

Beispielloser Raubzug

Wie findet Ihr die neuen Jacken? Sehen super aus, oder? Die hat mein Mann aus China mitgebracht. Ganz günstig!“ Ich gestehe: Ich war ein wenig perplex, als ich dieses Gespräch neulich an einer Bushaltestelle zu hören bekam. Eine Gruppe Mütter plauderte völlig offen über gefälschte Markenware. Bewusstsein für den Wert geistigen Eigentums? Fehlanzeige. Den Damen ging es nur darum, möglichst günstig an ein relativ gut nachgemachtes Markenprodukt zu kommen.

Besonders hart treffen die zunehmende Imitation-Nachfrage und der damit verbundene Werteverfall die Marken im Top-Segment. Also jene Unternehmen, die durch Innovation, handwerkliche Kunst und kompromisslose Qualität ständig Impulse für die Wirtschaft liefern. Unternehmen also, bei denen Markenpiraten mit billigen Nachahmungen besonders fette Beute machen können.

Europaweit würde ein Anstieg der Plagiate allein bei hochwertigen und werthaltigen Markenprodukten der Luxusgüterindustrie um nur fünf Prozent eine Leistungseinbuße von 40 Milliarden Euro bedeuten. Das ist die Einschätzung der Unternehmensberatung Frontier Economics, die den Markt analysiert hat. Dieser beispiellose Raubzug betrifft aber nicht nur die Unternehmen. Er kostet auch 100 000 Arbeitsplätze und 15 Milliarden Euro Steuern.

Und noch schlimmer: Die Verbraucher sind heute bestens informiert. Sie wissen, dass echte Chanel- und Dior-Handtaschen aus feinstem Leder, Rolex- und edle Uhren aus Glashütte nicht für 50 Euro zu haben sind - und kaufen trotzdem. Tatsächlich haben mehr als vier von zehn Verbrauchern im Alter von 18 bis 25 Jahren schon be-

wusst zu gefälschten Produkten gegriffen, so eine Studie von Ernst & Young.

Eine unheilvolle Entwicklung. Die Käufer wollen vom Status der echten Marke profitieren und geben deshalb billige Fälschungen als Original aus. Das ist kein Kavaliersdelikt, auch wenn dieses illegale Verhalten heute weit verbreitet und akzeptiert ist. Wenn die kreative Leistung unserer Unternehmen uns selbst schon nichts mehr wert ist - wie können wir dann erwarten, dass andere unsere Qualität schätzen und faire Preise bezahlen? Durch den wissentlichen Kauf billiger Nachahmungen sägen wir am Ast, auf dem wir sitzen.

Oft unterschätzen Käufer zudem, wie teuer sie diese Kumpanei mit den Fälschern tatsächlich zu stehen kommen kann. Gefälschte Produkte haben mit den Originalen nichts zu tun. Sie nutzen minderwertige Materialien, sind miserabel verarbeitet und enthalten nicht selten Giftstoffe.

Das wirkungsvollste Instrument gegen die gut organisierten Markenräuber ist immer noch das Verantwortungsbewusstsein und der gesunde Menschenverstand der Käufer. Das so einfache, wirkungsvolle Rezept: Machen Sie sich nicht gemein mit den Fälschern, beziehen Sie Position gegen Fälschungen, und seien Sie vorsichtig bei allzu verlockenden Angeboten hochwertiger Waren!

Deutschlands Wirtschaft lebt von hoher Kreativität, einem hohen Qualitätsanspruch und einem Drang zur Forschung und Weiterentwicklung. Die Frage ist: Wenn wir unseren Vorsprung und unseren Wohlstand langfristig sichern wollen, können wir es uns überhaupt leisten, Plagiate zu dulden?

Clemens Pflanz beklagt, dass in Deutschland der Kauf gefälschter Ware als Kavaliersdelikt angesehen wird.



Der Autor ist Gründer und Geschäftsführer des Verbandes Meisterkreis, einem Forum für Luxusmarken. gastautor@handelsblatt.com