

Beschaffungsmanagement Revue de l'acheteur

Fachzeitschrift für Einkauf und Supply Management
Magazine spécialisé pour les achats et le supply management



Neue Märkte
Kostenoptimierung
dank Captive Line als
Geschäftsmodell

Seite 3

Nouveaux marchés
La fabrication de moules
en provenance d'Asie est-
elle une alternative?

page 18

Praxis & Forschung
Messelogistik
Diese Massnahmen
zahlen sich aus

Seite 20

Wie bei neuartigen Produkten das Plagiat zur Werbung wird

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. Doch ein Unternehmen aus Deutschland zeigt, dass es auch positive Auswirkungen haben kann, von den Konkurrenten kopiert zu werden.



Andreas Kimmerle
Geschäftsführer ErgoPack
Deutschland GmbH

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. 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.

www.ergopack.de

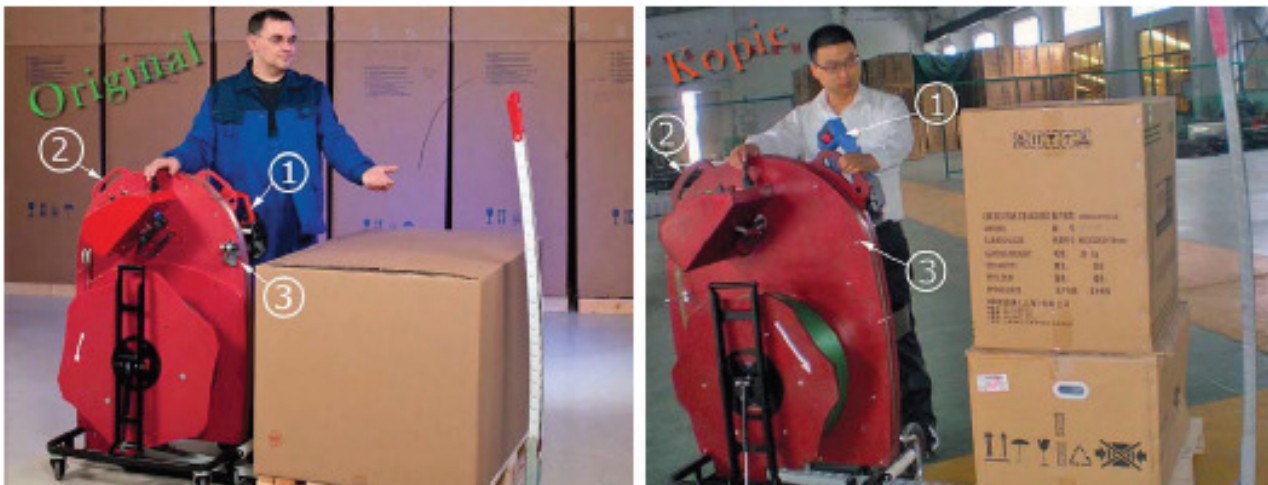
Über zwei Drittel der befragten Unternehmen gaben an, von Produktpiraterie vor allem asiatischen Ursprungs betroffen zu sein. Auch die mobilen, halbautomatischen Umreifungsmaschinen der Ergo-Pack Deutschland GmbH werden seit einiger Zeit durch ein chinesisches Unternehmen plagiiert. Viele Unternehmen konzentrieren sich in dieser Situation auf Schutzmassnahmen, 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, welches Kopien ihrer Umreifungsmaschine auf dem chinesischen Markt anbietet. Die Existenz des Plagiats und sein um zwei Drittel

günstigerer Preis sind bei chinesischen Interessenten kein Geheimnis. Dennoch hat sich die überwiegende Mehrheit bisher für das Original entschieden. Dabei spielt eine entscheidende Rolle, dass es sich beim Plagiat nicht um die Kopie der aktuellen Vollversion der patentierten Maschine handelt. Vielmehr wurde eine technisch veraltete Vorgängerversion nachgebaut, welche so seit sechs Jahren nicht mehr verkauft wird und sich äusserlich leicht erkennen lässt, beispielsweise am blauen Verschlusskopf, der beim aktuellen Original rot ist. Da der chinesische Wettbewerber veraltete Technik kopiert hat, sind auch die Preise der beiden Maschinen nicht vergleichbar.

Keine Plagiat-bedingten Umsatzeinbussen

Das Beispiel zeigt, dass man dem Plagiarismus besser durch Innovation und Weiterentwicklungen begegnet als durch Schutzmassnahmen wie Patente und Produktkennzeichnungen. Gerade wenn es sich nicht um Billigprodukte, sondern um komplexe Maschinen und Anlagen handelt, haben westliche



Die halbautomatischen Umreifungsmaschinen der ErgoPack Deutschland GmbH: Original und Kopie

Innovatoren einen Entwicklungsvorsprung, der sich nicht so leicht aufholen lässt.

Daher will sich ErgoPack auch zukünftig gegen Raubkopierer schützen, indem die Firma ihre Maschine kontinuierlich verbessert. Ausserdem stellt die Konzentration auf «Made in Germany» eine Strategie dar, um den Abfluss von Know-how zu reduzieren: Das Unternehmen bezieht die Einzelteile nur von deutschen Lieferanten und entwickelt und produziert ausschliesslich in der Bundesrepublik. Gegenüber Kunden wird offen über das Plagiat kommuniziert, denn sie sollen die Ausstattung erhalten, welche für sie optimal ist. Deshalb wurde auch eine der Kopien gekauft und analysiert. Geplant ist, das Gerät zusammen mit dem Original am Messestand zu zeigen und so das Feedback von Messebesuchern und Kunden einzuholen.

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, wo nicht nur der

Preis eine Rolle spielt, 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 ist. Zudem kann ein Produkt nur dann legal in Deutschland vertrieben werden, wenn es ein CE-Zeichen trägt. Um dieses zu erhalten, muss das Produkt 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 Raubkopien

Auf Schutzrechte zu setzen, ergibt 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 zweifelhaft: 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 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. ■