

Wie bei neuartigen Produkten das Plagiat zur Werbung werden kann

≡ 21.11.2012 11:39 Uhr

Laut einer Studie des Verbands Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA) belief sich der geschätzte Umsatzverlust durch Plagiate für deutsche Unternehmen 2011 auf 7,9 Milliarden Euro – Tendenz steigend.



Gewinn und u Verlust
Kopie

Über zwei Drittel der befragten Unternehmen gaben an, von Produktpiraterie vor allem asiatischen Ursprungs betroffen zu sein. Auch die mobilen, halbautomatischen Umreifungsmaschinen der ErgoPack Deutschland GmbH werden seit einiger Zeit durch ein chinesisches Unternehmen plagiiert. Viele Unternehmen konzentrieren sich in dieser Situation auf Schutzmaßnahmen wie beispielsweise eine Produktkennzeichnung mittels Hologrammen oder RFID-Funketiketten. Dabei ist die Fokussierung auf die eigene ingenieurtechnische Innovationsfähigkeit gerade in Bereichen mit hohen Produkthanforderungen die deutlich bessere Strategie: Dank einer kontinuierlichen Entwicklungsarbeit und der Produktion am Standort

Deutschland wirkt die Kopie im Fall der ErgoPack-Maschine lediglich als Werbung, die zu einer höheren Bekanntheit des Originals beiträgt.

Seit drei Monaten ist ErgoPack Deutschland ein Unternehmen bekannt, das Kopien seiner Umreifungsmaschine auf dem chinesischen Markt anbietet. Die Existenz des Plagiats und sein um zwei Drittel günstigerer Preis sind bei chinesischen ErgoPack-Interessenten kein Geheimnis. Dennoch hat sich die überwiegende Mehrheit bisher trotzdem für das Original entschieden. Dabei spielt auch eine entscheidende Rolle, dass es sich beim Plagiat nicht um die Kopie der aktuellen Vollversion der patentierten Maschine handelt. Vielmehr wurde eine Vorgängerversion nachgebaut, welche so seit sechs Jahren nicht mehr verkauft wird und technisch veraltet ist.

Deutliche optische Unterschiede zwischen Original und Kopie

Die vom Plagiatoren kopierte veraltete Version lässt sich bereits äußerlich leicht vom aktuellen Original unterscheiden, was sich am deutlichsten am Verschlusskopf der Maschine zeigt: Beim chinesischen Modell wurde das Akku-Verschlussgerät eines Schweizer Herstellers kopiert, das bei der damaligen Version eingesetzt, mittlerweile aber durch einen integrierten Verschlusskopf ersetzt wurde, der von ErgoPack eigens entwickelt wurde. Von diesem Gerät lässt sich die chinesische Kopie bereits farblich leicht unterscheiden, da sie im Gegensatz zur Eigenentwicklung und zum Rest der Maschine eine blaue Farbe hat. Zudem besitzt die Kopie einen separaten Akku und ist nicht am zentralen Akku angeschlossen wie beim Original. Klar erkennbar ist auch, dass das Plagiat nicht über einen zusätzlichen Band-Cutter verfügt und deutlich zu große Handgriffe hat, die zudem nicht wie beim ErgoPack ergonomisch gestaltet sind. Daneben gibt es kleine Unterschiede, wie zum Beispiel die unterschiedliche Breite des Umlenkschlittens und des Schwenkarms der Bandrolle. Da der chinesische Wettbewerber veraltete Technik kopiert hat, sind auch die Preise der beiden Maschinen nicht vergleichbar.

Dieses Beispiel zeigt, dass man dem Plagiarismus besser durch Innovation und kontinuierliche Weiterentwicklungen begegnet, statt durch Schutzmaßnahmen wie Patente und Produktkennzeichnungen. Gerade wenn es sich nicht um Billigprodukte, sondern um komplexe Maschinen und Anlagen handelt, haben westliche Innovatoren einen Entwicklungsvorsprung, den die Plagiatoren nicht so leicht aufholen können. Daher ist es auch zukünftig unsere Strategie gegen Raubkopierer, unsere Maschine kontinuierlich zu verbessern. Außerdem stellt die Konzentration auf „Made in Germany“ eine Strategie dar, um den Abfluss von Know-how zu reduzieren: ErgoPack bezieht seine Einzelteile nur von deutschen Lieferanten und entwickelt und produziert

ausschließlich in der Bundesrepublik. Mit den Kunden wird offen über das Plagiat kommuniziert, schließlich ist entscheidend, dass sie die Ausstattung erhalten, die für sie optimal ist. Deshalb wurde auch eine der Kopien gekauft und analysiert. Geplant ist, das Gerät anschließend zusätzlich zum Original am Messestand zu zeigen und so das Feedback von Messebesuchern und Kunden einzuholen.

ErgoPack geht nicht von Plagiat-bedingten Umsatzeinbußen aus

Negative Auswirkungen der Billigkopie auf das Unternehmen sind nicht zu erwarten: Das Plagiat ist bislang nur in China erhältlich. Hauptmarkt des Unternehmens ist jedoch Europa und gerade hier spielt nicht nur der Preis einer Maschine eine Rolle, sondern auch Arbeitssicherheit und Service. Ist beispielsweise ein Gerät defekt, müssen schnell ein Leihgerät zur Verfügung gestellt und Ersatzteile besorgt werden, was für die chinesischen Raubkopierer sehr schwierig zu leisten ist. Darüber hinaus kann ein Produkt nur dann legal in Deutschland vertrieben werden, wenn es ein CE-Zeichen trägt. Um dieses zu erhalten, muss das Produkt auch mit den EU-Normen zu Marken- und Patentschutz konform sein. Ist dies nicht der Fall und ein gefälschtes CE-Zeichen wird entdeckt, haftet nicht der Hersteller, sondern der Händler, der das Produkt in Verkehr bringt – ein hohes Risiko, das nur wenige eingehen werden.

Schutzrechte kein adäquates Mittel gegen chinesische Raubkopien

Auf Schutzrechte zu setzen macht dagegen keinen Sinn, da diese nicht nur in Europa sondern auch in China erhalten und durchgesetzt werden müssten. Der Erfolg vor einem chinesischen Gericht ist jedoch als eher zweifelhaft einzuschätzen: So hat eine Studie der Uni Darmstadt aus dem Jahr 2008 festgestellt, dass China seit dem WTO-Beitritt zwar über eine moderne Gesetzgebung hinsichtlich Produktpiraterie verfügt, es jedoch an juristisch ausgebildeten Richtern und Staatsanwälten mangelt und die Justiz zudem von der Politik gesteuert wird. Die Parteiführung möchte zwar, dass das Reich der Mitte zunehmend auch als innovatives Land wahrgenommen wird. Doch die Plagiate machen derzeit acht Prozent des chinesischen Marktes aus und sind somit ein erheblicher Wirtschaftsfaktor. Es ist abzusehen, dass es eines jahrzehntelangen Entwicklungsprozesses bedarf, bis junge chinesische Ingenieure mit entsprechender Ausbildung und dem notwendigen Know-how für eigene Innovationen sorgen können. Erst dann wird auch die Bedeutung von Raubkopien zurückgehen.

Kopien sind in der chinesischen Tradition jedoch auch ein Zeichen der Anerkennung. Gerade bei neuartigen Produkten, die noch nicht überall bekannt sind, wie das auch für den ErgoPack gilt, stellt das Plagiat eine gute Werbung für das Original dar.

Die ErgoPack Deutschland GmbH wurde 1999 von Andreas Kimmerle gegründet. Seit 2010 befindet sich der Firmensitz des Unternehmens in Lauingen an der Donau. ErgoPack vertreibt das weltweit erste und einzige ergonomische Palettenumreifungssystem mit patentierter Kettenlanze. Über 3.000 Kunden, darunter namhafte Firmen wie Daimler, Airbus, Audi, VW, Siemens oder ThyssenKrupp, haben die Maschine in Gebrauch. Mit den 4.000 bereits verkauften ErgoPack-Systemen wurden seither über 30 Millionen Umreifungen gemacht. Die aktuellen Modelle ErgoPack 700 E, 725 E und 740 E verfügen über einen elektronisch geregelten Antrieb. In Deutschland hat das Unternehmen insgesamt 30 Mitarbeiter. Auslandsvertretungen gibt es unter anderem in Frankreich, Italien, der Schweiz, Benelux, Spanien, Japan, Korea, Taiwan, China, Mexiko, Brasilien, der Türkei, Russland, Polen, Schweden, Dänemark und Australien.