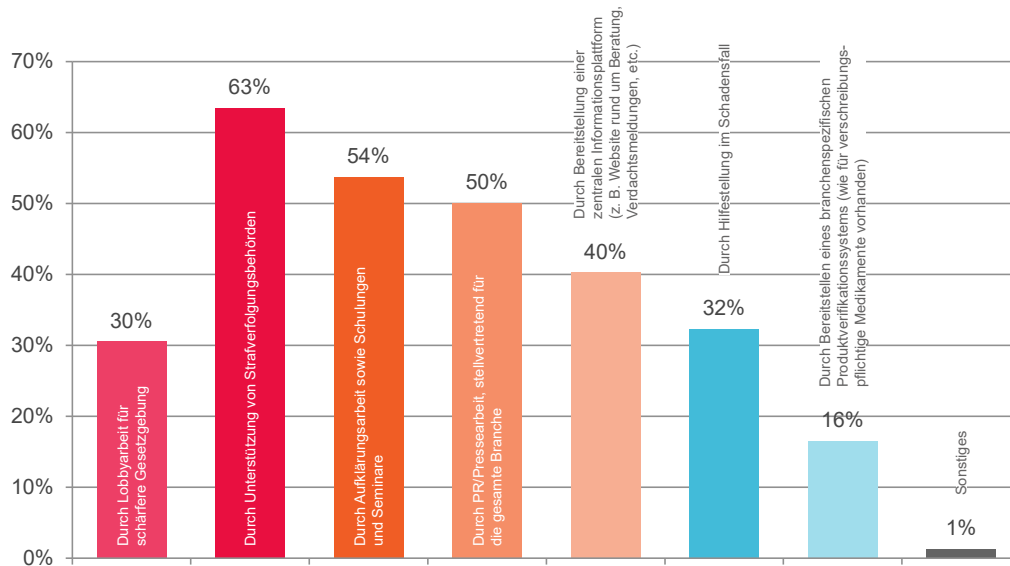
Gefährdung durch Piraterie lediglich vermutet



VERBÄNDE BEI KOMMUNIKATION UND BEHÖRDEN-KOOPERATION GEFRAGT

Wirtschaftsverbände sind für viele Unternehmen relevante Unterstützer gegen Produktpiraterie. Dabei sollten diese vor allem Strafverfolgungsbehörden unterstützen, aber auch die Aufklärungsarbeit und Markenschutzkommunikation sowie eine branchenspezifische PR-Arbeit vorantreiben. Weniger Bedeutung kommt Verifikationssystemen zu – möglicherweise, weil Firmen dies bereits vorrangig durch eigene Initiativen abdecken wollen.

12 // INWIEFERN KÖNNEN AUCH VERBÄNDE UND WIRTSCHAFTSORGANISATIONEN BEI DER BEKÄMPFUNG VON PIRATERIE HELFEN? (MEHRFACHAUSWAHL MÖGLICH)

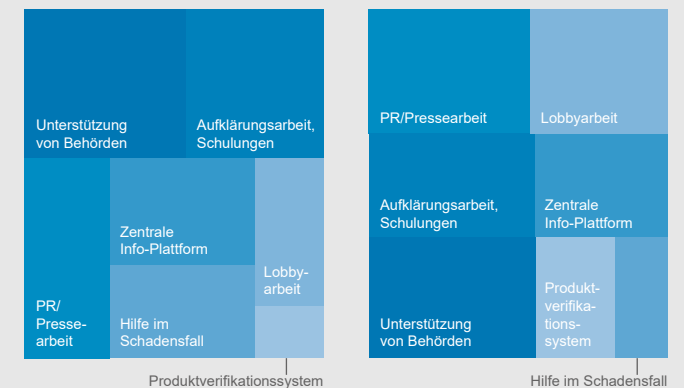


KOMMUNIKATIONSUNTERSTÜTZUNG DURCHWEG GEFRAGT

Welche Art von Unterstützung sich Firmen von Verbänden wünschen hängt auch davon ab, wie zufrieden sie mit ihren bisherigen Anti-Piraterie-Maßnahmen sind. Sowohl sehr zufriedene Firmen als auch weniger zufriedene Unternehmen legen allerdings starken Wert auf Unterstützung in der Markenschutz-Kommunikation – etwa durch branchenspezifische Pressearbeit oder durch Aufklärungsarbeit und Schulungen. Für Verbände scheinen hier weitergehende Möglichkeiten zur Unterstützung ihrer Mitglieder zu sein.

// UNTERNEHMEN, DIE SEHR ZUFRIEDEN MIT IHRER PIRATERIE-ABWEHR SIND

// UNTERNEHMEN, DIE EHER NICHT/GAR NICHT ZUFRIEDEN MIT IHRER PIRATERIE-ABWEHR SIND



4 // AUSBLICK



Die Studie macht deutlich, dass Unternehmen in Europa Produktpiraterie als massives Problem wahrnehmen. Und dass sie gegen dieses aktiv vorgehen möchten.

MASSNAHMEN SIND AUCH ZUKÜNFTIG RELEVANT

Für die Zukunft erwarten viele Firmen sogar eine weitere Zuspitzung der Piraterie-Bedrohung. Die meisten Unternehmen gehen das Thema bereits tatkräftig an – viele Firmen planen zudem, ihre Anstrengungen zukünftig sogar noch zu verstärken. Diese Ambitionen zeigen, wie relevant ein aktives Vorgehen ist – und dass sich engagierter Markenschutz auszahlen kann.

INNOVATIVE MASSNAHMEN KÖNNEN DAS BLATT WENDEN

Überwiegend setzen Firmen dabei noch auf klassische Maßnahmen. Zentral erscheint allerdings das Ergebnis der Studie, dass diejenigen Firmen, die auf klassische Maßnahmen setzen, öfter eine weitere Verschärfung erwarten als die Unternehmen, die auch innovative Maßnahmen einsetzen. Diese Erkenntnis sollte Firmen ermutigen,

innovative Maßnahmen in Erwägung zu ziehen und diese Chancen für den eigenen Unternehmenserfolg zu nutzen.

NEUE MASSNAHMEN BIETEN ENTSCHEIDENDES POTENZIAL

Innovative Maßnahmen wie Track & Trace und Serialisierung oder spezielle Markenschutz-Kommunikation bergen vielfältige Möglichkeiten für eine schlagkräftige Piraterie-Abwehr. Die Chancen werden von Unternehmen als hoch relevant eingeschätzt – und diejenigen Firmen, die bereits innovative Maßnahmen ergreifen, sind sehr zufrieden mit diesen.

Diese Ergebnisse sollten Firmen weiter ermutigen, neue Möglichkeiten in Betracht zu ziehen. Innovative Brand-Protection-Maßnahmen existieren bereits und erfüllen die Erwartungen vieler Firmen vollumfänglich – ein vielversprechender Ansatzpunkt für alle Unternehmen, die ihren IP-Schutz und ihr Vorgehen gegen Produktpiraterie auf das nächste Level heben möchten.



5 // STUDIENDESIGN

A photograph of three people in a meeting room. A man in a light blue shirt is pointing at a whiteboard covered in diagrams, sticky notes, and handwritten text. Two women, one in a striped shirt and one in a white shirt, are looking at the board. The whiteboard contains terms like 'Sub Data', 'STRATEGY', 'MARKETING', and 'INNOVATION'.

200

Mehr als 200 Firmen aus einer Vielzahl an Branchen nahmen an einer anonymen Umfrage teil.

15

Firmen aus 15 verschiedenen europäischen Ländern teilten ihre Erfahrungen mit Markenschutz-Maßnahmen.

GROSSE, ANONYME UMFRAGE BIETET SOLIDE DATENGRUNDLAGE

Die vorliegende Markenschutzstudie basiert auf einer groß angelegten Online-Umfrage für Firmen in Europa. Die branchenübergreifende, quantitative Unternehmensbefragung wurde im zweiten Halbjahr 2021 durchgeführt. Um ein möglichst realistisches und ungeschöntes Lagebild einzuholen, wurde die Umfrage komplett anonym gestaltet. Die Befragung wurde von zahlreichen Wirtschaftsverbänden und Anti-Piraterie-Organisationen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz maßgeblich unterstützt.

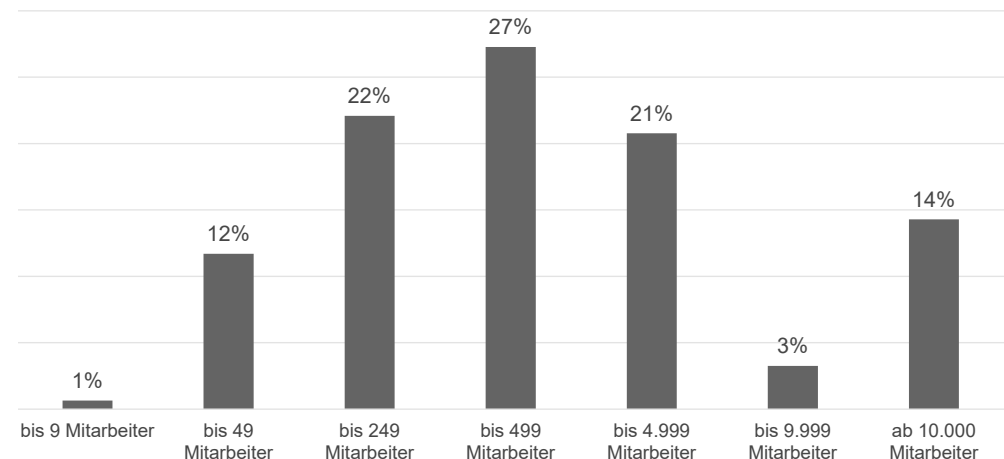
Insgesamt wurde die Umfrage von über 200 Teilnehmern ausgefüllt, wodurch die Auswertung auf einer umfangreichen Datenbasis basiert – insbesondere für eine Studie zu Produktpiraterie und Markenpiraterie, was für viele Unternehmen ein sensibles Themenfeld bleibt. Da die Beantwortung einzelner Fragen freigestellt war, wurden teilweise Fragen von einer kleineren Teilnehmerzahl beantwortet – zudem wurden die Fragen zur Bewertung von technischen Lösungen beziehungsweise von spezieller Markenschutzkommunikation gezielt nur denjenigen Teilnehmern gezeigt, die laut eigenen Angaben diese Maßnahmen auch einsetzen. Die Teilnahme war in deutscher und englischer Sprache möglich.

Die Markenschutzstudie hat eine sehr hohe Resonanz über Branchengrenzen hinweg erfahren. Besonders häufig vertreten waren dabei Unternehmen der Chemischen Industrie sowie aus der Branche der Getränke, Nahrungs- und Genussmittel. Auch in den Bereichen Bekleidung, Accessoires und Sportartikel sowie Elektrotechnik,

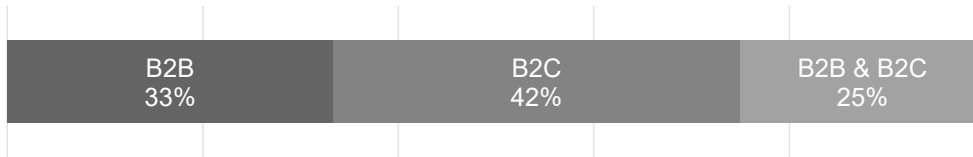
// TEILNEHMENDE UNTERNEHMEN NACH BRANCHEN

Branche	Anteil
Chemische Industrie	13%
Getränke, Nahrungs- und Genussmittel	13%
Filme, Musik, Bücher oder Software	12%
Bekleidung, Accessoires und Sportartikel	10%
Elektrotechnik, Elektronik und Unterhaltungselektronik	10%
Kosmetik und Körperpflege	9%
Automotive, Fahrzeugbau und Fahrzeugteile	7%
Maschinen-/Anlagenbau, Werkzeuge, Metallbau/-waren	7%
Pharma und Medizintechnik	5%
IT, Informations-/Kommunikationstechnologie	3%
Möbel und Haushaltsgegenstände	3%
Schreibwaren und Bürobedarf	2%
Luft- und Raumfahrt	1%
Spielwaren	1%
Sonstige	4%

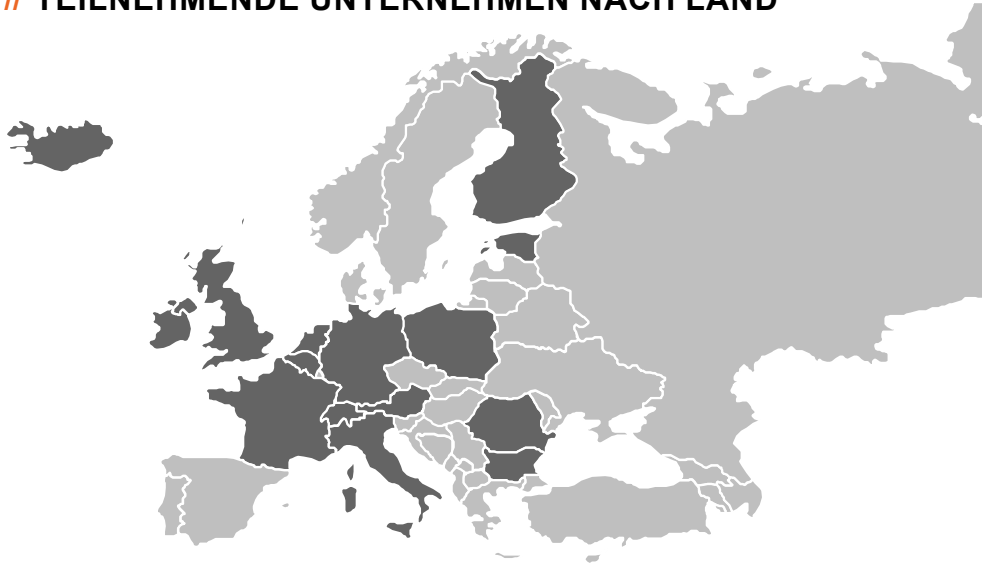
// TEILNEHMENDE UNTERNEHMEN NACH FIRMENGRÖSSE



// TEILNEHMENDE UNTERNEHMEN NACH GESCHÄFTSBEREICH



// TEILNEHMENDE UNTERNEHMEN NACH LAND



Elektronik und Unterhaltungselektronik war die Resonanz überdurchschnittlich groß. Die Unternehmen kamen sowohl aus der Investitions- wie auch der Konsumgüterindustrie und waren ähnlich verteilt auf die Bereiche Business-to-Business (B2B) und Business-to-Customer (B2C); oder sie deckten beide Bereiche ab.

Auch die geografische Verteilung ist groß: Unternehmen aus 15 europäischen Ländern nahmen an der Umfrage teil. Besonders stark war die Resonanz von Firmen aus dem deutschsprachigen Raum. Da außerdem kleine und mittlere Unternehmen (KMU), mittelständische Firmen und ebenso größere Konzerne an der Befragung teilnahmen, ergibt sich eine breite und aussagekräftige Stichprobe.

Erfahrungen aus Unternehmenssicht zum Umgang mit Produktpiraterie, Fälschungen und Plagiaten sind häufig hochsensible Daten für die betroffenen Firmen – entsprechende fundierte Daten sind daher oftmals noch immer rar. Mit der vorliegenden Studie konnte eine relevante Grundlage für die Analyse der Bedrohungslage und die Abwägung erfolgsversprechender Gegenmaßnahmen geliefert werden.



IHRE ANSPRECHPARTNER

Bei Fragen zur Studie und zu innovativen Maßnahmen gegen Produktpiraterie stehen Ihnen unsere Ansprechpartner gern zur Verfügung.



STEFFEN BAUMHAUER

Experte für Piraterie-Abwehr durch spezielle Markenschutz-Kommunikation



anti-piracy@karg-und-petersen.de



+49 7071 989880



www.linkedin.com/in/steffen-baumhauer/



www.karg-und-petersen.de/go/piraterieabwehr

PAULINE POPPENSIEKER

Expertin für Fälschungssicherheit mit Track & Trace



anti-counterfeit@arvato-systems.de



+49 5241 8075475



www.linkedin.com/in/pauline-p-a860b312/



www.arvato-systems.de



KARG UND PETERSEN

Kommunikation für Weiterdenker

www.karg-und-petersen.de/go/piraterieabwehr



AS ARVATO
SYSTEMS

www.arvato-systems.de

© 2022-2024

Karg und Petersen Agentur für Kommunikation GmbH, Dorfackerstraße 26, 72074 Tübingen, Deutschland; Telefon +49 7071 98988-0; E-Mail info@karg-und-petersen.de; www.karg-und-petersen.de; Geschäftsführer: Dr. Tim Karg, Steffen Baumhauer; eingetragen im Handelsregister: Amtsgericht Stuttgart, HRB 721707; Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE 814741989; herausgegeben von Karg und Petersen, Abteilung Anti-Piracy Communications.

In Zusammenarbeit mit: Arvato Systems GmbH, Reinhard-Mohn-Straße 18, 33333 Gütersloh, Deutschland; Telefon +49 5241 80-80 888; E-Mail info@arvato-systems.de; www.arvato-systems.de; Geschäftsführung: Hansjörg Metzger, Ralf Westhoff; Sitz Gütersloh – Amtsgericht Gütersloh, HRB 3981; Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE811147981

Es besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit oder Aktualität; jegliche Haftung der Herausgeber bzw. Autoren wird ausgeschlossen.

