

MEISTERKREIS

PRESSEMITTEILUNG

22. Oktober 2014

DER WERT DES ORIGINALS

DER MEISTERKREIS STARTET EINE BUNDESWEITE KAMPAGNE ZUM SCHUTZ VON GEISTIGEM EIGENTUM UND KREATIVITÄT

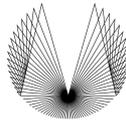
- **50 Milliarden** Euro Schaden für die deutsche Industrie durch Produkt- und Markenpiraterie
- Um **54 Prozent** hat der Wert der beschlagnahmten Produktfälschungen an deutschen Grenzen zwischen 2011 und 2013 zugenommen
- **90 Prozent** der deutschen Verbraucher finden Fälschungen nicht anrühmig
- **Mehr als die Hälfte** aller gefälschten Waren betreffen High-End-Produkte
- Nur fünf Prozent mehr Produktfälschungen würden allein in diesem Segment in der EU weitere **98.000 Arbeitsplätze** kosten und bei Unternehmen **43 Milliarden Euro Schaden** verursachen (Frontier Economics-Studie)

Berlin. Der MEISTERKREIS sagt der Marken- und Wertepiraterie den Kampf an. Mit einer bundesweiten Informationskampagne (Bruttomediovolumen: mehr als 500.000 Euro) wirbt die Vereinigung der kulturellen und kreativen Spitzenunternehmen für einen Einstellungswandel bei den Verbrauchern. Der Hintergrund: Die Konsumenten fragen Produktfälschungen immer häufiger und ohne Reue nach.

„Gefälschte Waren gefährden die Innovationsfähigkeit der Unternehmen, Arbeitsplätze und im Einzelfall, wenn zum Beispiel Medikamente gefälscht werden, auch die Gesundheit und das Leben der Verbraucher“, sagte Brigitte Zypries, parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesminister für Wirtschaft und Energie, bei der Vorstellung der neuen Kampagne im Haus der Bundespressekonferenz in Berlin. Die Politikerin hob in ihrer Grundsatzrede die Bedeutung von Originalen und den Wert der schöpferischen Leistung für die wirtschaftliche Entwicklung hervor. „Der Schutz von kreativem Schaffen ist gerade für die deutsche Wirtschaft und ihre Exportstärke, die auf hohen Qualitätsstandards beruht, von herausragender Bedeutung“, betont Brigitte Zypries.

„Wir werden mit unserer Kampagne eine breite Debatte über den Schutz des geistigen Eigentums und die Wertschätzung der kreativen Leistung anstoßen“, sagte der MEISTERKREIS-Vorsitzende Clemens Pflanz. Das Instrument dafür ist die innovative Kampagne, die der MEISTERKREIS gemeinsam mit der Agentur thjnk entwickelt hat. Ab dem 23. Oktober wird sie über die ökonomischen, kulturellen und gesamtgesellschaftlichen Auswirkungen einer nicht ausreichenden Würdigung der kreativen Werte anhand von Plagiatskäufen informieren.

Der MEISTERKREIS und thjnk haben dafür einen neuartigen Ansatz gewählt. Gemeinsam haben die Partner eine neue Marke erdacht, die ausschließlich Fälschungen anbietet: PLAGIATE. Die Marke erhält mit **www.plagate-shop.de** sogar einen funktionsfähigen Internetshop, der über Online-Banner gezielt beworben wird. Hier können Interessierte im Angebot aus gefälschten Produkten stöbern. Wenn Sie sich tatsächlich zum Kauf entschließen, erhalten Sie aber nicht die gewählte Kopie, sondern bekommen ein Informationsangebot rund um den Themenkomplex Kreativität und geistiges Eigentum. In Anzeigen und Plakaten werden aufmerksamkeitsstark zudem Nachteile von gefälschten Produkten dargestellt: „Sichert Kindern Arbeitsplätze“, „Zertifiziertes Qualitätsverbrechen“ oder auch „Zeit zu Blenden“.



MEISTERKREIS

„Wir werden insbesondere die Werteschizophrenie deutlich machen: Einerseits bewundern die Verbraucher edle Marken und erkennen die schöpferische Leistung an, auf der anderen Seite dulden sie aber Plagiate oder fragen sie sogar gezielt nach“, beschreibt Clemens Pflanz das widersprüchliche Verhalten. In Deutschland sehen die meisten Konsumenten Produktfälschungen als Kavaliersdelikt. 65 Prozent der Verbraucher haben schon einmal Plagiate gekauft, über 45 Prozent sogar ganz bewusst, so eine Studie von Ernst & Young.

MEISTERKREIS-Mitglieder entstammen ausnahmslos den sogenannten schutzrechtsintensiven Industrien. Sie kommen aus vielen unterschiedlichen Branchen wie der Automobil-, Mode-, Uhren- oder Schmuckindustrie. Auch Yachtbauer, Möbeldesigner, Küchenhersteller und Winzer gehören dazu. Allen gemein ist aber, dass die kreative Leistung und die Innovationskraft ein elementarer Bestandteil ihres Geschäftserfolgs ist. Die Ideen eines anderen zu stehlen, um damit Geld zu machen ist etwas, was jeder in unserer Gesellschaft aus tiefem Herzen ablehnt. Warum freuen wir uns über das vermeintliche Schnäppchen der nachgemachten Markenware, wo wir eigentlich entrüstet sein müssten?

„Den Meisterkreis dabei zu unterstützen ein Bewusstsein dafür zu schaffen, wie falsch und schädlich es ist bei Ideendieben zu kaufen, ist mir und meinen Kollegen bei thjnk ein persönliches Anliegen. Wir begleiten große Marken und wissen wieviel Energie, Talent, Innovationskraft und Mut es braucht, um sie groß zu machen. Jeder der das weiß, kann sich nicht mehr über ein Plagiatsschnäppchen freuen. Plagiate sind keine Schnäppchen, sie sind Raub.“ so Karen Heumann, Vorstandssprecherin und Gründerin der Agenturgruppe thjnk, die die Kampagne entwickelt hat.

Ein Beispiel aus der Praxis. Dornbracht: Der Name steht seit 1950 für die Herstellung hochwertiger Design-Armaturen und -Accessoires für Bad und Küche. Der Erfolg des Mittelständlers aus dem Sauerland ruft regelmäßig Nachahmer auf den Plan, die die edlen Armaturen plump fälschen. „Der Schaden lässt sich nicht genau beziffern. Aber wir gehen davon aus, dass wir rund 100 zusätzliche Arbeitsplätze in unserer Produktion in Iserlohn schaffen könnten, wenn solche Plagiate nicht am Markt wären“, sagt Geschäftsführer Andreas Dornbracht. „Unser wichtigstes Anliegen ist es, den Vertrieb und die Herstellung von Plagiaten zu unterbinden, um die Verbraucher zu schützen und Arbeitsplätze zu sichern.“

Auch wenn der MEISTERKREIS das Thema jetzt in die Öffentlichkeit bringt, die Auswirkungen reichen weit über die High-End-Branche hinaus und betreffen alle Wirtschaftszweige: Der weltweite Handel mit gefälschten Waren beläuft sich inzwischen auf mehr als 500 Milliarden Euro pro Jahr. Der ökonomische und soziale Schaden durch Fälschungen wird sich 2015 auf mehr als 1,3 Billionen Euro summieren (Quelle: Frontier Economics).

Über den MEISTERKREIS

Der MEISTERKREIS vereint Menschen, Unternehmen und Institutionen, die für Kultur, Kreativität und höchste Qualität aus und in Deutschland stehen. Er fördert das Bewusstsein für eine einzigartige und vielfältige Branche, das Bekenntnis zu kostbaren Traditionen und verdeutlicht den ökonomischen und kulturellen Stellenwert des Sektors. Der MEISTERKREIS vertritt einen Wirtschaftszweig mit einer Wertschöpfung von mehr als 60 Milliarden Euro und über 160.000 Beschäftigten in Deutschland.

Zum MEISTERKREIS gehören Unternehmen wie Brenners Park Hotel & Spa, Gaggenau, Glashütte Original, Leica, Lufthansa First Class, Porsche, Meissen, Montblanc, Robert Weil, Thonet und Talbot Runhof sowie die internationalen Marken Armani Prive, Chanel, Dior, Condé Nast Verlag, Rolex und Estée Lauder Companies.