

Hintergrundinformation: Nachahmung

Nachahmung und Markenpiraterie

Während Markenpiraterie für die Hersteller von Konsumgüterartikeln auf dem Schweizerischen Markt eine relativ geringe Bedeutung hat, sind Nachahmungen für viele Markenartikelhersteller nach wie vor ein grosses Problem. Unter *Markenpiraterie* versteht man die *identische Reproduktion* von prestigeträchtigen Markenprodukten (Beispiel: gefälschte Rolex-Uhren, Raubkopien von Software). Als *Nachahmung* bezeichnet man dagegen die Herstellung von Produkten, welche geschützten Markenprodukten *in ihrer Erscheinung so ähnlich* sind, dass sie von vielen Konsumenten leicht mit dem Original verwechselt werden. In der Schweiz werden diese nachgeahmten Produkte überwiegend als Eigenmarken von Handelsunternehmen hergestellt.

Ideenklau als Strategie des Handels?

Für Handelsunternehmen kann die Entscheidung für Nachahmungen sehr attraktiv sein. Mit der absichtlichen Ähnlichkeit zu Markenprodukten zielt der Nachahmer auf eine Verwirrung der Konsumenten und hofft, dass diese die Produkte bei der Auswahl im Regal für das Original halten, oder zumindest durch die ähnliche Erscheinung eine Beziehung zum Originalhersteller vermuten. In einigen Fällen wird diese Anlehnung durch den Einsatz ähnlicher Werbemittel noch unterstützt.

Studien in Frankreich Anfang der 90er Jahre haben gezeigt, dass bereits die Nachahmung weniger, subtiler Elemente ausreicht, damit durchschnittlich 20-30% der Testpersonen die Nachahmung mit dem Original verwechseln. Diesen Umsatz kann der Nachahmer auf sein eigenes Produkt umlenken, ohne hohe Investitionen in Produktentwicklung und Markenaufbau tätigen zu müssen.

Verlust eines Wertesystems für den Konsumenten

Erlebt der Konsument bei der Verwendung des nachgeahmten Produkts eine Enttäuschung, wird er dies direkt der Originalmarke anlasten. Dabei spielt es keine Rolle, ob der Konsument das nachgeahmte Produkt für das Original hält oder nur eine Verbindung zum Originalhersteller vermutet. Sein Vertrauen in die Marke wird erschüttert. Damit geht ihm ein Orientierungswert verloren, der ihm bisher Vertrautheit, Sicherheit und Qualität geboten hat.

Enormer wirtschaftlicher Schaden

Ein Markenartikelhersteller hat für den Aufbau einer Marke viel Geld in Forschung und Entwicklung, neue Produktionsmethoden und in die Vermarktung investiert. Wird die Glaubwürdigkeit der Marke durch Nachahmungen erschüttert, verliert der Hersteller den Markenwert, den er sich in vielen Jahren erarbeitet hat. Es fliesst nicht genügend Geld in das Unternehmen zurück, um weiterhin hohe Investitionen in Forschung, Weiterentwicklung der Produkte und aufwendige Produktionsanlagen leisten zu können. Im schlimmsten Fall gehen Arbeitsplätze verloren. Als Folge sind Wirtschaftswachstum und Wohlstand in Gefahr.

Der direkt aus Nachahmungen resultierende wirtschaftliche Schaden ist kaum schätzbar, u.a. weil viele Unternehmen nicht gegen Nachahmungen vorgehen und somit viele Fälle nicht bekannt werden. Der gesamte Schaden, der aus der ganzen Bandbreite von Nachahmungen bis Markenpiraterie entsteht, wird weltweit auf ca. 5-7% des Welthandels geschätzt. Die Europäische Union schätzt, dass europaweit jedes Jahr 17.000 legale Arbeitsplätze durch Nachahmung und Produktpiraterie verloren gehen.

Gang vors Gericht ist selten in der Schweiz

Obwohl Unternehmen, die von Nachahmungen betroffen sind, einen enormen Schaden erleiden, gehen viele nicht dagegen vor. Grund für das Stillschweigen der Markenartikelhersteller ist in vielen Fällen die *starke Abhängigkeit von den Handelspartnern*. Durch die hohe Handelskonzentration in der Schweiz sind die Markenartikelhersteller auf gute Beziehungen zu jedem einzelnen Handelspartner angewiesen. Ein Streit vor Gericht würde diese Beziehung, und damit den Absatz der Markenprodukte, sehr gefährden.

Hinzukommt, dass die *rechtliche Lage* bei Nachahmungen *sehr viel schwieriger einzuschätzen* ist als dies bei identischen Kopien, also Markenpiraterie, der Fall ist. Zwar gewährt das Markenschutzgesetz Schutz vor der Herstellung und Verbreitung von Produkten, für die eine Verwechslungsgefahr mit eingetragenen Markenprodukten besteht. Da die Produkte aber eben gerade nicht identisch kopiert werden, sondern nur einzelne Elemente nachgeahmt werden, bleibt es letztendlich Sache der Richter, nach ihrer eigenen Lebenserfahrung über die Verwechselbarkeit der Produkte zu entscheiden. Wegen der schwierigen Rechtslage versuchen mehr als 80% der Unternehmen, die überhaupt gegen Nachahmungen vorgehen, direkt mit dem Nachahmer zu verhandeln und sich aussergerichtlich zu einigen.

Markeneintragung kann Schutz bieten

Es gibt verschiedene Gesetze, die ein Vorgehen gegen Nachahmungen ermöglichen. Einige, wie das Urheberrecht oder Lauterkeitsrecht, bieten verschiedene Vorgehensmöglichkeiten, ohne dass irgendwelche vorgängigen Registrierungen notwendig sind. Die Eintragung einer Marke in das Markenregister bietet aber in der Regel den besten Schutz. Mehr als 500'000 in der Schweiz eingetragene Marken vertrauen bereits darauf. Zusätzlichen Schutz können in bestimmten Fällen die Hinterlegung des Designs oder das Anmelden von Patenten bieten.

Einen Überblick über die verschiedenen Schutzmöglichkeiten für Produkte und Leistungen, mit Schwerpunkt auf dem Gebiet Markenschutz, bietet die neue Promarca-Broschüre „Markenschutz – Markenaufbau, Markenerhalt und Markenschutz leicht gemacht“. Sie wurde im Herbst 2003 neu aufgelegt und ist direkt bei Promarca erhältlich.