

Nachahmung: europaweit ein grosses Problem

Bern, 6. Oktober 2003

Eine neue Studie des Europäischen Markenverbandes AIM über Nachahmungen berichtet für die Jahre 2000/2001 von 470 Nachahmungsfällen in 12 europäischen Ländern. 21 Fälle davon betreffen die Schweiz und wurden von 11 Mitgliedsunternehmen des Schweizerischen Markenartikelverbandes Promarca gemeldet.

Für die AIM-Studie wurden sämtliche Mitgliedsunternehmen von 17 europäischen Markenartikelverbänden befragt. Während Frankreich, Österreich, Portugal, die Slowakei und Ungarn keine Probleme mit Nachahmungen berichteten, wurden aus 12 weiteren Ländern insgesamt 470 Fälle gemeldet (siehe Tabelle).

Gang vors Gericht: in der Schweiz selten aber erfolgreich

21 Nachahmungsfälle betreffen Mitgliedsunternehmen des Schweizerischen Markenartikelverbandes Promarca. In 12 Fällen gingen die betroffenen Hersteller gegen die Nachahmer vor. Dabei suchten sie in 10 Fällen nach einer gütlichen Einigung mit dem Nachahmer, nur in 2 Fällen gingen die Unternehmen vor Gericht. Beide Gerichtsfälle wurden im Sinn der Markenartikelhersteller entschieden. Im Fall der 10 Verhandlungen waren bis zum Ende der Untersuchung erst 6 Fälle abgeschlossen, davon waren 4 erfolgreich für die Markenartikelhersteller.

Markenartikelhersteller fürchten Macht des Handels

In 9 Fällen vermieden die Markenartikelhersteller, gegen die Nachahmung vorzugehen. Als Hauptgrund nannten sie einen befürchteten negativen Einfluss auf die Beziehung zum Handel, der in der Regel Hersteller der Nachahmungen ist. An zweiter Stelle meldeten die Unternehmen unzureichende rechtliche Möglichkeiten, um die Nachahmer zu verfolgen.

Enormer Schaden durch Nachahmungen

Auch wenn sich der Schaden, der durch Nachahmungen entsteht, kaum in konkreten Zahlen fassen lässt, ist sein Ausmass doch enorm. Neben dem wirtschaftlichen Schaden für die Hersteller, und letztendlich auch für die Volkswirtschaft, kann durch Nachahmungen ein traditionelles Wertesystem für die Konsumenten zerstört werden. Die Hersteller von Nachahmungen profitieren dabei von einer schwierig fassbaren legalen Grauzone und zielen darauf, dass Konsumenten das nachgeahmte Produkt für das Original halten oder zumindest eine Beziehung zu diesem vermuten.

Auszug aus der Studie "AIM® Tracking Survey on Look-Alikes 2002"

	gemeldete Nachahmungsfälle	Massnahmen ergriffen	Art der Massnahmen	
			Verhandlungen	Rechtsstreit
Spanien	148	46 (31%)	40 (87%)	6 (13%)
Italien	113	74 (65%)	49 (66%)	25 (34%)
Niederlande	47	6 (13%)	5 (83%)	1 (17%)
Grossbritannien	41	39 (95%)	39 (100%)	-
Deutschland	38	unbekannt	unbekannt	unbekannt
Belgien	22	10 (45%)	9 (90%)	1 (10%)
Schweiz	21	12 (57%)	10 (83%)	2 (17%)
Dänemark	18	3 (17%)	3 (100%)	-
Griechenland	8	8 (100%)	4 (50%)	4 (50%)
Polen	6	2 (33%)	2 (100%)	-
Schweden	6	5 (83%)	5 (100%)	-
Tschechien	2	1 (50%)	1 (100%)	-

Quelle: AIM, Europäischer Markenverband, Brüssel

(Anzahl Zeichen Text: 1892/2166)

Weitere Informationen

Gabi Dischinger, Kommunikations-Managerin, Promarca
 Telefon 031-312 55 65, Email: g.dischinger@promarca.ch

Promarca ist die schweizerische Verbundorganisation von Markenartikelherstellern im Konsumgüterbereich (Food/Near Food). Der Verband vertritt die Interessen von 78 Mitgliedsunternehmen, die einen Gesamtumsatz von 8,8 Mrd. Franken erzielen und ca. 13.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Schweiz beschäftigen.