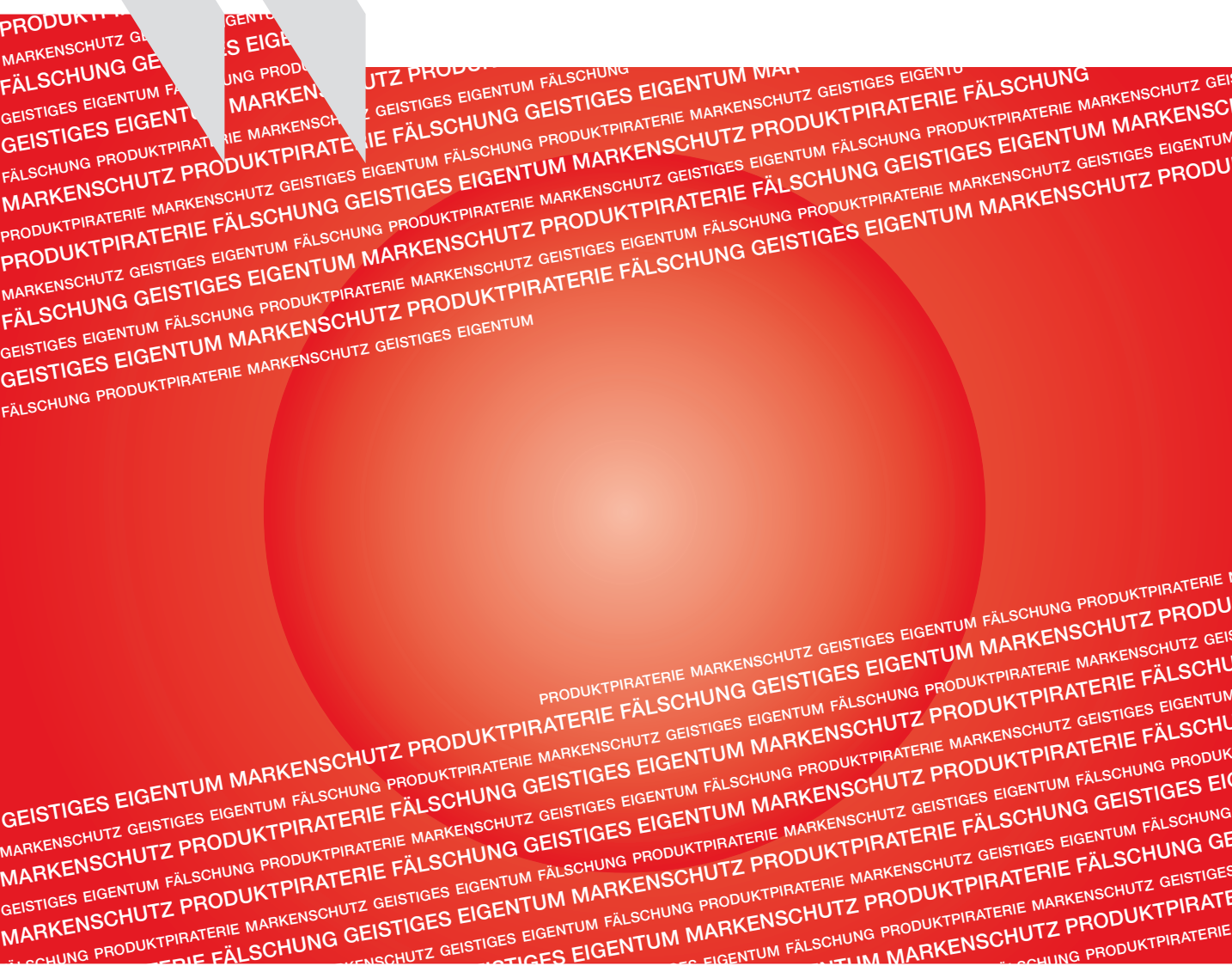


Die wirtschaftlichen Folgen von Produkt- und Markenpiraterie



Die wirtschaftlichen Folgen von Produkt- und Markenpiraterie

ORGANISATION FÜR WIRTSCHAFTLICHE ZUSAMMENARBEIT UND ENTWICKLUNG

Die OECD ist ein in seiner Art einzigartiges Forum, in dem die Regierungen von 30 demokratischen Staaten gemeinsam daran arbeiten, den globalisierungsbedingten Herausforderungen im Wirtschafts-, Sozial- und Umweltbereich zu begegnen. Die OECD steht auch in vorderster Linie bei den Bemühungen um ein besseres Verständnis der neuen Entwicklungen und der dadurch ausgelösten Befürchtungen. Sie hilft den Regierungen dabei, diesen neuen Gegebenheiten Rechnung zu tragen, indem sie Untersuchungen zu Themen wie Corporate Governance, Informationswirtschaft oder Probleme der Bevölkerungsalterung durchführt. Die Organisation bietet den Regierungen einen Rahmen, der es ihnen ermöglicht, ihre Politikerfahrungen auszutauschen, nach Lösungsansätzen für gemeinsame Probleme zu suchen, empfehlenswerte Praktiken aufzuzeigen und auf eine Koordinierung nationaler und internationaler Politiken hinzuarbeiten.

Die OECD-Mitgliedstaaten sind: Australien, Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Irland, Island, Italien, Japan, Kanada, Korea, Luxemburg, Mexiko, Neuseeland, die Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Portugal, Schweden, Schweiz, die Slowakische Republik, Spanien, die Tschechische Republik, Türkei, Ungarn, das Vereinigte Königreich und die Vereinigten Staaten. Die Kommission der Europäischen Gemeinschaften nimmt an den Arbeiten der OECD teil.

Über die OECD-Veröffentlichungen finden die Arbeiten der Organisation weite Verbreitung. Letztere erstrecken sich insbesondere auf Erstellung und Analyse statistischer Daten und Untersuchungen über wirtschaftliche, soziale und umweltpolitische Themen sowie die von den Mitgliedstaaten vereinbarten Übereinkommen, Leitlinien und Standards.

Das vorliegende Dokument wird unter der Verantwortung des Generalsekretärs der OECD veröffentlicht. Die darin zum Ausdruck gebrachten Meinungen und Argumente spiegeln nicht zwangsläufig die offizielle Einstellung der Organisation oder der Regierungen ihrer Mitgliedstaaten wider.

Originalfassungen veröffentlicht unter dem Titel:

The Economic Impact of Counterfeiting and Piracy

Übersetzung durch den Deutschen Übersetzungsdienst der OECD

Korrigenda zu OECD-Veröffentlichungen sind verfügbar unter: www.oecd.org/editions/corrigenda.

© OECD 2008

Die OECD gestattet das Kopieren, Herunterladen und Abdrucken von OECD-Inhalten für den eigenen Gebrauch sowie das Einfügen von Auszügen aus OECD-Veröffentlichungen, -Datenbanken und -Multimediaprodukten in eigene Dokumente, Präsentationen, Blogs, Websites und Lehrmaterialien, vorausgesetzt die OECD wird in geeigneter Weise als Quelle und Urheberrechtsinhaber genannt. Sämtliche Anfragen bezüglich Verwendung für öffentliche oder kommerzielle Zwecke bzw. Übersetzungsrechte sind zu richten an: rights@oecd.org. Die Genehmigung zur Kopie von Teilen dieser Publikation für den öffentlichen oder kommerziellen Gebrauch ist direkt einzuholen beim Copyright Clearance Center (CCC) unter info@copyright.com oder beim Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC) unter contact@fcopies.com.

Vorwort

Der vorliegende Bericht, der sich mit der Thematik der Produkt- und Markenpiraterie bei der Herstellung materieller Güter auseinandersetzt, ist die erste Phase eines Drei-Phasen-Projekts, in dessen Rahmen die wirtschaftlichen Folgen von Produktnachahmung und Markenpiraterie untersucht werden. Phase II wird sich mit der digitalen Piraterie befassen, während in Phase III alle anderen Formen von Produkt- und Markenpiraterie behandelt werden.

Erstellt wurde der Bericht von der Abteilung Strukturpolitik der OECD-Direktion Wissenschaft, Technologie und Industrie unter der Gesamtleitung von Wolfgang Hübner. Hauptautoren waren Peter Avery, Fabienne Cerri, Linda Haie-Fayle, Karsten Bjerring Olsen, Danny Scorpecci und Piotr Strykowski. Wesentliche Beiträge leisteten zudem Alexandra Excoffier, Jakob von Ganske, Shigeki Kamiyama, Young-Nien Li, Fabrizio Pagani, Christina Sampogna, Hagbong Sim, Yuing-Chun Tsai und Jeoung Yeol Yu.

Durchgeführt wurde die Studie unter Anleitung einer Informellen Beratergruppe, die sich aus sachverständigen Vertretern der Regierungen der OECD-Mitgliedsländer und der Industrie zusammensetzte, und das mit der Studie befasste Team möchte der Beratergruppe für ihre wertvolle Unterstützung seinen Dank aussprechen.

Der Bericht wurde dem OECD-Ausschuss für Industrie, Innovation und Unternehmertum vorgelegt, der seiner Veröffentlichung zustimmte. Realisiert wurde die Studie mit Unterstützung von Regierungen, Industrievertretern sowie internationalen Organisationen, wie der Welthandelsorganisation (WTO), der Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO), der Weltzollorganisation (WZO) und Interpol, und die Autoren danken allen Mitwirkenden für die von ihnen gelieferten Inputs.

Inhaltsverzeichnis

*(Die Anhänge zu den einzelnen Kapiteln sind nur
in der englischen Fassung im E-Book verfügbar)*

<i>Vorwort</i>	3
KURZZUSAMMENFASSUNG	11
Teil I ALLGEMEINER ÜBERBLICK ÜBER PRODUKT- UND MARKENPIRATERIE	17
Kapitel 1 EINFÜHRUNG	19
1.1 Hintergrund	19
1.2 Das OECD-Projekt	20
1.3 Definitionen und Parameter des Berichts	21
1.3.1 Marken	21
1.3.2 Urheberrechte und verwandte Schutzrechte	21
1.3.3 Patente	22
1.3.4 Gewerbliche Muster und Modelle	23
Literaturverzeichnis	24
<i>Annex 1.A1 Project mandate</i>	
<i>Annex 1.A2 Country/economy survey</i>	
<i>Annex 1.A3 Industry survey</i>	
<i>Annex 1.A4 Customs survey</i>	
Kapitel 2 DIE MÄRKTE FÜR GEFÄLSCHTE UND UNERLAUBT KOPIERTE PRODUKTE	25
2.1 Zusammenfassung	25
2.2 Marktstruktur	26
2.2.1 Marktakteure	26
2.2.2 Rechteinhaber	26
2.2.3 Fälscher und Produktpiraten	28
2.2.4 Verbraucher	28
2.2.5 Marktmerkmale	29
2.3 Bestimmungsfaktoren für Herstellung und Konsum gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte	32
2.3.1 Angebotsseitige Bestimmungsfaktoren	32
2.3.2 Faktoren, die Herstellung und Angebot beeinflussen	33
2.3.3 Marktmerkmale	34
2.3.4 Herstellung, Vertrieb und technische Aspekte	35
2.3.5 Institutionelle Merkmale	38
2.3.6 Nachfragebestimmende Faktoren	40
2.3.7 Nachfrage- und konsumbeeinflussende Faktoren	40
2.3.8 Produktmerkmale	41
2.3.9 Verbrauchermerkmale	42
2.3.10 Institutionelle Merkmale	43
Literaturverzeichnis	47
<i>Annex 2.A1. Quantifying supply and demand of counterfeit and pirated products</i>	

Kapitel 3	AKTUELLE SITUATION IM BEREICH PRODUKT- UND MARKENPIRATERIE	49
3.1	Zusammenfassung	49
3.2	Spektrum der Rechtsverletzungen	51
3.3	Ausmaß der Rechtsverletzungen	55
3.3.1	Gesamtausmaß	55
3.3.2	OECD-Erhebungen	56
3.3.3	Sonstige Erhebungen	56
3.3.4	Sektorspezifische Erhebungen	61
3.4	Herkunftsregionen gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte	62
3.5	Absatzregionen gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte	65
3.6	Vertriebskanäle	65
3.6.1	Vertriebswege	65
3.6.2	Niedergelassene Einzelhändler	65
3.6.3	Informelle Märkte und Handelsmessen	66
3.6.4	Internet	66
3.6.5	Logistik	68
3.7	Kriminelle Netzwerke und Organisierte Kriminalität	71
	Literaturverzeichnis	75
	<i>Annex 3.A1. Tables and figures</i>	
Kapitel 4	SCHÄTZUNG DES AUSMASSES DER PRODUKT- UND MARKENPIRATERIE	77
4.1	Ermittlung relativer Propensitäten	78
4.1.1	Überblick über die Methodik	79
4.1.2	Datenquellen	80
4.1.3	Schritt 1: Identifizierung sensibler Waren	81
4.1.4	Schritt 2: Identifizierung der Herkunftsvolkswirtschaften	83
4.1.5	Schritt 3: Schätzung der Propensitätsgrade	86
4.2	Verwendung der Propensitätsgrade zur Messung der Produkt- und Markenpiraterie im internationalen Handel	95
4.2.1	Schätzung des weltweiten Ausmaßes der Produkt- und Markenpiraterie	98
	Literaturverzeichnis	99
	<i>Annex 4.A1. Collection and assessment of data</i>	
	<i>Annex 4.A2. Construction of GTRIC-p</i>	
	<i>Annex 4.A3. Construction of GTRIC-e</i>	
	<i>Annex 4.A4. Construction and application of GTRIC</i>	
Kapitel 5	UNTERSUCHUNG DER WIRTSCHAFTLICHEN AUSWIRKUNGEN DER PRODUKT- UND MARKENPIRATERIE	101
5.1	Zusammenfassung	101
5.2	Allgemeine sozioökonomische Auswirkungen	103
5.2.1	Innovation und Wachstum	105
5.2.2	Kriminelle Aktivitäten	106
5.2.3	Umwelt	107
5.2.4	Beschäftigung	107
5.2.5	Ausländische Direktinvestitionen	108
5.2.6	Handel	109
5.3	Auswirkungen auf Rechteinhaber	110
5.3.1	Umsatzvolumen und Preise	110
5.3.2	Markenwert und Firmenimage	114
5.3.3	Lizenzgebühren	114
5.3.4	Investitionen	115

5.3.5	Kosten der Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie	116
5.3.6	Umfang der Geschäftstätigkeit	117
5.4	Auswirkungen auf Verbraucher	117
5.4.1	Gesundheit und Sicherheit	117
5.4.2	Verbrauchernutzen	119
5.5	Auswirkungen auf staatlicher Ebene	121
5.5.1	Steuereinnahmen	122
5.5.2	Kosten für Maßnahmen zur Bekämpfung von Produktpiraterie	122
5.5.3	Korruption	122
5.6	Entwicklungsländer	123
	Literaturverzeichnis	125
	<i>Annex 5.A1. Aggregated trade-related index of counterfeiting (ATRIC)</i>	
	<i>Annex 5.A2. Analysis of the relationship between counterfeiting, piracy and trade</i>	
	<i>Annex 5.A3. The relationship between IPR and trade: a review of studies</i>	
	<i>Annex 5.A4. Analysis of the relationship between counterfeiting, piracy and foreign direct investment</i>	
	<i>Annex 5.A5. Effects of counterfeiting and piracy on profitability: a review of studies</i>	
Kapitel 6	VERBESSERUNG DER INFORMATIONEN UND ANALYSEN	127
6.1	Informationsgewinnung	127
6.1.1	Informationen über Produktverletzungen	128
6.1.2	Informationen über Gesundheits- und Sicherheitseffekte	129
6.1.3	Zusätzliche Informationen durch Einsatz von Erhebungen, Stichprobenverfahren und ökonomischen Experimenten	130
6.1.4	Stichproben	131
6.1.5	Ökonomische Experimente	132
6.2	Verbesserung der Analysen	133
6.2.1	Untersuchung der Bestimmungsfaktoren	133
6.2.2	Sektorspezifische Analysen – Schätzung von Ausmaß und Effekten ..	133
6.2.3	Schätzung des Ausmaßes	134
	Literaturverzeichnis	136
	<i>Annex 6.A1. Indirect estimation of counterfeiting and piracy within a given industry</i>	
Teil II	BEKÄMPFUNG DER PRODUKT- UND MARKENPIRATERIE.....	137
Kapitel 7	ÜBERBLICK ÜBER INITIATIVEN VON STAAT UND WIRTSCHAFT	139
7.1	Zwischenstaatliche Initiativen	139
7.1.1	Multilateraler Rechtsrahmen	139
7.1.2	Regionale und bilaterale Übereinkünfte	141
7.2	Nationale Initiativen	141
7.2.1	Organisation und Koordination staatlicher Stellen	142
7.2.2	Politik	143
7.2.3	Rechts- und Regulierungsrahmen	143
7.2.4	Rechtsdurchsetzung	143
7.2.5	Internationale Zusammenarbeit	144
7.2.6	Sensibilisierung	145
7.2.7	Bewertung der Programme und ihrer Ergebnisse	145
7.2.8	Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Staat	146
7.3	Initiativen der Wirtschaft	146
7.4	Authentifizierungstechnologien	149
	Literaturverzeichnis	150

<i>Annex 7.A1. The international legal framework for combating counterfeiting and piracy</i>	
<i>The international legal instruments for combating counterfeiting and piracy</i>	
<i>Multilateral level</i>	
<i>Regional level</i>	
<i>Bilateral instruments</i>	
<i>Areas where international co-operation in the fight against counterfeiting and piracy could be further strengthened</i>	
<i>Annex 7.A2. Economy templates: overview of anti-counterfeiting policies</i>	
<i>Brazil</i>	
<i>Canada</i>	
<i>China</i>	
<i>European Union</i>	
<i>France</i>	
<i>India</i>	
<i>Israel</i>	
<i>Italy</i>	
<i>Japan</i>	
<i>Korea</i>	
<i>Russia</i>	
<i>Switzerland</i>	
<i>Chinese Taipei</i>	
<i>United Kingdom</i>	
Teil III	ÜBERBLICK ÜBER EINZELNE WIRTSCHAFTSZWEIGE 151
Kapitel 8	AUDIOVISUELLER SEKTOR 157
8.1	Überblick 157
8.2	Arten von Rechtsverletzungen 159
8.3	Vorgehensweisen 161
8.3.1	Kommerzielle Großproduktion 161
8.3.2	Kommerzielle Kleinproduktion 162
8.4	Hauptmotive für Herstellung und Konsum von Raubkopien 164
8.5	Die Frage der Überkapazitäten in der Produktion optischer Speicherplatten 165
8.6	Piraterie-Raten und wichtigste Produktionszentren 166
8.6.1	Datenverfügbarkeit 166
8.6.2	Musikpiraterie 168
8.6.3	Filmpiraterie 170
8.7	Auswirkungen der Produktpiraterie auf die Musik- und Filmindustrie 172
8.7.1	Allgemeine Effekte 172
8.7.2	Spezifische Auswirkungen auf die Musikindustrie 174
8.7.3	Spezifische Auswirkungen auf die Filmindustrie 175
8.8	Gegenmaßnahmen 177
8.9	Organisierte Kriminalität 179
	Literaturverzeichnis 182
<i>Annex 8.A1. Historical development of piracy in audio and visual sectors</i>	
Kapitel 9	KRAFTFAHRZEUGSEKTOR 185
9.1	Überblick 185
9.2	Arten von Rechtsverletzungen 185
9.2.1	Markenrechtsverletzungen 185
9.2.2	Patentverletzungen 186
9.2.3	Musterrechtsverletzungen 186
9.2.4	Zusammenfassung 187

9.3	Am stärksten betroffene Produkte	188
9.4	Ausmaß, Tragweite und Trend der Rechtsverletzungen	190
9.5	Hauptmotive für Produktion und Konsum gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte	191
9.6	Produktionszentren für gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte	193
9.7	Vorgehensweisen sowie Transport gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte	194
9.8	Auswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie im Automobilsektor ...	196
9.8.1	Allgemeine Auswirkungen	196
9.8.2	Sektorspezifische Auswirkungen in der Automobilbranche	197
9.8.3	Spezifische sicherheitsrelevante Auswirkungen	198
9.9	Gegenmaßnahmen	199
9.10	Die Rolle der Organisierten Kriminalität	201
	Literaturverzeichnis	204
Kapitel 10 ELEKTROINDUSTRIE		205
10.1	Überblick	205
10.2	Arten von Rechtsverletzungen	206
10.3	Am stärksten betroffene Produkte	206
10.4	Vorgehensweisen	208
10.5	Hauptmotive für die Herstellung und den Kauf von gefälschten Elektroteilen	209
10.6	Ausmaß und Spektrum der Rechtsverletzungen sowie Trends	210
10.7	Auswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie auf die Elektroindustrie	211
10.8	Gegenmaßnahmen	212
10.8.1	Brancheninterne Zusammenarbeit	212
10.8.2	Schulungen und Sensibilisierung der Öffentlichkeit	212
10.8.3	Technologie	212
10.8.4	Produktionsverlagerung	213
10.8.5	Marketingstrategien	213
10.8.6	Rechtsdurchsetzungsmaßnahmen	213
10.8.7	Zusammenarbeit mit den Regierungen	214
	Literaturverzeichnis	216
Kapitel 11 NAHRUNGSMITTEL- UND GETRÄNKESEKTOR		217
11.1	Überblick	217
11.2	Arten von Rechtsverletzungen	217
11.3	Produkte mit besonders hoher Fälschungsanfälligkeit	218
11.4	Produktion und Vertrieb	219
11.5	Hauptmotive für Produktion und Konsum gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte	220
11.6	Ausmaß und Spektrum	221
11.7	Wichtigste Effekte der Produktpiraterie in diesem Sektor	223
11.7.1	Auswirkungen auf Hersteller	223
11.7.2	Gesundheitliche Aspekte	224
11.7.3	Sonstige Effekte	225
11.8	Gegenmaßnahmen	225
11.9	Mögliche gezielte Maßnahmen zur Lösung der Probleme in diesem Sektor	227
11.10	Zusammenfassung	228
	Literaturverzeichnis	231

Kapitel 12	ARZNEIMITTEL	233
12.1	Überblick	233
12.2	Arten von Rechtsverletzungen	236
12.3	Am stärksten betroffene Produkte	238
12.3.1	Bulkware	238
12.3.2	Fertigarzneimittel	239
12.3.3	Verpackung und Warenkennzeichnung	240
12.4	Ausmaß, Spektrum und Trends	242
12.5	Vorgehensweisen	249
12.5.1	Herstellung und Produktion	249
12.5.2	Vertriebskette	252
12.5.3	Internet	253
12.5.4	Korruption, Organisierte Kriminalität und terroristische Aktivitäten...	255
12.6	Auswirkungen der Fälschung und Nachahmung von Arzneimitteln	255
12.6.1	Patienten/Verbraucher	255
12.6.2	Privater Sektor	257
12.6.3	Staat	259
12.7	Maßnahmen zur Bekämpfung der Fälschung und Nachahmung von Arzneimitteln	259
12.7.1	Technologien	260
12.7.2	Rechts- und Regulierungsmechanismen	262
12.7.3	Aufklärung von Öffentlichkeit/Patienten und entsprechende Kommunikation	264
12.7.4	Rechtsdurchsetzung	265
12.7.5	Sicherung der Vertriebs-/Lieferkette	267
12.8	Schlussbetrachtungen	269
	Literaturverzeichnis	272
Kapitel 13	TABAKINDUSTRIE.....	275
13.1	Überblick	275
13.2	Arten von Rechtsverletzungen	275
13.3	Am stärksten betroffene Produkte	275
13.4	Die Bedeutung von Verbrauchsteuern und sonstigen Steuern	276
13.5	Vorgehensweisen	277
13.6	Hauptmotive für die Herstellung und den Konsum von gefälschten Tabakwaren	279
13.7	Ausmaß, Spektrum und Trends der Rechtsverletzungen	279
13.8	Produktions- und Vertriebszentren für gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte	281
13.9	Auswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie auf die Tabakwarenbranche	282
13.10	Gegenmaßnahmen	284
	Literaturverzeichnis	287

KURZZUSAMMENFASSUNG

Ausmaß und Auswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie erfordern energische Aktionen

Aus der in diesem Bericht durchgeführten Analyse geht hervor, dass der internationale Handel mit gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten 2005 ein Volumen von bis zu 200 Mrd. US-\$ erreicht haben könnte. In dieser Summe sind weder die im Inland hergestellten und konsumierten Produktfälschungen noch das erhebliche Volumen an raubkopierten digitalen Produkten enthalten, die über das Internet vertrieben werden. Bei Hinzurechnung dieser Produkte könnte das Gesamtvolumen der Produkt- und Markenpiraterie weltweit durchaus um mehrere Hundert Milliarden US-Dollar größer sein.

Produkt- und Markenpiraterie sind illegale Unternehmungen, bei denen kriminelle Netzwerke florieren. Der Bericht zeigt auf, dass die Produkte, die sie und andere Fälscher und Produktpiraten herstellen und vertreiben, häufig qualitativ minderwertig sind und sogar gefährlich sein und Gesundheits- und Sicherheitsrisiken bergen können, die von geringfügig bis lebensbedrohlich reichen. Gesamtwirtschaftlich betrachtet bremsen die Produkt- und Markenpiraterie die Innovationstätigkeit, die einen entscheidenden Faktor für das Wirtschaftswachstum darstellt.

Ausmaß und Auswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie sind derart signifikant, dass sie von Seiten des Staats, der Wirtschaft und der Verbraucher energische und nachhaltige Aktionen erfordern. Eine effizientere Rechtsdurchsetzung ist in dieser Hinsicht von entscheidender Bedeutung, ebenso wie die Notwendigkeit, die Unterstützung der Öffentlichkeit für die Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie zu gewinnen. Eine verstärkte Zusammenarbeit auf der Ebene der Regierungen sowie mit der Industrie wäre in dieser Hinsicht hilfreich und eine bessere Datenerfassung würde sich ebenfalls als nützlich erweisen.

Wichtigste Ergebnisse und Empfehlungen

Dieser Bericht zeigt Mittel und Wege auf, wie sich Informationen gewinnen und Analysen durchführen lassen und appelliert an die Regierungen, eine Stärkung ihrer Rechts- und Regulierungsrahmen in Betracht zu ziehen, für eine effektivere Rechtsdurchsetzung zu sorgen und die bestehenden Maßnahmen, Programme und Praktiken einer eingehenderen Evaluierung zu unterziehen.

Die Marktanalyse ist ein kritisches Element für die Entwicklung wirksamer Gegenmaßnahmen

Der Markt für gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte lässt sich in zwei wichtige Submärkte unterteilen. Am *Primärmarkt* kaufen Verbraucher gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte in dem Glauben, Originalprodukte erworben zu haben. Diese Produkte sind häufig von minderer Qualität und bergen Gesundheits- und Sicherheitsrisiken, die von

Hauptelemente des Berichts

- Analyse der Struktur der Märkte für gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte; in der Analyse wird hervorgehoben, wie wichtig es ist, zwischen Verbrauchern zu unterscheiden, die gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte wissentlich kaufen, und solchen, die mit derartigen Produkten getäuscht werden.
- Beurteilung des Spektrums an gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten.
- Untersuchung der Hauptmotive für Produktion und Konsum.
- Schätzung des potenziellen Volumens der gefälschten und unerlaubt kopierten Produkte im internationalen Handel auf der Basis eines neuen ökonometrischen Modells.
- Aufstellung und Anwendung eines 17-Punkte-Rahmens zur Untersuchung der Auswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie auf die Gesamtwirtschaft sowie auf Rechteinhaber, Verbraucher und Staat.
- Vorstellung eines Rahmens zur Beurteilung der Wirksamkeit von Politiken und entsprechenden Initiativen zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie.
- Beschreibung und Evaluierung der wichtigsten nationalen und internationalen Initiativen, die von Seiten der Regierungen und Unternehmen zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie verfolgt werden.
- Eingehende Untersuchung der Situation im audiovisuellen, Kraftfahrzeug-, Elektro-, Nahrungsmittel- und Getränke-, Arzneimittel- sowie Tabaksektor.
- Skizzierung von Möglichkeiten zur Verbesserung der Informationsgewinnung und Analyse über Produkt- und Markenpiraterie.
- Identifizierung von Bereichen, in denen Politiken und Praktiken zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie verstärkt werden könnten.

geringfügig bis lebensbedrohlich reichen. Am *Sekundärmarkt* kaufen die Verbraucher wissentlich gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte, die sie als Schnäppchen betrachten. Die Aktionen und Maßnahmen zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie gestalten sich an den beiden Märkten unterschiedlich; bei der Konzipierung produktspezifischer Strategien ist es daher wichtig zu wissen, wie groß die vom jeweiligen Markt ausgehende Bedrohung ist.

Die Studie identifiziert eine Reihe von Faktoren, die für das Verständnis der Frage wichtig sind, warum einige Produkte häufiger gefälscht und unerlaubt kopiert werden als andere und warum die Produkt- und Markenpiraterie in einigen Teilen der Welt ein weiter verbreitetes Phänomen darstellt als in anderen. Zusammengenommen bilden diese Faktoren einen Rahmen für die Beurteilung der *Propensität*, mit der ein Produkt gefälscht oder unerlaubt kopiert wird, der als Orientierung für quantitative Untersuchungen dienen kann. Die Faktoren können auch herangezogen werden, um Bereiche zu ermitteln, auf die Staat und Wirtschaft ihre Anstrengungen zur Bekämpfung illegaler Operationen konzentrieren sollten. Der Propensitätsrahmen findet in der Analyse der Fallstudien aus sechs Wirtschaftssektoren Anwendung.

Ausmaß und Spektrum übersteigen das nationale BIP von 150 Volkswirtschaften und betreffen fast alle Produktsektoren

Diese Studie zeigt, dass gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte in praktisch allen Volkswirtschaften hergestellt und konsumiert werden, wobei sich Asien als die mit Abstand größte Produktionsregion herauskristallisiert. In den letzten Jahren hat sich das Spektrum der rechtsverletzenden Produkte alarmierend ausgeweitet und reicht von Luxusartikeln

(wie Luxusuhren und Designerkleidung) bis zu Produkten, die Auswirkungen auf die Gesundheit und Sicherheit des Einzelnen haben (wie Arzneimittel, Nahrungsmittel und Getränke, medizinische Ausrüstungen, Pflegeartikel, Spielzeug, Tabakwaren und Kfz-Teile).

In Bezug auf die Größenordnung wird in der Studie festgehalten, dass in einer Reihe von Sektoren vielversprechende Arbeiten durchgeführt worden sind, um das Ausmaß der Produkt- und Markenpiraterie messen zu können, dass aber noch wesentlich mehr getan werden könnte und sollte. Die Situation ist in jeder Branche wieder anders geartet, so dass die Verfahren für die Durchführung einer derartigen Analyse jeweils auf den betreffenden Sektor zugeschnitten sein müssen.

Bisher ist keine rigorose quantitative Analyse durchgeführt worden, um das Gesamtausmaß der Produkt- und Markenpiraterie zu messen. Der vorliegende Bericht weist auf die Schwierigkeiten, die es zu überwinden gilt, bevor eine derartige Schätzung durchgeführt werden kann und präsentiert dann eine Methodik zur Schätzung der Bedeutung von Produkt- und Markenpiraterie im internationalen Handel, der nur einen, wenn auch wichtigen Teil des Gesamtbilds darstellt.

Eine Analyse internationaler Handelsdaten (auf der Basis des Zollwerts der angelieferten Ware¹) wurde unter Verwendung dieser Methodik durchgeführt; sie lässt darauf schließen, dass im Jahr 2005 international gehandelte Produkte im Wert von bis zu 200 Mrd. US-\$ gefälscht oder unerlaubt kopiert gewesen sein könnten. Dieser Betrag übersteigt das nationale BIP von etwa 150 Volkswirtschaften². Die Summe umfasst aber weder die im Inland hergestellten und konsumierten Produktfälschungen noch die immateriellen, raubkopierten digitalen Produkte, die über das Internet vertrieben werden. Bei Hinzurechnung dieser Produkte könnte das Gesamtvolumen der Produkt- und Markenpiraterie weltweit durchaus um mehrere Hundert Milliarden US-Dollar größer sein.

Die Auswirkungen sind weitreichend und tiefgreifend

Der Bericht enthält einen Rahmen zur Beurteilung der Auswirkungen von Produkt- und Markenpiraterie, der in der Analyse Anwendung findet. Diese umfasst Untersuchungen 1. der allgemeinen sozioökonomischen Auswirkungen (auf Innovation und Wachstum, Kriminalität, Umwelt, Beschäftigung, ausländische Direktinvestitionen und Handel), 2. der Auswirkungen auf Rechteinhaber (auf Umsatzvolumen und Preise, Markenwert und Firmenimage, Nutzungs- und Lizenzgebühren, Unternehmensinvestitionen, Kosten und Umfang der Geschäftstätigkeit), 3. der Auswirkungen auf Verbraucher (Gesundheits- und Sicherheitsrisiken sowie Verbrauchernutzen) sowie 4. der Auswirkungen auf staatlicher Ebene (Steuereinnahmen, Ausgaben und Korruption).

Die Analyse zeigt, dass kriminelle Netzwerke und Organisierte Kriminalität bei Aktivitäten der Produkt- und Markenpiraterie florieren. Die von Fälschern und Produktpiraten hergestellten Artikel sind häufig von minderer Qualität und für die Käufer in manchen Fällen lebensbedrohlich. Diese illegalen Aktivitäten bringen die rechtmäßigen Anbieter um Marktanteile und untergraben die Innovationstätigkeit, was sich negativ auf das Wirtschaftswachstum auswirkt. Die mit der Produkt- und Markenpiraterie einhergehende Korruption schwächt die Effektivität der öffentlichen Institutionen, was zu Lasten

-
1. Der Zollwert ist der einer Ware von den Zollbeamten zugewiesene Wert; in den meisten Fällen entspricht er dem auf der Begleitrechnung angegebenen Transaktionswert. Im Zollwert der angelieferten Ware sind die Versicherungs- und Frachtkosten inbegriffen, die beim Transport von Waren aus dem Herkunfts- in das Bestimmungsland entstehen. Nähere Informationen zur Wertbestimmung finden sich in der UN-Comtrade-Datenbank (<http://comtrade.un.org/>).
 2. Auf der Basis von Weltbankdaten für das Jahr 2005.

der Gesamtgesellschaft geht. Außerdem müssen die Einsparungen, die Verbraucher durch den wissentlichen Erwerb preiswerterer gefälschter oder unerlaubt kopierter Produkte erzielen, in einem breiteren Kontext betrachtet werden. Je nach Produkt kann der Käufer im Endeffekt schlechter dastehen. In einigen Fällen setzen sich Verbraucher, die Geld sparen möchten, Gesundheits- und Sicherheitsrisiken aus, wenn die betreffenden Produkte qualitativ minderwertig sind. Auch der Staat wird direkt in Mitleidenschaft gezogen: Es entgehen ihm Steuereinnahmen, und für die Bekämpfung des Problems sind Kosten aufzubringen; zudem werden die öffentlichen Institutionen geschwächt, wenn kriminelle Netzwerke sich der Korruption bedienen, um ihre Aktivitäten der Produkt- und Markenpiraterie zu erleichtern.

Politiken und Maßnahmen

Dieser Bericht enthält einen Acht-Punkte-Rahmen zur Beurteilung der Wirksamkeit von Politiken und Maßnahmen zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie und beschreibt die Situation in 15 verschiedenen Volkswirtschaften/Regionen (Brasilien, Kanada, China, Europäische Union, Frankreich, Indien, Israel, Italien, Japan, Korea, Russland, Schweiz, Chinesisch Taipeh, Vereinigtes Königreich, Vereinigte Staaten). Aus der Analyse geht hervor, dass die untersuchten Volkswirtschaften offenbar Mechanismen zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie entwickelt haben, und diese Mechanismen in den meisten Fällen den im Übereinkommen der Welthandelsorganisation über handelsbezogene Aspekte der Rechte des geistigen Eigentums (TRIPS) enthaltenen grundlegenden Verpflichtungen gerecht werden. Innerhalb dieses Rahmens wurde in den letzten Jahren ein allgemeiner Trend dahingehend beobachtet, dass die Volkswirtschaften ihre zivil- und strafrechtlichen Sanktionen verschärfen. In der Praxis ist die Rechtsdurchsetzung in den Augen vieler aber weiterhin unzureichend.

Verbesserung der Bemühungen zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie

Auf der Ebene der nationalen Regierungen bestehen die beiden größten Herausforderungen bei der Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie darin, 1. Mittel und Wege zur Verstärkung der Rechtsdurchsetzung zu finden und 2. das Bewusstsein für die Problematik der Produkt- und Markenpiraterie zu schärfen. Es muss mehr getan werden, um Produkt- und Markenpiraterie dort aufzudecken und zu unterbinden, wo die Rechtsverletzung beginnt. Ferner bedarf es Aktionen, um zu verhindern, dass das Internet zu einem noch beliebteren Vertriebskanal für gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte wird. Auf multilateraler Ebene könnten Möglichkeiten zur Stärkung des bestehenden Rahmens und der angewandten Praktiken untersucht werden. Zu den diesbezüglich unterbreiteten Vorschlägen zählen eine Verschärfung der zivil- und strafrechtlichen Sanktionen, um den den Rechteinhabern zugefügten Schaden besser zu beheben, eine Ausweitung der Kontrollmaßnahmen an den Grenzübergängen sowie eine verstärkte Informationsoffenlegung. Auf staatlicher Ebene könnte auch die Zusammenarbeit mit der Industrie und unter den Regierungen ausgebaut werden. Schließlich könnte die Konzipierung wirksamer Politiken und Praktiken durch regelmäßige Evaluierungen im Rahmen von Peer Reviews und damit verbundenen Prüfungen erleichtert werden.

Wenngleich die OECD-Studie Einblicke in die Situation vermitteln konnte, wird im Bericht auch festgestellt, dass die Informationsbasis verstärkt werden muss. Staat, Wirtschaft und sonstige interessierte Akteure könnten in Bezug auf die Sammlung und Analyse von Informationen, die für die Gestaltung, Entwicklung und Umsetzung effektiver Strategien zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie unerlässlich sind, eine weitaus bessere

Arbeit leisten. Der Bericht identifiziert eine Reihe von Möglichkeiten für ein entsprechendes Vorgehen, darunter: 1. Einführung eines einheitlichen Konzepts für die Sammlung von Daten zur Rechtsdurchsetzung, 2. Entwicklung eines Berichterstattungsrahmens für die Dokumentation von Gesundheits- und Sicherheitseffekten gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte, 3. vermehrter Einsatz von Erhebungen, um Aufschluss über die Märkte für gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte zu erhalten und 4. Verstärkung der Zusammenarbeit zwischen Staat und Wirtschaft.

Bessere Informationen würden es ermöglichen, weitreichendere Analysen über Ausmaß und Auswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie auf die Volkswirtschaften durchzuführen. Diese wiederum würden den Regierungen und anderen Interessengruppen eine solidere Grundlage für die Konzipierung fundierter und wirksamerer Politiken und Programme zur Bekämpfung illegaler Praktiken liefern.

Teil I

**ALLGEMEINER ÜBERBLICK
ÜBER PRODUKT- UND MARKENPIRATERIE**

Kapitel 1

EINFÜHRUNG

1.1 Hintergrund

Der Schutz der Rechte des geistigen Eigentums (*intellectual property rights* – IPR) ist für die Regierungen ein wichtiges Thema, das mehr und mehr an Priorität gewinnt. Diese Bedeutung spiegelt einerseits die wachsende Anerkennung der Schlüsselrolle wider, die geistiges Eigentum (*intellectual property* – IP) bei der Förderung von Innovation und Wachstum zukommt, und andererseits die zunehmende Besorgnis über die negativen Effekte, die Produkt- und Markenpiraterie auf die Volkswirtschaften und die Gesellschaft insgesamt ausüben.

Die Tatsache, dass sich Produkt- und Markenpiraterie immer stärker verbreiten, stellt in dieser Hinsicht ein großes Problem dar. Produkte, die geistige Eigentumsrechte verletzen, beschränken sich nicht mehr auf gefälschte Markenartikel wie Modebekleidung, Luxusuhren und Designersonnenbrillen, sondern umfassen nun auch zunehmend alltägliche Nahrungsmittel und Getränke, Arzneimittel, Chemikalien sowie Elektronik- und Haushaltsgeräte. Diese Produkte, die häufig nicht den Normen entsprechen, können erhebliche Gesundheits- und Sicherheitsrisiken für die Verbraucher mit sich bringen. Darüber hinaus scheinen gefälschte Produkte, die traditionell überwiegend auf Straßmärkten verkauft wurden, immer rascher in legale Vertriebssysteme und mithin in die Regale niedergelassener Geschäfte zu gelangen. Kriminelle Vereinigungen dürften hier zunehmend ihre Hand im Spiel haben, denn sie profitieren von dem äußerst lukrativen Piraterie-Geschäft erheblich. Schließlich bietet die zunehmende Nutzung des Internets als Vertriebsplattform einen neuen Umschlagplatz, den Fälscher und Produktpiraten rasch zu erschließen wussten.

Daher wird vor allem auf eine verstärkte internationale Zusammenarbeit gesetzt, um den Handel mit gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten einzudämmen. Die wachsende Priorität zeigt sich in den Anstrengungen, die in den letzten Jahren von den Regierungen und der Wirtschaft unternommen wurden, um die Effektivität von IP-Maßnahmen und -Programmen weltweit zu verbessern. Dazu zählen Aktionen auf nationaler Ebene, sektorale Initiativen und Kooperation bei multilateralen Bemühungen.

Auf multilateraler Ebene arbeiten die Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO), die Weltzollorganisation (WZO) und Interpol eng mit der Wirtschaft zusammen, um neue Strategien zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie zu identifizieren, und gemeinsam haben sie seit 2004 mehrere globale und regionale Tagungen zur Behandlung aufkommender Fragen veranstaltet. Darüber hinaus bietet die Welthandelsorganisation (WTO) ein Forum für Diskussionen über Fragen im Zusammenhang mit dem Schutz geistigen Eigentums, insbesondere im Rahmen des Übereinkommens über handelsbezogene Aspekte der Rechte des geistigen Eigentums (TRIPS), das während der Uruguay-Runde geschlossen wurde.

Dieser Themenkomplex wurde auch auf plurilateraler Ebene im Kontext der G8-Gipfeltreffen von 2005 und 2006 angegangen. Die G8-Länder erkannten an, dass der Innovationsprozess zunehmend durch Rechtsverletzungen auf dem Gebiet des geistigen Eigentums bedroht wird und bekräftigten erneut ihre Entschlossenheit, Fälschung und Piraterie zu bekämpfen (G8, 2006).

1.2 Das OECD-Projekt

Die von Politik und Wirtschaft ergriffenen Initiativen zur Verstärkung der Anstrengungen im Kampf gegen Produkt- und Markenpiraterie wurden durch einen Mangel an Informationen über das Ausmaß und die Tragweite des Problems weltweit erschwert. Die illegale Natur der rechtsverletzenden Aktivitäten und die daraus resultierenden Schwierigkeiten, statistische Informationen zu gewinnen, sind entscheidende Faktoren in dieser Hinsicht.

Um eine Verbesserung der Situation herbeizuführen, wandten sich die Regierungen mit Unterstützung der Wirtschaft an die OECD und ersuchten sie, eine umfassende Evaluierung des Problems durchzuführen, aufbauend auf einem 1998 veröffentlichten Bericht über Produktfälschungen (OECD, 1998) (eine Beschreibung der Aufgabenstellung findet sich in Anhang 1.A1). Die Evaluierung soll in drei Phasen erfolgen, wobei dieser Bericht die erste Phase abdeckt¹. In dieser Phase werden Rechtsverletzungen in Bezug auf Marken, Urheberrechte, Patente und Musterrechte untersucht, soweit es sich um physische (d.h. nichtdigitale) Produkte handelt. Das bedeutet, dass immaterielle Produkte wie digitale Dateien, die über das Internet oder andere elektronische Mittel ausgetauscht werden, in dieser ersten Phase nicht berücksichtigt sind. Die Arbeiten werden gemeinsam von den Regierungen und der Wirtschaft finanziert.

Die Phase I gliedert sich wie folgt: 1. Analyse der Trends und Entwicklungen im Bereich der Produkt- und Markenpiraterie und Untersuchung ihrer Effekte auf die Rechteinhaber, die Verbraucher und die Gesellschaft insgesamt (einschließlich staatlicher Stellen), 2. Erforschung von Techniken, die eingesetzt werden können, um die Messung des Volumens und des Spektrums von Produkt- und Markenpiraterie weltweit zu verbessern, 3. Beschreibung und Bewertung der Politiken und Maßnahmen zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie in OECD-Ländern und in Nicht-OECD-Volkswirtschaften, sowohl auf nationaler als auch multilateraler Ebene, und 4. eine Reihe branchenspezifischer Untersuchungen, die die unterschiedlichen Formen illustrieren, die Produkt- und Markenpiraterie annehmen können, sowie die verschiedenartigen Effekte, die gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte auf betroffene Parteien haben können.

Die Forschungsarbeiten wurden in Zusammenarbeit mit Einzelpersonen, Unternehmen, Organisationen und Regierungsstellen durchgeführt, die auf dem Gebiet des geistigen Eigentums über Fachwissen und Erfahrung verfügen. Die Informationen wurden aus unterschiedlichen Quellen gesammelt, so auch mit Hilfe von Fragebogen, die an staatliche Stellen gingen – ein allgemeiner Länderfragebogen (vgl. Anhang 1.A2) sowie ein Fragebogen für die Zollverwaltungen (vgl. Anhang 1.A4) – und an die Wirtschaft (vgl. Anhang 1.A3). Der allgemeine Länderfragebogen wurde an die 30 OECD-Mitgliedsländer und sechs Nicht-OECD-Volkswirtschaften gesandt. Den Fragebogen für die Zollverwaltungen erhielten alle 169 WZO-Mitglieder. Der Unternehmensfragebogen wurde allgemein zur Verfügung gestellt und von den Wirtschaftsverbänden unter ihren

1. Phase II wird sich auf die digitale Piraterie konzentrieren, während in Phase III der Schwerpunkt auf anderen Arten von IPR-Verletzungen liegen wird. Die Arbeiten für jede dieser Phasen werden aufgenommen, sobald der Untersuchungsrahmen für jede Phase festgelegt und die Finanzierung sichergestellt ist.

Mitgliedern verteilt. Zum allgemeinen Länderfragebogen gingen 20 Antworten ein, zum Fragebogen für die Zollverwaltungen 70 und zu dem Unternehmensfragebogen etwa 80. Darüber hinaus wurden zur Unterstützung der Arbeiten zwei Sachverständigentagungen veranstaltet, um Möglichkeiten zur Verbesserung der Messtechniken zu erforschen.

1.3 Definitionen und Parameter des Berichts

Produkt- und Markenpiraterie sind Begriffe, die verwendet werden, um eine Reihe illegaler Aktivitäten zu beschreiben, die mit IPR-Verletzungen in Zusammenhang stehen. Das Mandat für das OECD-Projekt beschränkt die Untersuchungen auf IPR-Verletzungen, die im WTO-Übereinkommen über handelsbezogene Aspekte der Rechte des geistigen Eigentums (TRIPS) erläutert werden². Wie zuvor ausgeführt, erstreckt sich die erste Phase des Projekts auf vier Arten von Rechtsverletzungen: Marken, Urheberrechte, Patente und Musterrechte (soweit es sich um materielle Produkte handelt).

1.3.1 *Marken*

Eine Marke ist ein unterscheidungskräftiges Zeichen, das bestimmte Waren oder Dienstleistungen als solche identifiziert, die von einer bestimmten Person oder einem bestimmten Unternehmen hergestellt oder angeboten werden. Im Rahmen des TRIPS-Übereinkommens schließt dies alle Zeichen und alle Zeichenkombinationen ein, die geeignet sind, die Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Solche Zeichen können insbesondere Wörter einschließlich Personennamen, Buchstaben, Zahlen, Abbildungen und Farbverbindungen, sowie alle Kombinationen solcher Zeichen umfassen.

Dem Inhaber der Marke steht das ausschließliche Recht zu, Dritten die unbefugte Benutzung der Zeichen für Waren oder Dienstleistungen, die mit denen der eingetragenen Marke identisch oder diesen ähnlich sind, zu verbieten, wenn dies die Gefahr von Verwechslungen nach sich zieht (Artikel 16 (1) TRIPS). Der Markenschutz kann zudem begrenzte Ausnahmen vorsehen, wie etwa eine lautere Benutzung beschreibender Angaben, vorausgesetzt dass bestimmte Bedingungen eingehalten werden. Diese sind in Artikel 17 TRIPS aufgeführt. Selbst wenn die Schutzdauer unterschiedlich lang sein kann, beträgt die Laufzeit der ursprünglichen Eintragung gemäß Artikel 18 TRIPS mindestens sieben Jahre. Die Eintragung kann durch Zahlung zusätzlicher Gebühren unbegrenzt verlängert werden.

In einigen Staaten müssen Marken nicht eingetragen werden, um Schutz zu genießen. Selbst in diesen Fällen bietet die Eintragung jedoch eine Reihe von Vorteilen. Gemäß dem Madrider Protokoll kann z.B. nach Eintragung oder Anmeldung einer Marke in einem Staat ein Antrag auf gleichzeitige Registrierung der Marke in einer Vielzahl von Staaten gestellt werden, und zwar im Rahmen eines internationalen Anmeldeverfahrens, das von der WIPO in Zusammenarbeit mit den nationalen Behörden überwacht wird.

1.3.2 *Urheberrechte und verwandte Schutzrechte*

Das Urheberrecht beschreibt die Rechte, die einem Urheber auf Grund seines kreativen Werkes zustehen. Zu der Art von Werken, die urheberrechtlich geschützt werden können, gehören literarische Werke wie Romane, Gedichte, Theaterstücke, Nachschlagewerke,

2. Nicht normgerechte, verfälschte oder falsch ausgezeichnete Arzneimittel, die weder eine Marke noch ein Patent verletzen, gehen daher über den Rahmen der Studie hinaus ebenso wie z.B. Autoersatzteile wie Ölfilter und Scheinwerfer, die von anderen Firmen als dem Originalausstatter hergestellt werden (sofern die Ersatzteile weder ein Patent noch eine Marke verletzen).

Zeitungen und Computerprogramme; Datenbanken; Filme, Kompositionen, Tonaufnahmen, Darbietungen, Funksendungen und Choreographien; künstlerische Werke wie Gemälde, Zeichnungen, Fotografien und Skulpturen; Architektur; sowie Werbung, Karten und technische Zeichnungen. Urheberrechte erstrecken sich nicht auf Ideen, Verfahren, Arbeitsweisen oder mathematische Konzepte als solche. Im Gegensatz zu Marken müssen kreative Werke nicht eingetragen werden, um geschützt zu sein; ein Urheberrecht gilt ab dem Moment der Schaffung des literarischen oder künstlerischen Werkes. Eine formale Eintragung kann jedoch zusätzlichen Schutz bieten.

Dem Urheber steht durch das Urheberrecht das ausschließliche Recht zu, Dritten die Nutzung des Werkes ohne seine Erlaubnis zu verbieten. Unter Verwertungen, die eine Zustimmung des Rechteinhabers erfordern, fallen die Vervielfältigung des Werkes in unterschiedlichen Formen, wie gedruckte Publikationen oder Tonaufnahmen, die Verbreitung von Kopien, die öffentliche Wiedergabe des Werkes, seine Sendung oder sonstige Kommunikation an die Öffentlichkeit, seine Übersetzung in andere Sprachen und seine Bearbeitung, z.B. das Umschreiben eines Romans zu einem Drehbuch. Gemäß Artikel 6^{bis} der Berner Übereinkunft werden dem Urheber auch bestimmte Urheberpersönlichkeitsrechte gewährt, wie z.B. das Recht, die Urheberschaft am Werk für sich in Anspruch zu nehmen und sich jeder Änderung des Werkes zu widersetzen, die seiner Ehre oder seinem Ruf nachteilig sein könnte; nach dem TRIPS-Übereinkommen ist dies nicht vorgeschrieben. Beschränkungen und Ausnahmen von ausschließlichen Rechten sind in der Berner Übereinkunft und Artikel 13 TRIPS dargelegt.

Verwandte Schutzrechte dienen dem Schutz der Interessen von ausübenden Künstlern, Herstellern von Tonaufnahmen und Sendeunternehmen. Ebenso wie den Urhebern kommen ihnen bestimmte ausschließliche Rechte zugute, die in Artikel 14 TRIPS näher erläutert werden.

Der urheberrechtliche Schutz ist zeitlich begrenzt. Gemäß dem TRIPS-Übereinkommen sollte der Schutz mindestens für die Lebensdauer des Urhebers und noch 50 Jahre danach gelten oder, falls der Urheber keine natürliche Person ist, nicht weniger als 50 Jahre ab dem Ende des Kalenderjahrs der gestatteten Veröffentlichung oder der Schaffung des Werkes betragen, wenn es innerhalb von 50 Jahren ab der Herstellung des Werkes zu keiner gestatteten Veröffentlichung kommt. Nach Maßgabe der WIPO-Verträge von 1996 haben die wirtschaftlichen Rechte der Urheber eine Gültigkeit von mindestens 50 Jahren nach dem Tod des Urhebers. Die Schutzdauer für Hersteller von Tonträgern und ausübende Musiker läuft mindestens 50 Jahre ab dem Zeitpunkt, zu dem die Festlegung vorgenommen wurde oder die Darbietung stattgefunden hat. Sendeunternehmen wird eine Schutzdauer von mindestens 20 Jahren ab dem Ende des Kalenderjahrs gewährt, in dem die Sendung ausgestrahlt wurde. Einige Länder, in denen auf geistigem Eigentum beruhende Branchen eine wichtige Rolle spielen, haben inzwischen die Dauer des Schutzes auf längere Zeiträume ausgedehnt. Der Trend geht dahin, dass sich die Länder allgemein für eine längere Schutzdauer entscheiden als die in TRIPS und den WIPO-Verträgen festgelegten Mindestfristen, z.B. die Lebensdauer des Urhebers plus 70 Jahre oder mindestens 70 Jahre ab der Erstveröffentlichung, wenn der Urheber keine natürliche Person ist, und 70 Jahre oder mehr für Tonaufnahmen.

1.3.3 Patente

Patente sind im Allgemeinen für Erfindungen auf allen Gebieten der Technik erhältlich, sowohl für Erzeugnisse als auch für Verfahren, vorausgesetzt dass sie neu sind, auf einer erfinderischen Tätigkeit beruhen und gewerblich anwendbar sind. Die Kriterien, die

herangezogen werden, um die Patentierbarkeit festzustellen, unterscheiden sich in der Regel zwischen den einzelnen Ländern ebenso wie die technischen Anforderungen, die für die Erteilung eines Patents erfüllt sein müssen.

Ein Patent gewährt seinem Inhaber das Recht, unbefugten Parteien Herstellung, Gebrauch, Anbieten zum Verkauf, Verkauf oder diesen Zwecken dienende Einfuhr eines geschützten Erzeugnisses wie auch eines durch ein patentiertes Verfahren gewonnenes Erzeugnisses sowie die Anwendung eines patentierten Verfahrens zu verbieten. Gemäß Artikel 30 TRIPS können die Mitglieder begrenzte Ausnahmen von den ausschließlichen Rechten aus einem Patent vorsehen, sofern solche Ausnahmen nicht unangemessen im Widerspruch zur normalen Verwertung des Patents stehen und die berechtigten Interessen des Patentinhabers nicht unangemessen beeinträchtigen, wobei auch die berechtigten Interessen Dritter zu berücksichtigen sind. Zwangslizenzen und die Benutzung durch die Regierung ohne die Zustimmung des Rechteinhabers sind ebenfalls gestattet, aber sie unterliegen bestimmten Bedingungen, die darauf abzielen, die berechtigten Interessen des Patentinhabers zu schützen. Im Rahmen des TRIPS-Übereinkommens wird dem Patent eine Schutzdauer von mindestens 20 Jahren ab dem Datum der Patentanmeldung gewährt.

Im Gegenzug zu den eingeräumten Schutzrechten müssen die in der Patentanmeldung enthaltenen Informationen offengelegt und öffentlich zugänglich gemacht werden, um weitere Forschung und Innovation zu stimulieren.

Patentrechte beschränken sich auf bestimmte Regionen, was bedeutet, dass die betroffene Partei in jedem Staat ein Patent anmelden muss, in dem sie ihr neues Produkt oder Verfahren schützen und möglicherweise vermarkten will. Um die mit einer Flut von Anträgen auf Patenterteilung rund um die Welt verbundenen Belastungen etwas zu reduzieren, steht im Rahmen des Vertrages über die Internationale Zusammenarbeit auf dem Gebiet des Patentwesens (PCT) ein zentralisierteres Anmeldeverfahren zur Verfügung.

1.3.4 Gewerbliche Muster und Modelle

Im Rahmen des TRIPS-Übereinkommens sind gewerbliche Muster und Modelle definiert als der dekorative oder ästhetische Aspekt eines Gegenstands. Muster und Modelle können aus dreidimensionalen Merkmalen wie Form oder Oberfläche eines Gegenstandes sowie aus zweidimensionalen Merkmalen wie Muster, Linien oder Farben bestehen. Gewerbliche Muster und Modelle finden auf eine breite Vielfalt von Industrie- und Handwerksprodukten Anwendung, darunter technische und medizinische Instrumente, Uhren sowie Schmuck. Gewerbliche Muster und Modelle schützen normalerweise nicht die technischen Merkmale eines Gegenstands, auf den sie angewandt werden.

Auf der Basis der ausschließlichen Rechte an gewerblichen Mustern und Modellen kann der Rechteinhaber Dritten verbieten, ohne seine Zustimmung Gegenstände herzustellen, zu verkaufen oder einzuführen, die ein geschütztes Muster oder Modell tragen oder in die ein geschütztes Muster oder Modell aufgenommen wurde. Mit anderen Worten verwehrt es der Schutz gewerblicher Muster und Modelle anderen Herstellern nicht, ähnliche Produkte mit denselben Nutzfunktionen zu produzieren oder damit zu handeln, solange in diesen Produkten das betreffende Muster oder Modell weder aufgenommen noch reproduziert wird. Gemäß Artikel 26 (2) TRIPS können unter bestimmten Bedingungen begrenzte Ausnahmen vorgesehen werden.

In den meisten Ländern müssen gewerbliche Muster und Modelle registriert werden, um geschützt zu sein. Als allgemeine Regel für die Eintragung gilt, dass ein gewerbliches Muster bzw. Modell „neu“ sein oder eine „Eigenart“ haben muss. Die einzelnen Länder

weisen verschiedene Definitionen dieser Begriffe wie auch Unterschiede beim Eintragungsverfahren selbst auf. Generell bedeutet „neu“, dass kein identisches oder sehr ähnliches Muster bzw. Modell zuvor existiert hat. Sobald ein Muster oder Modell eingetragen ist, wird ein Registrierungszertifikat ausgehändigt. Das TRIPS-Übereinkommen schreibt eine Schutzdauer von mindestens 10 Jahren vor. Schutz in mehreren Staaten kann erlangt werden, indem ein gewerbliches Muster oder Modell durch die WIPO im Rahmen des Haager Musterabkommens registriert wird.

Je nach einzelstaatlichem Recht und Art der Muster und Modelle können gewerbliche Muster und Modelle auch als künstlerisches Werk im Rahmen des Urheberrechts geschützt werden. In einigen Ländern kann der Schutz gewerblicher Muster und Modelle parallel zum urheberrechtlichen Schutz bestehen. In anderen Ländern schließen sie sich jedoch gegenseitig aus: Sobald sich der Inhaber für eine Art des Schutzes entscheidet, kann er die andere nicht mehr in Anspruch nehmen.

Literaturverzeichnis

G8 (2006), „Bekämpfung von Piraterie und Fälschung auf dem Gebiet der Rechte des geistigen Eigentums“, Sankt Petersburg, Russland, <http://www.auswaertiges-amt.de/diplo/de/Aussenpolitik/InternatOrgane/G8/Erkl-GeistEigentum-d.pdf>; Internetzugriff im Juli 2006.

OECD (1998), „The Economic Impact of Counterfeiting“, www.oecd.org.

Kapitel 2

DIE MÄRKTE FÜR GEFÄLSCHTE UND UNERLAUBT KOPIERTE PRODUKTE

2.1 Zusammenfassung

Im vorliegenden Kapitel geht es 1. um eine Beschreibung der Funktionsweise und Interaktionen der Märkte für rechtmäßige und rechtsverletzende Produkte, 2. um die Identifizierung der Hauptmotive für die Nachfrage nach gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten und das entsprechende Angebot sowie 3. um eine Darstellung der Art und Weise, wie institutionelle Faktoren in allen Wirtschaftsbereichen die Auswahl des Standorts beeinflussen, an dem gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte hergestellt und konsumiert werden. Damit liefert das Kapitel einen Rahmen für die Analyse und ein besseres Verständnis des Phänomens.

Im Hinblick auf die Funktionsweise der Märkte werden in der Analyse Primär- und Sekundärmärkte unterschieden. Erstere werden definiert als Märkte, an denen Rechteinhaber mit Fälschern und Produktpiraten konkurrieren, die den Verbrauchern ihre Produkte unter Vortäuschung falscher Tatsachen als rechtmäßige Ware verkaufen, letztere als Märkte, an denen die Verbraucher generell zu einem reduzierten Preis bereitwillig rechtsverletzende Produkte von Produkt- und Markenpiraten erwerben, wohlwissend, dass diese Produkte nicht rechtmäßig sind. Das Zwei-Märkte-Konzept dient der Analyse von Märkten, die Marken- und Urheberrechtsverletzungen aufweisen; für die Beurteilung von Patent- und Musterrechtsverletzungen hingegen scheint das System aufgrund der signifikanten Unterschiede in der Natur der Verletzungen und ihrer folglich divergierenden Auswirkungen auf die Märkte ungeeignet zu sein.

Was die Angebotsseite betrifft, so hängt die Entscheidung, sich als Fälscher oder Produktpirat zu betätigen, jeweils von einem Katalog individueller, miteinander verwandter Faktoren ab, die ungeachtet der Tatsache gültig sind, ob der Rechtsverletzer den Primär- oder den Sekundärmarkt anvisiert. Diese angebotsseitigen Bestimmungsfaktoren richten sich nach den Marktchancen, den mit einer Operation verbundenen technischen und vertriebsspezifischen Herausforderungen sowie den impliziten Risiken (Tabelle 2.1). Die Nachfrage nach rechtsverletzenden Produkten wird durch drei unterschiedliche Kategorien von Faktoren bestimmt, die mit dem Produkt selbst, den individuellen Verbrauchermerkmalen und dem institutionellen Umfeld zusammenhängen, in dem der Verbraucher agiert. Dabei gelten die Bestimmungsfaktoren der Nachfrage nur für den Sekundärmarkt, wo die Käufer bewusst Fälschungen und Raubkopien erstehen.

Um zwischen der Beschreibung der Märkte für Produkt- und Markenpiraterie auf der einen und einer dynamischen Analyse der Effekte der Produktpiraterie auf der anderen Seite zu unterscheiden, enthält dieses Kapitel eine statische ökonomische Analyse. Ein dynamischer Ansatz, der darüber hinaus auch die Effekte der Produkt- und Markenpiraterie beleuchtet, wird in Kapitel 5 vorgestellt.

Tabelle 2.1 **Tabellarische Zusammenfassung der Bestimmungsfaktoren für Aktivitäten der Produkt- und Markenpiraterie**

Angebot gefälschter bzw. unerlaubt kopierter Produkte	Wissentliche Nachfrage nach gefälschten bzw. unerlaubt kopierten Produkten
Bestimmungsfaktoren	Bestimmungsfaktoren
Marktmerkmale	Produktmerkmale
Hoher Ertrag je Produktionseinheit	Niedriger Preis
Potenziell großer Marktumfang	Als akzeptabel empfundene Qualität
Markenmacht des Originalprodukts	Möglichkeit der Statusverschleierung
Herstellung, Vertrieb und technische Aspekte	Verbrauchermerkmale
Geringer Investitionsbedarf	Keine Gesundheitsrisiken
Geringe technische Anforderungen	Keine Sicherheitsrisiken
Unproblematischer Vertrieb und Absatz	Persönliche budgetäre Grenzen
Große Möglichkeiten der Transaktionsverschleierung	Geringe Bewertung des Schutzes des geistigen Eigentums
Einfache Verbrauchertäuschung	
Institutionelle Merkmale	Institutionelle Merkmale
Geringe Entdeckungsgefahr	Geringes Risiko der Entdeckung und Verfolgung
Rechts- und Regulierungsrahmen	Schwache oder keine Strafen
Schwache Rechtsdurchsetzung	Verfügbarkeit und Leichtigkeit des Erwerbs
Strafen	Sozioökonomische Faktoren

Die Bestimmungsfaktoren liefern einen Analyserahmen, in dem spezifische Produkte einzelner Produktkategorien aus einer *A-priori*-Perspektive (d.h. nicht empirischen) auf ihre Anfälligkeit für Produkt- und Markenpiraterie untersucht werden können (vgl. Kapitel 3). Sie können auch zur Entwicklung allgemeiner Nachfrage- und Angebotsfunktionen für gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte verwendet werden.

2.2 Marktstruktur

2.2.1 Marktakteure

Die Märkte, an denen echte und gefälschte Produkte miteinander konkurrieren, setzen sich aus Herstellern (d.h. Rechteinhabern sowie Fälschern und Produktpiraten) und Verbrauchern zusammen.

2.2.2 Rechteinhaber

Die Rechteinhaber sind jene natürlichen und juristischen Personen, die über die Rechte zur Nutzung von Handelsmarken, Urheberrechten und verwandten Schutzrechten sowie Patent- und Musterrechten verfügen. Die Rechteinhaber sind demnach die legitimen Produktanbieter am Markt.

2.2.2.1 Inhaber von Marken

Marken sind amtlich registrierte, im Privatbesitz befindliche Namen, Symbole oder sonstige Mechanismen, durch die sich das die Marke tragende Produkt exklusiv identifizieren lässt. Die Inhaber von Marken sind häufig Unternehmen, prinzipiell kann aber auch jede Privatperson eine Marke besitzen. Dem Verbraucher dienen Marken zur Über-

prüfung von Herkunft, Standard und Qualität des mit der Marke versehenen Produkts. In diesem Sinne fungieren Marken als Informationsinstrumente, die es den Verbrauchern ermöglichen, einfach und effizient Produkte auszuwählen, von denen erwartet werden kann, dass sie gewissen Standards und Zufriedenheitsniveaus genügen.

Der Wert einer Marke wird durch eine Vielzahl von Variablen beeinflusst, darunter vor allem die Investitionen der Rechteinhaber in Produktionsstandards, Produktentwicklung und Marketinganstrengungen. Ferner hängt der Wert von früheren Verbrauchererfahrungen mit Produkten der Marke ab. All diese Eigenschaften verleihen Markeninhabern eine monopolistische Marktmacht, durch die sie im Vergleich zu Nichtmarkenartikeln einen höheren Verkaufswert erzielen können.

Der Wert einer Marke lässt sich definieren als der diskontierte Strom der dank einer Markenbezeichnung erwarteten künftigen Einnahmen, abzüglich der Kosten für die Markenpflege. Die Markenwerte richten sich entsprechend nach Umsatz und Preis, lassen sich auf Grund ihres sich ständig wandelnden und immateriellen Charakters aber nur schwer schätzen. Klar ist indessen, dass ihr Wert immens hoch sein kann (Tabelle 2.2).

Tabelle 2.2 **Geschätzte Markenwerte, 2006**

Rang	Marke	Wert (Mrd. US-\$)
1	Coca-Cola	67
2	Microsoft	60
3	IBM	56
4	GE	49
5	Intel	32
6	Nokia	30
7	Toyota	28
8	Disney	28
9	McDonald's	28
10	Mercedes-Benz	22
11	Citigroup	21
12	Marlboro	21
13	Hewlett-Packard	20
14	American Express	20
15	BMW	20
16	Gillette	20
17	Louis Vuitton	18
18	Cisco	18
19	Honda	17
20	Samsung	16

Anmerkung: Die Schätzungen werden jährlich von Interbrand für die Zeitschrift *Business Week* vorgenommen und beurteilen die Markenwerte anhand einer Vielzahl von Kriterien, im Einzelnen strategisches Markenmanagement, Marketingbudget, Portfoliomanagement, Markenerweiterungen, Zusammenschlüsse und Übernahmen, Lizenzierung, Investorbeziehungen usw.

Quelle: Interbrand, *Business Week* (2006).

2.2.2.2 *Inhaber von Urheberrechten, Patenten und Musterrechten*

Urheberrechte, Patente und Musterrechte sollen Investitionen in neue Produkte und Produktherstellungsverfahren fördern. Während sich die Urheberrechte schwerpunktmäßig auf kreative Werke beziehen (Musik, Filme, Literatur), betreffen Patente eher technologische und wissenschaftliche Innovationen (Erfindungen, technische Ideen und Muster). Ziel aller drei Schutzformen ist aber der Schutz des Kapitaleinsatzes, der geistigen Leistung und der Arbeitsanstrengung des Urhebers, dem hierfür Rechte zur Nutzung des Urheberrechts, Patents oder Musters zugeteilt werden. Hierdurch entsteht eine Art Monopol, da der Wettbewerb drastisch eingeschränkt wird, was es den Rechteinhabern ermöglicht, die Entwicklungskosten zu decken und eine Investitionsrendite zu verdienen. Darüber hinaus erleichtern die Rechte des geistigen Eigentums den Informations- und Wissensaustausch stark, da sie Rechteinhabern Anreize zur Vermarktung ihrer neu geschaffenen Produkte und Ideen bieten.

2.2.3 *Fälscher und Produktpiraten*

Akteure, die Produkt- oder Markenpiraterie betreiben, profitieren unerlaubt vom wirtschaftlichen Wert, der mit dem Eigentum und den Rechten an einer Handelsmarke, einem Urheberrecht, Patent oder Musterrecht verbunden ist. Bei den rechtsverletzenden Parteien kann es sich sowohl um Einzelpersonen als auch um Gruppen handeln, die sich entweder zum persönlichen oder kommerziellen Nutzen ungesetzlicher Praktiken bedienen. Während Markenrechtsverletzungen beispielsweise hauptsächlich aus kommerziellem Interesse erfolgen, werden Urheberrechtsverletzungen (wie z.B. die unerlaubte Vervielfältigung von Computerprogrammen und Musik) häufig zu persönlichen Zwecken vorgenommen.

Eine Markenrechtsverletzung ist in den meisten Fällen ein vorsätzlicher Akt der rechtsverletzenden Partei. Dasselbe gilt für die meisten Urheberrechtsverletzungen, obgleich diese in einzelnen Fällen auch unbeabsichtigt erfolgen können. Der technische Charakter einer Patentverletzung und der subjektive Charakter einer Musterverletzung können ebenfalls unbeabsichtigte Rechtsverletzungen zur Folge haben, wodurch Streitfälle entstehen, die häufig nur im Rechtsverfahren gelöst werden können; auch die Schwierigkeit, herauszufinden, ob in einem bestimmten Hoheitsgebiet Patent- oder Musterrechte existieren, kann zu unbeabsichtigten Rechtsverletzungen beitragen.

Fälscher und Produktpiraten profitieren als Trittbrettfahrer von der Kreativität und den finanziellen Mitteln, die die rechtmäßigen Rechteinhaber in die Entwicklung neuer Produkte und Verfahren sowie die Schaffung von Märkten für diese Produkte investiert haben.

2.2.4 *Verbraucher*

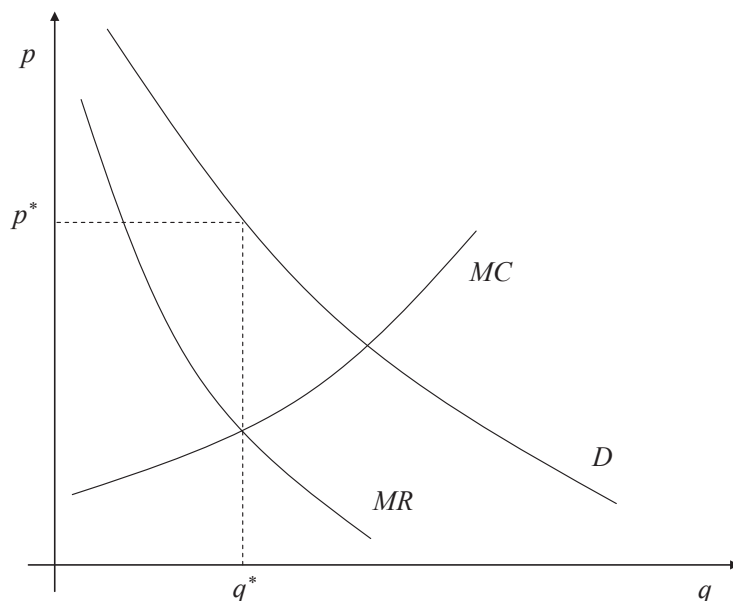
Zu den Verbrauchern gehören sowohl Parteien, die Produkte für ihren eigenen Gebrauch erwerben, als auch solche, die Produkte als Input für die Herstellung anderer Waren bzw. deren Instandhaltung beziehen. Aus der IPR-Perspektive heraus lassen sich drei Verbraucherkategorien unterscheiden: 1. Verbraucher, die am Erwerb eines legal hergestellten Produkts interessiert sind, 2. Verbraucher, die unter gewissen Bedingungen willentlich und wissentlich ein gefälschtes oder unerlaubt kopiertes Produkt kaufen, und 3. Verbraucher, die kein Interesse am IPR-Status eines Produkts haben bzw. diesem gegenüber gleichgültig sind.

Am größten ist die Gleichgültigkeit unter den Verbrauchern wahrscheinlich im Fall von Patent- und Musterrechtsverletzungen, da diese Verletzungen nicht offenkundig und, wie weiter oben erwähnt, hoch juristischer und technischer Natur sind.

2.2.5 Marktmerkmale

Märkte für IPR-geschützte Produkte, die frei von Produkt- und Markenpiraterie sind, zeichnen sich durch Rechteinhaber aus, die zur Gewinnoptimierung von ihrer Monopolmacht Gebrauch machen. Laut Wirtschaftstheorie erfolgt dies über die Festlegung des Preises und der Produktionsmenge auf einem Niveau, auf dem sich bei gegebener Nachfrage nach legal hergestellten Produkten Grenzeinnahmen und Grenzkosten entsprechen (Abb. 2.1).

Abbildung 2.1 Festlegung des Preises von Originalprodukten



Anmerkung: Die Nachfrage ist in der nach unten geneigten Kurve mit der Bezeichnung D skizziert. Der Preis p^* ergibt sich aus der Schnittstelle, an der sich Grenzeinnahmen und Grenzausgaben ($MR=MC$) entsprechen, bei einer Marktgröße von q^* .

Während der von den Rechteinhabern festgelegte Preis durch den Wettbewerb an verwandten Märkten beeinflusst werden kann, kommt mit dem Marktzutritt von Anbietern gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte direkte Konkurrenz an den geschützten Markt der Rechteinhaber. Es muss betont werden, dass diese Form des Wettbewerbs durch eine Rechtsverletzung entsteht und ungesetzlich ist.

Im Fall der Patent- und Musterrechtsverletzung entsteht der neue Wettbewerb entweder durch die zusätzliche Herstellung eines geschützten Produkts oder die unerlaubte Verwertung einer urheberrechtlich geschützten Technik. Letztere kann entweder die Verkaufszahlen des Rechteinhabers der betreffenden Technik reduzieren oder die Vorteile untergraben, die ein Rechteinhaber unter anderen Umständen aus der Herstellung bestimmter Güter gezogen hätte.

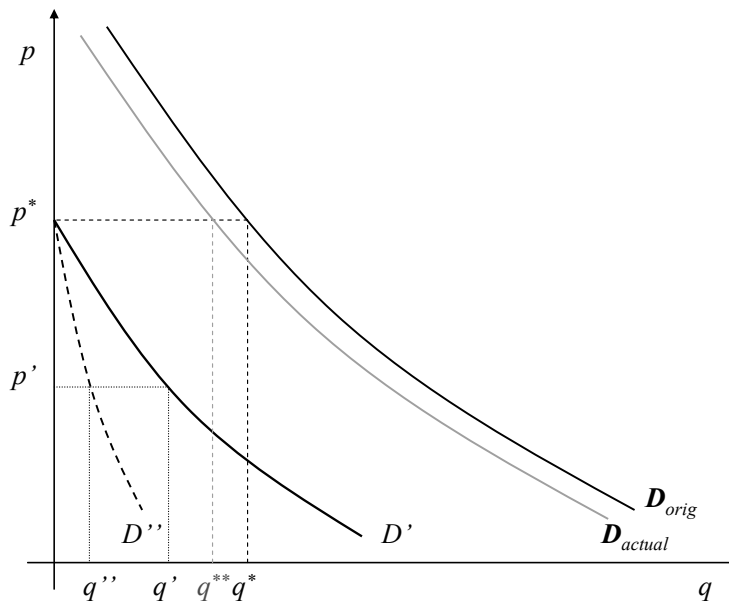
Im Falle der Marken- und Urheberrechtsverletzung spaltet der Wettbewerb den Markt effektiv in zwei verwandte Submärkte, einen sogenannten *Primärmarkt*, an dem Originale und täuschend echte Fälschungen gehandelt werden, und einem *Sekundärmarkt*, an dem Verbraucher wissentlich gefälschte Produkte erwerben.

- *Primärmarkt.* Verbraucher, die Produkte mit authentischer, nicht rechtsverletzender Herkunft beziehen wollen, bilden einen Markt, der im vorliegenden Bericht als Primärmarkt bezeichnet wird. Fälscher und Produktpiraten können in diesen Markt nur eindringen, wenn sie den Verbrauchern vorspiegeln, dass die von ihnen ange-

botenen Waren authentisch seien (Kasten 2.1). Wenn dies geschieht, kommt es zu einer Spaltung des Primärmarkts in einen Markt für mit Täuschungsabsicht gefälschte Produkte und einen Markt für echte Produkte. Die Größe des Primärmarkts hängt sowohl vom Preisniveau ab, das der Rechteinhaber festgesetzt hat, als auch vom Grad, bis zu dem der Sekundärmarkt auf den Primärmarkt übergreift (dieser Aspekt wird weiter unten diskutiert).

- **Sekundärmarkt.** Unter gewissen Umständen sind Verbraucher häufig bereit, Produkte zu kaufen, von denen sie wissen, dass sie nicht legal hergestellt wurden. Bei Arzneimitteln zögern sie vielleicht, könnten bei einer raubkopierten CD aber reges Interesse zeigen. Bei den meisten Produkten steigt die Bereitschaft der Käufer zum Erwerb eines nicht legal hergestellten Produkts in der Regel mit wachsendem Rabatt gegenüber dem Preis für das Originalprodukt. So ist die Nachfrage nach gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten beispielsweise praktisch inexistent, wenn ihr Preis ebenso hoch ist wie der Preis rechtmäßiger Produkte; hingegen dürfte die Nachfrage bei stark reduzierten Preisen signifikant sein (Abb. 2.2).

Abbildung 2.2 **Eintritt rechtsverletzender Produkte in den Sekundärmarkt**



Anmerkung: D_{orig} skizziert die Nachfragekurve nach einem IPR-geschützten Produkt, der sich der legitime Rechteinhaber in Abwesenheit von Produkt- und Markenpiraterie (d.h. am Primärmarkt) gegenübersehen. Fälscher und Produktpiraten bieten nicht auf Verbrauchertäuschung basierende, rechtsverletzende Produkte am Sekundärmarkt an, wo die Gesamtnachfrage D' entspricht. Die gestrichelte Kurve D' steht für die Gruppe an Personen am Sekundärmarkt (D'), die bei Nichtverfügbarkeit des günstigeren gefälschten Produkts am Sekundärmarkt das Originalprodukt erwerben (d.h. am Primärmarkt bleiben) würden. Die Verkäufe rechtsverletzender Produkte an diese Gruppe reduzieren die tatsächliche Nachfrage, der sich die Rechteinhaber gegenübersehen, auf die Kurve D_{actual} .

Das oben stehende Diagramm stellt eine statische Marktsituation dar, in der der Rechteinhaber für ein Produkt einen Preis p^* in der Erwartung festlegt, ein bestimmtes Volumen q^* zu verkaufen. Werden rechtsverletzende Produkte zum selben Preis verkauft wie das Originalprodukt, werden die Verbraucher diese in den meisten Fällen nicht wissentlich kaufen, da hierfür kein offensichtlicher Anreiz besteht. Beim Preis p' für Fälschungen wird indessen ein Volumen q' am Sekundärmarkt verkauft. Je nach Grad der Substituierbarkeit zwischen dem Originalprodukt und eindeutigen Fälschungen geht ein Teil dieser Fälschungen, sagen wir q'' , direkt zu Lasten der Rechteinhaber, was die Ver-

käufe legal hergestellter Produkte effektiv um q'' , reduziert, was in der Abbildung q^{**} ($q''=q^*-q^{**}$) entspricht. Die verbleibende, am Sekundärmarkt vertriebene Menge, d.h. der Unterschied zwischen q'' und q' , hat wiederum keinen direkten Effekt auf die Verkäufe legal hergestellter Produkte, da es sich um Verkäufe an Kunden handelt, die nicht bereit gewesen wären, den höheren Preis p^* für das Originalprodukt zu zahlen, wenn die Fälschung nicht existiert hätte. Natürlich würde der Rechteinhaber zusätzlich zu den Verkaufsverlusten an Fälscher und Produktpiraten am Sekundärmarkt auch Umsatzeinbußen durch Fälscher und Produktpiraten erleiden, die ihre Kunden unter vorsätzlicher Täuschung zum Erwerb ihres Produkts bewegt haben, in dem Glauben, ein legal hergestelltes Originalprodukt zu erstehen. Dieser Fall wird in der Abbildung aber nicht skizziert.

Die obige Darstellung unterstreicht die Notwendigkeit, zwischen Fälschungen zu unterscheiden, mit denen der Verbraucher betrogen wird, und Fälschungen, die ihm offen als solche verkauft werden. Wie bereits dargelegt, weisen die Märkte für betrügerische und offene Fälschungen deutlich unterschiedliche Merkmale auf (Kasten 2.1).

Kasten 2.1 **Betrügerische und offene Fälschungen**

Aus der Nachfrageperspektive heraus betrachtet, gilt ein gefälschtes oder unerlaubt kopiertes Produkt, mit dem der Käufer erfolgreich getäuscht wird, als mit dem Originalprodukt identisch, das es rechtsverletzend nachahmt. In diesen Fällen sind betrügerische rechtsverletzende Produkte und das Originalprodukt perfekte Substitute und werden dieses Merkmal so lange behalten, bis der Verbraucher entdeckt, dass er getäuscht wurde (was vielleicht nie geschieht). Original- und gefälschte Produkte konkurrieren daher direkt am Primärmarkt.

Ein rechtsverletzendes Produkt, mit dem der Verbraucher nicht getäuscht wird, wird natürlich unter ganz anderen Voraussetzungen erworben als ein Produkt, bei dem eine Täuschung vorliegt. Wenn der Verbraucher erkennen kann, dass ein Produkt gefälscht bzw. unerlaubt kopiert worden ist, hat er die Möglichkeit, das rechtsverletzende Produkt mit dem Originalprodukt zu vergleichen und seine Kaufentscheidung von einem breiten Spektrum an Faktoren abhängig zu machen, darunter die potenziellen Kosteneinsparungen und die zwischen dem Original- und dem rechtsverletzenden Produkt wahrgenommenen Qualitätsunterschiede. Da überdies kulturelle Einflussfaktoren wie Unterschiede bei den moralischen Erwägungen und in der Wahrnehmung des sozialen Images für die Nachfrage nach offenen Fälschungen eine wichtige Rolle spielen, dürften Größenordnung und Merkmale dieser Märkte ebenfalls von Land zu Land unterschiedlich sein. Da rechtsverletzende Produkte an Sekundärmärkten als solche identifiziert werden können, sind sie aus der Verbraucherperspektive nicht notwendigerweise perfekte Substitute, und die Substitutionsraten sind generell niedriger.

Grossman und Shapiro (1998a und 1998b) zählen zu den ersten Autoren, die Marktanalysen in diese Richtung durchgeführt haben. In diesem Zusammenhang ist indessen hervorzuheben, dass der betrügerische Vertrieb eines Produkts *kein* Merkmal eines rechtsverletzenden Produkts ist, sondern vielmehr von der *Wahrnehmung* jedes einzelnen Verbrauchers abhängt. Gelingt es beispielsweise den Herstellern eines bestimmten gefälschten Produkts, die Verbraucher zu täuschen und sie unwissentlich zum Erwerb einer Fälschung zu bewegen, muss nicht bei allen Verbrauchern von Täuschung die Rede sein, da einige Käufer eine Fälschung (am Sekundärmarkt) möglicherweise wissentlich erstehen. Die zentrale Frage lautet daher, inwieweit eine bestimmte Form der Rechtsverletzung dem Verbraucher falsche Authentizität vortäuscht. Diese Perspektive weicht von der herkömmlichen Betrachtungsweise des Konzepts der Verbrauchertäuschung und Nicht-Verbrauchertäuschung ab, da hier davon ausgegangen wird, dass für jede Art von Rechtsverletzung zwei Märkte koexistieren, die miteinander verknüpft sind: ein Primärmarkt, an dem Verbraucher über die Herkunft der Ware getäuscht werden, und ein Sekundärmarkt.

Die Bestimmung des Ausmaßes der Verbrauchertäuschung mit rechtsverletzenden Produkten ist darüber hinaus entscheidend, wenn es um den Effekt von Produkt- und Markenpiraterie geht. Dabei hat der Verkauf offener und betrügerischer Fälschungen Auswirkungen auf den Primärmarkt, jedoch in unterschiedlicher Form. Da unter vorsätzlicher Täuschung angebotene rechtsverletzende Produkte direkt (und als perfektes Substitut) mit Originalprodukten konkurrieren, reduzieren sie die Verkaufszahlen der Rechteinhaber auf einer Basis von 1 zu 1. Dies ist am Sekundärmarkt im Allgemeinen nicht der Fall.

2.3 Bestimmungsfaktoren für Herstellung und Konsum gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte

Spektrum und Ausmaß der Produkt- und Markenpiraterie werden weitgehend durch die Faktoren definiert, die die Akteure zur Herstellung bzw. zum Konsum gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte bewegen, sowie das institutionelle (d.h. das rechtliche, regulatorische, wirtschaftliche und kulturelle) Umfeld, in dem Herstellung und Konsum gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte stattfinden.

Hohe Gewinnspannen können beispielsweise starke Anreize zur Herstellung gefälschter Luxusartikel (wie Designerkleidung und hochwertige Uhren) bieten, während verhältnismäßig niedrige Preise markenbewusste Verbraucher, die nicht bereit sind, für ein Originalprodukt den vollen Preis zu zahlen, zum wissentlichen Kauf gefälschter Markenartikel verleiten können.

Was das institutionelle Umfeld betrifft, sind neben der Einstellung der Öffentlichkeit zum Schutz der geistigen Eigentumsrechte die Gesetze und Bestimmungen zum IPR-Schutz zusammen mit der Effektivität ihrer Durchsetzung die wichtigsten Bestimmungsfaktoren für den Ort, an dem Fälschungen und Produktpiraterie stattfinden. In dem Maße, wie es bezüglich dieser Faktoren zwischen den Ländern signifikante Unterschiede geben dürfte, wird auch das Ausmaß dieser Aktivitäten abweichen. Auf der Verbraucherseite spielt das Einkommensniveau voraussichtlich ebenfalls eine bedeutende Rolle, da es das Budgetlimit der einzelnen Verbraucher bestimmt.

Im vorliegenden Abschnitt des Berichts werden jene Faktoren untersucht, die für die Herstellung und den Konsum gefälschter und unerlaubt kopierter Waren maßgeblich sind. In dieser Hinsicht wird hervorgehoben, dass die Entscheidung zur Nutzung oder Herstellung gefälschter Waren zwar direkt von den Produkt- und Käufermerkmalen abhängt, institutionelle Faktoren aber auch eine entscheidende Rolle spielen. Eine weiterreichende formellere Behandlung der Frage, wie diese Märkte funktionieren, findet sich in Anhang 2.A1.

2.3.1 Angebotsseitige Bestimmungsfaktoren

Wie bei jedem Geschäft, ist auch bei kommerziellen Fälschern und Produktpiraten der Zweck ihrer Aktivitäten die Erzielung von Gewinnen. Daher sehen sie sich denselben Marktherausforderungen gegenübergestellt wie legal operierende Unternehmen. Auch die Problematik hinsichtlich der Produktionskosten, der Vertriebskanäle und des Verbraucherverhaltens sind für legale und illegale Hersteller dieselben. Nichtkommerzielle Fälscher hingegen agieren aus einer Vielzahl von Gründen, von denen einige nicht wirtschaftlich motiviert sind.

Das wesentliche Prinzip der kommerziellen Fälschung und Produktpiraterie ist die illegale Ausbeutung des wirtschaftlichen Werts, den ein Produkt durch den Besitz von geistigen Eigentumsrechten erhält. Aus diesem Grund sind vor allem jene Produkte von

Fälschungen betroffen, für die bereits gut etablierte rechtmäßige Märkte oder Marken existieren. Befinden sich Märkte oder Marken noch nicht im Reifestadium, können die mit dem Angebot rechtsverletzender Produkte verbundenen Kosten und Risiken bei geringen Kaufanreizen hoch sein.

Fälscher und Produktpiraten verfügen gegenüber den legalen Rechteinhabern über große Wettbewerbsvorteile, da sie gewöhnlich die Forschungs- und Entwicklungskosten, die die Rechteinhaber tragen müssen, nicht zu zahlen haben. Besonders groß sind die Vorteile bei Produkten mit hohem geschützten Wissensgehalt und niedrigen Herstellungskosten (wie gewisse urheberrechtlich geschützte Produkte und Arzneimittel). Die Fälscher sehen sich aber signifikanten Herausforderungen gegenüber, da sie Gefahr laufen, bei Aufdeckung ihrer Tätigkeiten strafrechtlich verfolgt zu werden; ferner dürften sie bei der Herstellung und Verteilung ihrer Produkte auf erhebliche Schwierigkeiten stoßen.

2.3.2 Faktoren, die Herstellung und Angebot beeinflussen

Die Entscheidung zur Herstellung gefälschter oder unerlaubt kopierter Produkte setzt zunächst eine exakte Definition der Produkte, die gefälscht bzw. unerlaubt kopiert, und, im Fall der Marken- bzw. Urheberrechtsverletzung, der Märkte voraus, die anvisiert werden sollen, d.h. der Primärmarkt, der Sekundärmarkt oder beide. Bestimmend für die Entscheidung, was hergestellt und welche Märkte das Ziel sein sollen, sind Faktoren, die folgende Elemente betreffen: 1. Marktmerkmale, 2. technische und logistische Erwägungen sowie 3. das institutionelle Umfeld (Tabelle 2.3). Diese Faktoren können sich je nach Art der Rechtsverletzung und je nach Volkswirtschaft unterscheiden.

Tabelle 2.3 Bestimmungsfaktoren für das Angebot rechtsverletzender Produkte

Bestimmungsfaktoren	Produkt- und Markenpiraterie begünstigende Faktoren	Kategorie
Marktmerkmale		
Ertrag je Produktionseinheit	Hoher Ertrag je Produktionseinheit	} Marktpotenzial
Marktumfang	Potenziell großer Marktumfang	
Markenmacht des Originalprodukts	Hohes Niveau der Markenerkennung bzw. -beliebtheit	
Herstellung, Vertrieb und technische Aspekte		
Produktionsinvestitionen	Einfache, kostengünstige Maschinen	} Marktausschöpfung
Technik	Technisch nicht anspruchsvoll, einfach zu erwerben	
Logistik	Einfache und kostengünstige Logistik	
Marketing und Produktabsatz	Einfache Einrichtung/Infiltration der Vertriebskanäle	
Transaktionsverschleierung	Einfache Verdeckung illegaler Transaktionen	
Täuschung	Einfache Verbrauchertäuschung	
Institutionelle Merkmale		
Entdeckungsgefahr	Geringe Entdeckungsgefahr	} Marktrisiken
Rechts- und Regulierungsrahmen	Schwache Gesetze	
Rechtsdurchsetzung	Schwache Durchsetzung	
Strafen	Schwache Sanktionen	

2.3.3 Marktmerkmale

Das Interesse, ein Produkt zu fälschen bzw. unerlaubt zu kopieren, hängt weitgehend von der Größe des Marktes oder der Märkte ab, die potenziell zu diesem Zweck genutzt werden können, wie auch vom Ertrag je Produktionseinheit des rechtsverletzenden Artikels.

2.3.3.1 Ertrag je Produktionseinheit

Je höher der potenzielle Ertrag je Produktionseinheit eines gefälschten oder unerlaubt kopierten Produkts, desto größer ist auch der Anreiz für die Rechtsverletzer, in diesen Markt einzutreten. Bestimmt wird der Ertrag je Produktionseinheit anhand des Quotienten aus Produktpreis und Produktionskosten (d.h. dem potenziellen Verkaufserlös). Bei Marken- und Urheberrechtsverletzungen hängt die Rentabilität natürlich auch davon ab, ob die rechtsverletzende Partei den Primär- oder den Sekundärmarkt anvisiert. Bei Patentverletzungen kommt als zusätzliche Dimension der Effekt hinzu, den der Einsatz einer urheberrechtlich geschützten Technologie auf die Effizienz (und letztlich Rentabilität) einer Firma haben könnte.

Bei Marken- und Urheberrechtsverletzungen sind die höchsten Erträge je Produktionseinheit mit dem Umsatz am Primärmarkt verbunden, an dem Verbraucher getäuscht und ihnen vorgespiegelt wird, Originalprodukte zu erwerben. In diesem Fall können für Low-Cost-Alternativen Premiumpreise genommen werden; im Kapitel über Arzneimittel (Teil III) wird veranschaulicht, welche erhebliche Summen in einer derartigen Situation verdient werden können. Sekundärmärkte bieten im Allgemeinen interessante Möglichkeiten wegen des umfangreichen Angebots an preisgünstigen rechtsverletzenden Produkten, bei denen erst gar nicht der Versuch unternommen wird, die Verbraucher zu täuschen. Als einschlägige Beispiele sind hier Markenkleidung und Luxusartikel sowie unerlaubt kopierte Computerprogramme, Musik und Filme anzuführen.

2.3.3.2 Marktumfang

Je größer der Markt für ein bestimmtes Produkt, desto stärker sind unter Annahme sonst gleicher Bedingungen auch die Anreize, das Potenzial der Parallelmärkte für rechtsverletzende Produkte voll auszuschöpfen. Das folgt aus der Erwartung, dass bei einem großen Kundenstamm für einen bestimmten Markt potenziell auch eine größere Kundenbasis für rechtsverletzende Produkte vorhanden ist.

Im Fall der Marken- und Urheberrechte gibt es in Bezug auf das Ausmaß, in dem gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte den Primärmarkt durchdringen können, wahrscheinlich praktische Grenzen, insbesondere wenn die rechtsverletzenden Produkte eine merklich geringere Qualität aufweisen. Die Marktdurchdringung jenseits einer derartigen qualitätsbedingten Grenze könnte, da eine Täuschung (angesichts der Marktgröße) nicht mehr möglich ist, zu Ertragsverlusten führen, was wiederum Umsatzeinbußen, höhere Risiken usw. zur Folge hat.

Wie weiter oben bereits erläutert, hängt die Größe des Sekundärmarkts für ein Produkt von der Gesamtnachfrage nach diesem Produkt ab. Er kann recht klein sein, wie dies im Allgemeinen bei Arzneimitteln der Fall ist, aber auch so groß, dass er im Endeffekt das Ausmaß des Primärmarkts übersteigt. Fälscher und Produktpiraten stoßen am Sekundärmarkt nicht auf dieselben Grenzen wie am Primärmarkt, da die Anbieter nicht die vorzügliche Absicht haben, die Käufer zu täuschen.

2.3.3.3 *Markenmacht*

In engem Zusammenhang mit Rentabilität und Marktgröße steht die Beachtung, die die Öffentlichkeit einer Marke schenkt. Im Allgemeinen gilt der Grundsatz, je dominierender die Position einer Marke unter den Verbrauchern, desto höher der Anreiz zur Markenrechtsverletzung.

Wie weiter oben erörtert, nutzen Rechteinhaber Marken zur Differenzierung ihrer Produkte von denen der Konkurrenz. An eine Marke sind im Allgemeinen bestimmte Verbrauchererwartungen in Bezug auf Produktqualität, Funktionalität, Exklusivität, Attraktivität geknüpft und/oder die Marken werden anhand des mit ihnen verbundenen Imagewerts gemessen. Fälschungen von Produkten mit hoher Markendominanz dürften auf Grund der bedeutenderen Marktgröße oder des höheren Preisvorteils, den der Rechteinhaber gegenüber vergleichbaren Produkten geltend machen kann, im Verhältnis zu Fälschungen weniger bekannter und beliebter Marken profitabler sein. Das Kapitel über den Tabaksektor (vgl. Teil III) veranschaulicht diesen Punkt; während die Preise für Zigaretten im Großen und Ganzen gleich sind, konzentrieren sich die Fälschungsaktivitäten auf die marktführende Marke Marlboro (vgl. Tabelle 2.2).

Auch wenn die Auffassung vertreten werden kann, dass zwischen dem Grad der Markendominanz und den wesentlichen Bestimmungsfaktoren, d.h. Ertrag je Produktionseinheit und Marktgröße, ein untrennbarer Zusammenhang besteht, hat die Marke dennoch einen anderen, höheren Stellenwert. Dies erklärt sich aus der Tatsache, dass Marken mit hoher Dominanz von den Verbrauchern im Allgemeinen besser erkannt werden als die eigentlichen Produkte, auf denen die Marken erscheinen. Die Marke selbst kann also von den Rechtsverletzern verwendet werden, um Produkte zu verkaufen, die nur wenig oder gar keine Ähnlichkeit mit den vom Markeninhaber hergestellten Originalprodukten haben; d.h. mit der Marke sind ein Image und ein Bekanntheitsgrad verbunden, die die Attraktivität von Produkten steigern, die ansonsten in keinem Zusammenhang mit der Produktpalette des Herstellers stehen.

2.3.4 *Herstellung, Vertrieb und technische Aspekte*

Um das Marktpotenzial voll ausschöpfen zu können, müssen Herstellung und Vertrieb gefälschter und unerlaubt kopierter Waren auch in ökonomischer und technischer Hinsicht praktikabel sein.

2.3.4.1 *Produktionsinvestitionen und technische Anforderungen*

Sind für Produkt- und Markenpiraterie ausgeklügelte und kostenaufwendige Herstellungstechniken erforderlich, hält dies nach allgemeiner Auffassung die Zahl der Akteure in Grenzen, die derartige rechtsverletzende Aktivitäten betreiben könnten. Wie beispielsweise im Kapitel über den Kfz-Sektor (vgl. Teil III) erörtert wurde, sind Pkw bzw. Produkte ähnlicher Komplexität schwierige Zielobjekte für Fälscher, selbst wenn sie zur Herstellung billige Arbeitskräfte und minderwertige Einzelteile einsetzen können. Das resultiert aus der Tatsache, dass die Herstellung spezielle und kostspielige Maschinen erfordert. Demgegenüber ist die Fälschung von Autoteilen eher machbar und hat daher auch zu entsprechenden Aktivitäten geführt. Das Kapitel über audiovisuelle Produkte liefert ein weiteres Beispiel (vgl. Teil III). Heute macht die Unkompliziertheit, mit der sich CDs und Spielfilm-DVDs kopieren lassen, diese zu leichten Zielobjekten für Rechtsverletzer; das steht in scharfem Gegensatz zur Situation in der Vergangenheit, als für die Herstellung qualitativ hochwertiger Kopien teure Geräte notwendig waren.

Patente, die häufig das Resultat erheblicher Investitionen in Forschung und Entwicklung sind, können manchmal von sehr technischer und hoch komplexer Natur sein, so dass sie gemäß den obenstehenden Ausführungen wohl keine Zielobjekte für Rechtsverletzer sind. Um sich aber die Exklusivrechte zu sichern, müssen Patentanmelder in den meisten Fällen zahlreiche Einzelinformationen über das künftige Patent preisgeben, wodurch im Endeffekt auch die Kosten und Schwierigkeiten der Patentverletzung reduziert werden.

Zu erwähnen ist, dass der Akt der Produkt- und Markenpiraterie in vielen Fällen nicht die Herstellung betrifft. Unter Umständen kann es sich dabei beispielsweise nur um eine falsche Kennzeichnung oder Verpackung eines Produkts handeln, das die Rechte des geistigen Eigentums ansonsten nicht verletzt. Unter diese Kategorie von Fälschungen würde beispielsweise auch fallen, ein generisches Bremsensatzteil für ein Automobil als OEM, d.h. Produkt eines Originalausrüstungsherstellers, auszuzeichnen oder einen Artikel unerlaubt mit einem Markenaufkleber zu versehen, dem zufolge das Produkt einer gewissen Industrienorm entspricht. Wie im weiteren Verlauf des Berichts (Kapitel 3) erörtert wird, wurden Freihandelhäfen als Standort für Aktivitäten genutzt, bei denen legal aus einem Land importierte Produkte unter Verletzung der geistigen Eigentumsrechte umverpackt und dann in Drittländer re-exportiert wurden.

2.3.4.2 *Logistik*

Logistische Aspekte sind bei Marken- und Urheberrechte verletzenden Produkten von besonderer Bedeutung.

Das Management von Importen und Exporten, Einzelteilen, Rohstoffen und Fertigwaren ist ein weiterer Aspekt, der Wahrscheinlichkeit und Ausmaß von Produktfälschungen beeinflusst. Dabei ist in der Regel davon auszugehen, dass das Ausmaß der rechtsverletzenden Tätigkeit abnimmt, je teurer und komplexer sich die logistische Managementstruktur für die Einführung illegal hergestellter Güter gestaltet. Wie im Kapitel über Nahrungsmittel und Getränke dargelegt (vgl. Teil III), erklärt dies, warum sich Fälschungen auf diesem Gebiet verhältnismäßig in Grenzen halten.

Im Hinblick auf Handhabung und Transport von rechtsverletzenden Gütern ist darauf zu verweisen, dass die hiermit verbundenen Kosten zwar in einer positiven Korrelation zur Komplexität des gefälschten Produkts stehen können, es aber auch Ausnahmen von dieser Regel gibt. So können Produkte einfachen Charakters den rechtsverletzenden Akteuren beispielsweise erhebliche Kosten verursachen, etwa wenn sie von ungewöhnlicher Form oder zerbrechlich sind. Ein weiterer Aspekt, der mit den logistischen Prozessen des Rechtsverletzers in Verbindung steht, ist das eingegangene Risiko. So sind die wirtschaftlichen Kosten des Transports und der Handhabung ein Faktor, die Gefahr der Aufdeckung, Verfolgung und Bestrafung wiederum ein ganz anderer. Natürlich sind diese beiden Aspekte miteinander verknüpft und müssen auch entsprechend berücksichtigt werden.

2.3.4.3 *Marketing und Produktabsatz*

Beim Verkauf von Marken- und Urheberrechte verletzenden Produkten sind weiterhin große Herausforderungen zu bewältigen.

Je einfacher sich Kanäle einrichten lassen, über die gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte vertrieben und abgesetzt werden können (bzw. je geringer die notwendigen Anstrengungen für die Durchdringung bereits existierender Märkte), desto breiter ist das Spektrum der Möglichkeiten, die den betreffenden Akteuren zur Aufnahme schutzrechts-

verletzender Geschäfte geboten werden. Die mit dem Vertrieb einhergehenden Herausforderungen sind von Produkt zu Produkt sehr unterschiedlich. Rechtsverletzende Produkte, die ohne die Absicht der Verbrauchertäuschung hergestellt werden, lassen sich leicht und in großen Mengen durch fliegende Händler, auf Straßenmärkten oder im Internet verkaufen. Demgegenüber kann die Infiltration etablierter Vertriebskanäle zur Vermarktung mit Täuschungsabsicht gefälschter Produkte für Fälscher und Produktpiraten eine große Hürde darstellen.

Auch die Struktur der Verteilungskanäle ist ein zu berücksichtigender Faktor. Ein System mit mehreren Vertriebsebenen bietet Rechtsverletzern mehr Möglichkeiten der Systeminfiltration. So gestaltet sich die Einschleusung rechtsverletzender Produkte in einem Kontext, in dem die betreffenden Produkte direkt vom Hersteller an den Verbraucher verkauft werden, als sehr schwierig. Ein Beispiel hierfür sind Fabrikläden, bei denen die Produkte vom Rechteinhaber geliefert und verkauft werden. Wie im Kapitel über den Tabaksektor erörtert wird, erleichtert indessen die sukzessive Zerlegung von Masseladungen in kleinere Lieferungen die Einführung gefälschter Produkte in Absatzketten.

Abbildung 2.3 zeigt unterschiedliche Kanäle auf, über die Fälscher und Produktpiraten ihre Produkte vertreiben. Für jeden Kanal gibt sie Aufschluss über den Schwierigkeitsgrad der Verbrauchertäuschung für Fälscher und Produktpiraten sowie die Leichtigkeit, mit der sich ein gegebenes Vertriebsnetz infiltrieren lässt.

Abbildung 2.3 **Vertriebskanäle für rechtsverletzende Produkte**



Im Allgemeinen gilt, je sicherer das von den Rechtsverletzern anvisierte Vertriebsnetz ist, desto höher sind die Anforderungen an die Qualität der vertriebenen Produkte. Daher ist die Wahrscheinlichkeit auch größer, dass die gefälschten und unerlaubt kopierten Produkte, die über Markenläden bzw. -ketten oder Zwischenhersteller (Produzenten von Gütern, die der Weiterverarbeitung dienen) vertrieben werden, auf Grund der strengeren Qualitätskontrollen, denen diese im Vergleich beispielsweise zu fliegenden Händlern unterliegen, einen höheren Täuschungscharakter aufweisen. Wird ein beliebiges rechtsverletzendes Produkt über Markenläden vertrieben, werden sich die Verbraucher des illegalen Charakters des Produkts überhaupt nicht bewusst. Es könnte sogar sein, dass selbst der Einzelhändler sich der Tatsache nicht bewusst ist, dass es sich bei einem Pro-

dukt um eine Fälschung handelt. Hierzu könnte es kommen, wenn die Einschleusung beispielsweise in einem frühen Stadium des Vertriebs erfolgt (was in der Praxis recht schwierig zu bewerkstelligen scheint).

Das Internet ist als virtueller Marktplatz in Abbildung 2.3 nicht berücksichtigt. Einerseits ist es für Fälscher und Produktpiraten extrem einfach, mit Hilfe des Internets, d.h. über E-Mail, Online-Auktionen und Links zu Verkaufsseiten sowohl betrügerische als auch offene Fälschungen zu vertreiben. Jedoch stehen inzwischen Techniken und Dienste zur Verfolgung bestimmter Aktivitäten zur Verfügung, die den Verkauf rechtsverletzender Produkte einschränken dürften.

2.3.4.4 Möglichkeit der Verschleierung von Transaktionen

Die Möglichkeit, Transaktionen zu verschleiern, ist bei Marken- und Urheberrechtsverletzungen von besonderer Bedeutung.

Angesichts des illegalen Charakters von Herstellung, Vertrieb und Verkauf gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte besteht immer die Gefahr, dass Rechtsverletzer entdeckt, verfolgt und für ihre Aktionen bestraft werden. Um an den Märkten für gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte operieren zu können, müssen Rechtsverletzer zur Risikominimierung Anstrengungen unternehmen, ihre Transaktionen zu verbergen. Unter Annahme sonst gleicher Bedingungen erwächst hieraus ein größerer Anreiz, für Fälschungen Originalprodukte zu wählen, deren Herstellung, Vertrieb und Verkauf sich leicht verschleiern lassen. Die Leichtigkeit, mit der sich beispielsweise unerlaubt kopierte Musik-CDs erstellen lassen, ohne entdeckt zu werden, erhöht die Wahrscheinlichkeit dieser Form der Rechtsverletzung im Vergleich beispielsweise zur Herstellung gefälschter Fahrzeuge, die sich sehr viel schwieriger verschleiern lässt.

2.3.4.5 Möglichkeiten der Täuschung

Die Möglichkeit, Verbraucher zu täuschen und Glauben zu machen, ein von ihnen erworbenes Produkt sei nicht gefälscht, ist im Fall der Markenrechtsverletzungen von besonderer Bedeutung.

Wie weiter oben dargelegt, müssen Fälscher, um Produkte am Primärmarkt verkaufen zu können, den Verbrauchern vortäuschen, die von ihnen verkauften Produkte seien authentisch. Je schwieriger es ist, die Verbraucher zu täuschen, desto weniger interessant wird es für Fälscher daher sein, eine rechtsverletzende Aktivität zu verfolgen, die auf den Primärmarkt abzielt.

Der Erfolg einer Verbrauchertäuschung mit einem rechtsverletzenden Produkt hängt von drei Aspekten ab: 1. den inhärenten Merkmalen des Produkts, 2. der Verpackung und 3. der Art und Weise, wie das Produkt verkauft wird. Entspricht ein Produkt oder dessen Verpackung nicht den an das Originalprodukt gestellten Erwartungen, werden die Verbraucher dies erkennen können. Selbst wenn Inhalt und Verpackung perfekt dem Originalprodukt ähneln, kann ein Verkaufsort, der Verdachtsmomente auslöst, wie z.B. ein Straßenmarkt, an dem teure Markenuhren angeboten werden, zuweilen Zweifel in Bezug auf die Authentizität der Produkte aufkommen lassen.

2.3.5 Institutionelle Merkmale

Obwohl die Herstellung gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte praktisch in allen Volkswirtschaften der Welt stattfindet, gibt es in Bezug auf die Größenordnung zwischen diesen erhebliche Unterschiede. Wie eine Untersuchung ergeben hat, sind diese

Differenzen weitgehend auf eine Reihe institutioneller Faktoren zurückzuführen, darunter insbesondere ein breites Spektrum rechtlicher, kultureller, politischer und sozialer Merkmale, die den Handel mit gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten entweder behindern oder erleichtern.

2.3.5.1 Rechts- und Regulierungsrahmen

Die Rechts- und Regulierungsrahmen zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie sind institutionelle Schlüsselfaktoren, da sie das Verhalten der Fälscher und Produktpiraten maßgeblich beeinflussen können. Die Rechtssysteme statten Rechteinhaber mit Instrumenten aus, um Maßnahmen gegen Parteien zu ergreifen, die Schutzrechte verletzen, und Schadenersatz für die durch Rechtsverletzungen erlittenen Verluste zu verlangen. Durchsetzungsstarke Rechtsrahmen können Akteure von illegalen Aktivitäten abhalten, während durchsetzungsschwache Rechtsrahmen effektiv als permissive Systeme betrachtet werden dürften.

2.3.5.2 Rechtsdurchsetzung und Gefahr der Aufdeckung

Gesetze und Bestimmungen können das Niveau der Produkt- und Markenpiraterie beeinflussen, jedoch nur in dem Maße, wie sie durchgesetzt werden. Sind die für die Durchsetzung zur Verfügung gestellten Ressourcen unzureichend oder wird der Schutz der geistigen Eigentumsrechte von der zuständigen Behörde nicht anderweitig durchgesetzt, verlieren die Gesetze und Bestimmungen für die Rechteinhaber an Wert.

Dem Korruptionsniveau gebührt in dieser Hinsicht besondere Aufmerksamkeit, da sein Einfluss die Durchsetzung über mehrere unterschiedliche Kanäle untergraben kann: Illegale Produktionsstätten können unentdeckt bleiben, wenn die Behörden entscheiden, ihre Existenz zu ignorieren; Vertriebskanäle können infiltriert werden, wenn zugelassen wird, dass gefälschte Artikel in verschiedenen Stadien des Vertriebs mit Originalprodukten gemischt werden; Beschwerden werden nicht weiterverfolgt, wenn die zuständigen Behörden die Verfahren in bestimmten Fällen effektiv auf die lange Bank schieben. So hat selbst das strengste Gesetz manchmal keinen Einfluss auf die Entscheidung für oder gegen Produkt- und Marktpiraterie.

Von der Warte der Rechtsverletzer aus betrachtet, besteht die Hauptbefürchtung im Zusammenhang mit der Rechtsdurchsetzung in der Gefahr, erwischt zu werden, da dies eine Reihe negativer Konsequenzen haben kann. Die Möglichkeit, Transaktionen zu verbergen, zählt offensichtlich zu den Faktoren, die das Risikoniveau beeinflussen, gleichzeitig spielen aber auch wichtige institutionelle Aspekte eine Rolle. Die Behörden haben u.U. gewisse Kategorien gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte stärker im Visier als andere, so dass die Gefahr, entdeckt zu werden, bei diesen vergleichsweise größer ist als bei anderen. Darüber hinaus sind das Gesamtniveau und die Gesamtwirksamkeit der Durchsetzung wichtige Bestimmungsfaktoren des Risikos. Die Gefahr, entdeckt zu werden, und die potenziellen Kosten, dies zu verhindern, müssen aber in Relation zu den möglichen Folgen für die Rechtsverletzer betrachtet werden. Sind die Konsequenzen beispielsweise gering, dürfte die Gefahr, entdeckt zu werden, in der Praxis kaum Einfluss auf die Produkt- und Markenpiraterie haben.

2.3.5.3 Strafen

Strafen spiegeln die Folgen wider, die rechtsverletzende Parteien potenziell zu tragen haben, wenn sie entdeckt werden. In dieser Hinsicht kann der Effekt, den Durchsetzungsmaßnahmen auf den Umfang der Rechtsverletzungen haben, je nach den straf-

rechtlichen Rahmenbedingungen, d.h. der Strenge der Sanktionen, erheblich variieren. Zwischen einer kleinen Geldbuße, die problemlos als Betriebskosten verbucht werden kann, und einer Gefängnisstrafe besteht beispielsweise ein erheblicher Unterschied. In vielen Ländern werden Verletzungen der geistigen Eigentumsrechte größtenteils im Rahmen *zivilrechtlicher Verfahren* geahndet, in denen eine private Partei Anklage gegen einen Fälscher oder Produktpiraten zwecks Schadenersatzes erhebt. Die Folgen sind weit geringer als bei *strafrechtlichen Verfahren*, in denen die öffentliche Strafverfolgung zur Verhängung einer Geldbuße oder Gefängnisstrafe führen kann.

2.3.6 Nachfragebestimmende Faktoren

Was sind die Gründe für die Nachfrage nach gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten? Im Fall der Patent- und Musterrechte verletzenden Produkte stehen die Verbraucher (wie weiter oben dargelegt) dem rechtsverletzenden Charakter dieser Produkte wahrscheinlich gleichgültig gegenüber bzw. sind sich dessen nicht bewusst. Entsprechend wird die Nachfrage von denselben Faktoren gespeist wie bei nicht rechtsverletzenden Artikeln.

Die Märkte für Marken- und Urheberrechte verletzende Produkte sind indessen anders gelagert. Am Primärmarkt existiert per definitionem keine Nachfrage nach rechtsverletzenden Produkten, und entsprechend sind auch keine anderen spezifischen Bestimmungsfaktoren als die für die Nachfrage nach Originalprodukten relevanten Aspekte von Bedeutung (d.h. auf Verbrauchertäuschung beruhende rechtsverletzende Produkte werden unter denselben Bedingungen erworben wie Originalprodukte). Das steht in scharfem Gegensatz zum Sekundärmarkt, wo die Verbraucher *wissentlich entscheiden*, ein gefälschtes Produkt zu erwerben. Für dieses Konsumverhalten gibt es eine Vielzahl von Gründen. Ein gefälschtes Produkt kann den Verbraucher beispielsweise ebenso zufriedenstellen wie ein Originalprodukt, jedoch zu geringeren Kosten. Bei Markenrechte verletzenden Produkten können imagebewusste Verbraucher z.B. mit dem Erwerb einer qualitativ hochwertigen gefälschten Uhr ein vergleichbares Niveau an Freude oder Genugtuung erreichen wie mit dem Kauf eines Originalprodukts. Bei Urheberrechtsverletzungen ist es in manchen Fällen so, dass die Verbraucher ein Produkt erwerben, das von der Qualität her ebenso gut ist wie die Originalkopie.

Gefälschte und unerlaubt kopierte Waren sind indessen gewöhnlich keine perfekten Substitute von Originalprodukten und im Vergleich zu ihnen häufig von minderer Qualität. Mithin fußt die Entscheidung für oder gegen den Kauf eines gefälschten Produkts auf dem Unterschied zwischen dem Wert, den Verbraucher, gemessen am Preis, von einem echten Produkt erwarten können, und dem Wert, den sie, ebenfalls gemessen am Preis, von einem gefälschten Produkt erwarten. Die Nachfrage nach einem rechtsverletzenden Produkt minderer Qualität kann daher sogar erheblich sein, wenn der Preisunterschied zwischen dem Originalprodukt und der Fälschung hinreichend groß ist.

2.3.7 Nachfrage- und konsumbeeinflussende Faktoren

Die Faktoren, die die bewusste Nachfrage nach gefälschten und unerlaubt kopierten Waren erhöhen, lassen sich in drei Hauptkategorien unterteilen, die 1. mit dem Produkt selbst, 2. den individuellen Verbrauchermerkmalen und 3. dem institutionellen Umfeld zusammenhängen, in dem der einzelne Verbraucher agiert (Tabelle 2.4). Eine Evaluierung dieser Faktoren für spezifische Produkte kann weitergehende Aufschlüsse über Umfang und Standort der potenziellen Nachfrage geben.

Die relative Bedeutung jedes einzelnen Faktors ist je nach Produkt unterschiedlich und muss aus diesem Grund von Fall zu Fall evaluiert werden.

Tabelle 2.4 **Bestimmungsfaktoren für die Nachfrage nach offenkundig rechtsverletzenden Produkten**

Bestimmungsfaktor	Bedingungen, die Produkt- und Markenpiraterie begünstigen	Kategorie
Marktmerkmale		
Preis	Niedriger Preis; großer Preisunterschied zum Originalprodukt	} Produkt
Produktqualität und -merkmale	Hohe Qualität; geringer Qualitätsunterschied zum Originalprodukt	
Statusverschleierung	Einfache Verschleierung des rechtsverletzenden Charakters des Produkts	
Verbrauchermerkmale		
Gesundheitsrisiken	Keine oder geringe gesundheitliche Auswirkungen	} Verbraucher
Sicherheitsrisiken	Potenziell keine oder geringe Auswirkungen auf die Sicherheit	
Persönliches Einkommen	Hohe Bedeutung des Budgets auf Seiten der Verbraucher	
Persönliche Wertvorstellungen	Geringe Bewertung von IPR- und verwandten Schutzrechten	
Institutionelle Merkmale		
Entdeckungsgefahr	Geringe Entdeckungsgefahr	} Institutionen
Verfolgungsgefahr	Geringe Verfolgungsgefahr	
Strafen	Schwache Sanktionen	
Verfügbarkeit und Leichtigkeit des Erwerbs	Einfacher Zugang zu und Verfügbarkeit von Produkten	
Sozioökonomische Faktoren	Mangelndes Interesse an Rechten des geistigen Eigentums usw.	

2.3.8 Produktmerkmale

Ausschlaggebend für das Ausmaß der Verbrauchernachfrage nach einem bestimmten rechtsverletzenden Produkt sind hauptsächlich die Merkmale des betroffenen Produkts, d.h. dessen Preis, Qualität und Funktionalität. Wichtig dürfte außerdem die Möglichkeit der Verschleierung des rechtsverletzenden Charakters des Produkts sein.

2.3.8.1 Preis

Einer der Schlüsselfaktoren, der die Entscheidung eines Verbrauchers zum Kauf eines gefälschten oder unerlaubt kopierten Produkts beeinflusst, ist der Preisunterschied zwischen dem rechtsverletzenden und dem legal hergestellten Produkt. Wie weiter oben erörtert, dürfte die Nachfrage nach einem rechtsverletzenden Produkt bei gleichem Preis unerheblich sein und mit zunehmender Preisdifferenz zu Gunsten des rechtsverletzenden Produkts steigen.

2.3.8.2 Produktqualität und -merkmale

Welche Art von rechtsverletzenden Produkten ein Verbraucher zu konsumieren bereit ist, ergibt sich aus der Zufriedenheit, die ein Verbraucher aus einem bestimmten Produkt zu ziehen erwartet. Diese Zufriedenheit hängt wiederum im Allgemeinen von der Funktionalität eines Produkts, seinem Effekt auf das physische Wohlbefinden und/oder dem mit ihm verbundenen Imagewert ab. Bei Arzneimitteln ist beispielsweise der therapeutische Effekt die Haupteigenschaft des Produkts und veranlasst die Verbraucher auf Grund des erwarteten Behandlungseffekts zum Konsum. Bei Kleidungsstücken hingegen wird der Kauf eher durch eine Kombination aus Aspekten wie Funktionalität, Stil und gegebenenfalls das Image motiviert, das einer bestimmten Marke anhaftet. Generell gilt, je höher die erwartete Qualität einer Fälschung, desto größer die Nachfrage.

Verbrauchern, die wissentlich gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte kaufen, ist sehr wohl bekannt, dass rechtsverletzende Produkte im Allgemeinen von minderer Qualität sind als das Originalprodukt. Aus diesem Grund werden in Bezug auf die Zufriedenheit an ein rechtsverletzendes Produkt geringere Erwartungen gestellt als an ein Originalprodukt, und es wird zudem eher akzeptiert, dass ein rechtsverletzendes Produkt den Standard eines Originalprodukts nicht erreicht. Das ist wiederum auch ein Faktor, der u.a. über den niedrigeren Preis die Nachfrage nach rechtsverletzenden Produkten ermöglicht und den Sekundär- vom Primärmarkt trennt. Allerdings dürfte die Nachfrage nach rechtsverletzenden Produkten durch die Folgen beeinflusst werden, die sich aus der Nichterfüllung der an ein rechtsverletzendes Produkt gerichteten Erwartungen ergeben. Diese Folgen hängen wiederum von den Wünschen und Bedürfnissen ab, die ein Produkt erfüllen soll, so dass sie den von den Faktoren Preis und Qualität ausgeübten Einfluss etwas schwächen. Zwei Aspekte von besonderer Bedeutung sind in dieser Hinsicht die potenziell negativen Auswirkungen gefälschter Produkte auf Gesundheit und Sicherheit. Diese werden weiter unten erörtert.

2.3.8.3 Möglichkeit der Statusverschleierung

Die Möglichkeit eines Verbrauchers, den Charakter eines gefälschten oder unerlaubt kopierten Produkts zu verschleiern, kann für bestimmte Produkte von Bedeutung sein und mithin die Kaufentscheidung beeinflussen. Die Gründe, aus denen eine derartige Verschleierung notwendig ist, können vielfältig sein und von Eitelkeit (dem Wunsch, nicht als Benutzer gefälschter Luxusgüter identifiziert zu werden) bis hin zu rechtlichen Motiven reichen (Wunsch, nicht wegen des Besitzes rechtsverletzender Produkte verfolgt zu werden).

2.3.9 Verbrauchermerkmale

Die bewusste Entscheidung, ein gefälschtes oder unerlaubt kopiertes Produkt zu erwerben, wird durch mindestens drei Kategorien von Faktoren beeinflusst, die den einzelnen Verbraucher betreffen. Beim ersten handelt es sich um die allgemeine wirtschaftliche Lage und budgetären Zwänge des Verbrauchers, beim zweiten um die Natur etwaiger Gesundheits- und Sicherheitsrisiken, die mit dem Erwerb und Gebrauch eines gefälschten Produkts in Kauf genommen werden. Der dritte Faktor betrifft die Einstellung des Verbrauchers gegenüber gefälschten und unerlaubt kopierten Waren.

2.3.9.1 Gesundheits- und Sicherheitsrisiken

Gesundheits- und Sicherheitsbedenken stehen bei Verbrauchern offensichtlich ganz oben auf der Liste der Entscheidungskriterien für oder gegen den Kauf eines gefälschten oder unerlaubt kopierten Produkts. Dabei dürften die Bedenken je nach Art des Produkts unterschiedlich sein, was mit erklärt, warum der Sekundärmarkt für bestimmte Produkte (wie Arzneimittel) klein und für andere Produkte (wie Spielfilme und Musik) verhältnismäßig groß ist.

Es gilt hervorzuheben, dass Befürchtungen hinsichtlich der Gesundheits- und Sicherheitsrisiken aus der allgemeinen Sensibilisierung der Verbraucher für die potenziellen Effekte des Konsums bestimmter Güter resultieren. Da der Grad dieser Sensibilisierung von Verbraucher zu Verbraucher unterschiedlich sein kann und auch eine länderspezifische Ausprägung haben dürfte, steht zu erwarten, dass auch die bewusste Nachfrage nach potenziell gefährlichen rechtsverletzenden Produkten, wie Spielzeug, Unterhaltungselektronik und sogar Arzneimittel, von Land zu Land unterschiedlich ist.

2.3.9.2 *Persönliches Einkommen*

Das persönliche Einkommen der Verbraucher bestimmt die Grenzen ihrer Kauf-fähigkeit. In manchen Fällen könnte das Einkommensniveau bei der Entscheidung eines Verbrauchers, ein gefälschtes oder unerlaubt kopiertes Produkt zu kaufen, durchaus ein maßgeblicher Faktor sein. Ein gefälschtes oder unerlaubt kopiertes Produkt, das eine erschwingliche Alternative zu einem Originalprodukt darstellt (und angesichts des Preises und des persönlichen Einkommens auch von hinreichender Qualität ist), könnte einen Verbraucher beispielsweise stark beeinflussen – vor allem, wenn der Kauf des Originalprodukts keine praktikable Option ist.

Das Niveau des persönlichen Einkommens lenkt den Konsum auch in bestimmte Richtungen. Niedrigeinkommensgruppen beispielsweise geben in der Regel einen größeren Teil ihres Budgets für Nahrungsmittel, Getränke und Kleidung aus als Hocheinkommensgruppen, die verhältnismäßig mehr Geld für Verkehrsmittel, Kommunikation sowie medizinische Versorgung/Gesundheit aufwenden (Houthakker, 1957). Demnach fallen die Nachfrage nach gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten und deren Konsum je nach Einkommensniveau in der Regel unterschiedlich aus. Entsprechend ist auch in Bezug auf die häufig vertretene Auffassung Vorsicht geboten, der Konsum rechtsverletzender Güter würde mit steigendem Einkommen sinken. Ein höheres Einkommen kann eine allgemeine Verschiebung in den Konsumstrukturen zur Folge haben und dabei auch einfach zum Konsum von noch mehr rechtsverletzenden Produkten motivieren, statt ihm ein Ende zu setzen.

2.3.9.3 *Persönliche Wertvorstellungen*

Die Einstellung einer Person gegenüber Verbrechen und Diebstahl könnte Ausmaß und Natur des wissentlichen Erwerbs gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte beeinflussen. Eine Person, die weiß, dass Herstellung und Vertrieb gewisser Produkte hauptsächlich über kriminelle Netze erfolgt, die von den Transaktionen profitieren, könnte sich hiervon abgeschreckt fühlen; zudem reagieren die Verbraucher auf diverse Arten von Rechtsverletzungen in verschiedenen Produktbereichen u.U. recht unterschiedlich. Die unerlaubte Verwertung einer urheberrechtlich geschützten Marke eines Sportvereins auf einer Kappe beispielsweise könnte anders beurteilt werden als die Raubkopie eines Films.

2.3.10 *Institutionelle Merkmale*

Das institutionelle Umfeld, in dem sich rechtsverletzende Aktivitäten entwickeln, ist wichtig, da es einen direkten Einfluss auf das Niveau der Nachfrage nach illegal hergestellten Produkten und deren Nutzung hat, was von Faktoren wie beispielsweise dem Rechtssystem abhängt. Wichtig ist das institutionelle Umfeld auch, um zu verstehen, wo Sekundärmärkte für gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte wahrscheinlich am größten sind.

2.3.10.1 *Gefahr der Entdeckung, Verfolgung und Bestrafung*

Die Gefahr der Entdeckung, Verfolgung und Bestrafung bei bewusstem Konsum gefälschter oder unerlaubt kopierter Produkte ist in den meisten Produktkategorien gering. Obwohl diese Aspekte potenziell nachfragedämpfend wirken und mithin wichtig sind, ist ihre Bedeutung in den meisten Fällen unwesentlich.

Eine Ausnahme bildet die wachsende Gefahr der Bestrafung bei Urheberrechtsverletzungen. Die Musik-, Film- und Softwareschutzverbände leiten immer mehr Gerichtsverfahren nicht nur gegen große Anbieter urheberrechtlich geschützten Materials,

sondern auch gegen Verbraucher ein. Die zunehmende Medienberichterstattung über Produktpiraterie und die Bekämpfungsmaßnahmen der Rechteinhaber haben bei den Verbrauchern zugleich auch das Bewusstsein für die Risiken erhöht, die mit dem Konsum unerlaubt kopierter Produkte einhergehen. Bei anderen Produkten entstehen Risiken generell nur beim Passieren von Grenzen.

2.3.10.2 Verfügbarkeit und Leichtigkeit des Erwerbs

Auf Grund ihres illegalen Charakters sind gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte im Allgemeinen am Markt nicht frei verfügbar. In welchem Ausmaß sie erworben werden können, hängt häufig von den Vertriebs- und Verkaufsmodalitäten ab, die je nach Produkt erheblich abweichen können.

Die Vorschriften und Bedingungen, unter denen Produkte käuflich erworben werden können, können tiefgreifende Auswirkungen auf das Konsumniveau haben. Ist ein Produkt beispielsweise nicht in einer Vielzahl an Verkaufsstellen in großen Mengen erhältlich, könnte dies die Nachfrage auf Grund der hohen nichtmonetären Erwerbskosten signifikant reduzieren. Selbst wenn Verbraucher das Interesse am Kauf eines bestimmten Produkts haben und auch die entsprechende Kaufbereitschaft vorhanden ist, sind die Möglichkeiten für sie insofern begrenzt, als die Verfügbarkeit der Produkte gering oder stark eingeschränkt ist. Diese Einschränkungen könnten sich aus der Strategie der Rechteinhaber, aber auch aus Marktzugangsbeschränkungen ergeben (z.B. auf Grund von Einfuhrbestimmungen). Die Einkaufsmöglichkeiten schwanken je nach Land und Vertriebsmethoden; am größten sind sie dort, wo die Märkte nicht stark reguliert sind (z.B. dort, wo Straßenmärkte üblich sind) und wo der Internetzugang, der Möglichkeiten zum Erwerb gefälschter Produkte bietet, am weitesten verbreitet ist. Einfache und komfortable Möglichkeiten des Erwerbs gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte dürften die Nachfrage ebenfalls in die Höhe treiben.

Gefälschte Produkte, wie Markenfälschungen von Kleidungsstücken, Uhren, Sonnenbrillen, Parfums usw., werden z.B. häufig auf Straßenmärkten oder von fliegenden Händlern verkauft. Verkaufsformen wie diese, die an gewissen Standorten auf ein hohes Maß an Akzeptanz seitens der Verbraucher und Behörden stoßen, erleichtern die Nachfrage nach unerlaubt hergestellten Produkten bereits durch ihre Existenz ganz erheblich. An Orten, wo gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte nicht so einfach bzw. wirksam vermarktet werden können, sind die mit der Produktsuche verbundenen Kosten in der Regel hoch und halten die Nachfrage in Grenzen.

2.3.10.3 Sozioökonomische Faktoren

Die Zufriedenheit, die der Einzelne aus dem Konsum gefälschter bzw. unerlaubt kopierter Güter zu ziehen hofft, kann auch durch soziale und kulturelle Werte beeinflusst werden. Diese institutionellen Faktoren kommen über unterschiedliche Kanäle zum Tragen, die entweder mit den Märkten und den für sie jeweils geltenden Bestimmungen oder mit dem Verbraucherverhalten an sich zusammenhängen, nicht aber mit den persönlichen Merkmalen der einzelnen Akteure.

Das Niveau der wirtschaftlichen Entwicklung, die allgemeinen Konsumstrukturen, das Bildungssystem und ähnliche Faktoren könnten die Nachfrage nach rechtsverletzenden Produkten motivieren und in ganz bestimmte Richtungen lenken und daher auch die beim Konsumniveau zwischen den Ländern beobachteten Unterschiede erklären. So könnten beispielsweise allgemeine Konsummuster für gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte, die für einzelne Länder spezifisch sind, mit dem Einkommensniveau dieser

Länder in Verbindung stehen. Diese Feststellung würde mit der weiter oben geführten Diskussion über den Einfluss des persönlichen Einkommens auf das Konsumverhalten in Einklang stehen und könnte die zwischen den Ländern bei der Nachfrage nach spezifischen Kategorien rechtsverletzender Produkte bestehenden Unterschiede erklären helfen.

Ferner könnte die Auffassung vertreten werden, dass Unterschiede im Bildungsniveau wahrscheinlich mit für die zwischen den Ländern bei der Sensibilisierung für gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte bestehenden Differenzen verantwortlich sind (Kasten 2.2). Ein durch ein unzureichendes Bildungsniveau bedingtes mangelndes Bewusstsein hat in den meisten Fällen (streng genommen) zur Folge, dass die betroffenen Personen über die Echtheit der nachgefragten Produkte getäuscht werden.

Kasten 2.2 Verbraucherbewusstsein

Ob sich ein Verbraucher des gefälschten und unerlaubt kopierten Charakters von Produkten bewusst ist, hängt damit zusammen, inwieweit diesbezügliche Informationen verfügbar und zugänglich sind, sowie mit der Fähigkeit des einzelnen Verbrauchers, diese Informationen auch zu verstehen. In Ermangelung von Hinweisen auf den rechtsverletzenden Charakter eines Produkts in der einen oder anderen Form, ist es weniger wahrscheinlich, dass der Verbraucher selbst Verdacht schöpft – selbst wenn er diesbezügliche Informationen, wenn sie verfügbar gewesen wären, verstanden hätte. Andererseits gilt auch, dass, selbst wenn dem Verbraucher qualitativ hochwertige Informationen zur Verfügung stehen, seine mangelnde Fähigkeit, diese zu verstehen, ihn in einer Position belässt, in der er sich der Problematik nicht bewusst und entsprechend nicht in der Lage ist, die Informationen in seinem Kaufverhalten zu berücksichtigen.

Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass sich die Informationen hier nicht ausschließlich auf den Kontext des Verkaufs rechtsverletzender Produkte beziehen (d.h. auf verdächtige Umstände), sondern auch auf den Grad, in dem öffentlich verfügbare Informationen das Bewusstsein für die Existenz gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte erhöhen. Informations- oder Aufklärungsinfrastrukturen beispielsweise werden ihrem Auftrag der Verbrauchersensibilisierung u.U. nicht gerecht und erhöhen dadurch die potenzielle Größe und Rentabilität der Märkte für betrügerische rechtsverletzende Produkte. Besonders wichtig ist dies in Bezug auf Entwicklungsländer, wo der Zugang zu öffentlich verfügbaren Informationen und angemessenen Bildungsstrukturen in manchen Fällen fehlt. Trotz einer verhältnismäßig niedrigen Kaufkraft besteht in diesen Ländern ein ziemlich großes Potenzial für den Verkauf preiswerter, auf Täuschung beruhender rechtsverletzender Produkte und die damit verbundene Gewinnerzielung.

Ein ganz besonderer Fall mangelnder Sensibilisierung sind die Sicherheits- und Gesundheitsrisiken. In diesem Fall ist es möglich, dass Verbraucher willentlich potenziell gefährliche gefälschte Produkte kaufen, wenn sie sich der möglichen negativen Folgen des Konsums nicht bewusst sind. So kann dieses mangelnde Problembewusstsein auf Seiten der Verbraucher der bewussten Nachfrage nach rechtsverletzenden Produkten wie Spielzeug, Unterhaltungselektronik und Arzneimittel Vorschub leisten, die die Gesundheit und Sicherheit der Verbraucher potenziell gefährden.

2.3.10.4 Funktionsweise der Bestimmungsfaktoren

Informationen über die Funktionsweise für die Nachfrage ursächlichen Faktoren in den unterschiedlichen Sektoren lassen sich einer Untersuchung des Verbraucherverhaltens entnehmen. Erhebungen können in dieser Hinsicht sehr hilfreich sein. In einer im Vereinigten Königreich durchgeführten Erhebung wurden Verbraucher beispielsweise aufgefordert, ihre Beweggründe für oder gegen den Kauf bestimmter gefälschter/unerlaubt

Tabelle 2.5 **Motive für den Kauf gefälschter/unerlaubt kopierter Produkte**

Produkt	Günstiger	Akzeptable Qualität	Konnte mir etwas Anderes nicht leisten	Besseres Preis-Leistungs-Verhältnis	Wunsch der Kinder
DVDs	97	43	30	27	16
Musik	91	57	23	41	7
Computerspiele	94	24	6	24	12
Unternehmenssoftware	100	29	29	29	0
Modeartikel	72	70	38	45	5
Alkohol und Zigaretten	100	29	12	53	0
Spielzeug	33	33	0	33	0

Anmerkung: Die Antworten sind in Prozent angegeben. Mehrfachantworten sind möglich, d.h. die Summe der Antworten entspricht nicht 100%.

Quelle: Bryce und Rutter (2005).

kopierter Waren zu nennen (Tabellen 2.5 und 2.6). Besonders bemerkenswert sind in diesem Kontext die Unterschiede in der relativen Bedeutung von Qualität, Erschwinglichkeit und Wert der Ware als Motiv für den Kauf verschiedener gefälschter/unerlaubt kopierter Produkte sowie die Unterschiede in der relativen Bedeutung von Gesundheits- und Sicherheitsaspekten für die Entscheidung, vom Kauf bestimmter gefälschter/unerlaubt kopierter Produkte Abstand zu nehmen. Weitere Arbeiten in diesem Sinne wären für die Erstellung des in diesem Kapitel beschriebenen Rahmens zur Bestimmung der Nachfrage-neigung sehr hilfreich.

Tabelle 2.6 **Motive gegen den Kauf gefälschter/unerlaubt kopierter Produkte**

Produkt	Geld-verschwendung	Schlechte Qualität	Bevorzuge Originalprodukte	Kinder bevorzugen Originalprodukte	Zusammenhang mit Organisierter Kriminalität	Könnte schädlich sein
DVDs	19	44	45	3	56	7
Musik	17	44	45	3	55	8
Computerspiele	16	33	35	3	47	8
Unternehmenssoftware	15	24	35	1	39	11
Modeartikel	19	40	49	3	39	6
Alkohol und Zigaretten	21	23	41	1	51	41
Spielzeug	15	35	34	8	33	44

Anmerkung: Die Antworten sind in Prozent angegeben. Mehrfachantworten sind möglich, d.h. die Summe der Antworten entspricht nicht 100%.

Quelle: Bryce und Rutter (2005).

Literaturverzeichnis

- Bryce, J. und J. Rutter (2005), "Fake Nation?", www.allianceagainstiptheft.co.uk.
- Depken, C.A. und L.C. Simmons (2004), "Social Construct and the Propensity for Software Piracy", *Applied Economic Letters*, Vol. 11.
- Grossman, G. und C. Shapiro (1988a), "Counterfeit-Product Trade", *American Economic Review*, Vol. 78, Ausgabe 1.
- Grossman, G. und C. Shapiro (1988b), "Foreign Counterfeiting of Status Goods", *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 103, Ausgabe 1.
- Houthakker, Hendrik S. (1957), "An International Comparison of Household Expenditure Patterns, Commemorating the Century of Engel's Law," *Econometrica* 25.
- Husted, B.W. (2000), "The Impact of National Culture on Software Piracy", *Journal of Business Ethics*, Vol. 26.
- Interbrand (2006), "Best Global Brands 2006", a ranking by Brand Value, Interbrand, *BusinessWeek*.
- Marron, D.B. und D.G. Steel (2000), "Which Countries Protect Intellectual Property? The Case of Software Piracy", *Economic Inquiry*, Vol. 38, No. 2.

Kapitel 3

AKTUELLE SITUATION IM BEREICH PRODUKT- UND MARKENPIRATERIE

3.1 Zusammenfassung

Dieses Kapitel soll einen Überblick darüber liefern, was derzeit über Produkt- und Markenpiraterie in verschiedenen Volkswirtschaften und Produktbereichen bekannt ist. Die entsprechenden Informationen wurden einer Vielzahl von Quellen entnommen, darunter Analysen von staatlichen Stellen, Industrieverbänden und Forschungseinrichtungen sowie OECD-Umfragen, zwei davon bei Regierungsstellen und eine bei der Wirtschaft. Behandelt werden u.a. folgende Themen:

1. Spektrum und Ausmaß der Produkt- und Markenpiraterie;
2. Herkunftsregionen gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte;
3. Vertriebskanäle für gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte;
4. Absatzregionen gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte;
5. Rolle von kriminellen Netzwerken und Organisierter Kriminalität.

Was Spektrum und Ausmaß der Rechtsverletzungen anbelangt, vermitteln die vorliegenden Informationen nur einen groben Anhaltspunkt dafür, wie weit verbreitet Produkt- und Markenpiraterie tatsächlich sind. Was wir wissen, ist wenig im Vergleich zu dem, was wir nicht wissen. Dies zeigte sich schon bald bei der Analyse der OECD-Fragebogen, die von Zentralregierungen, den Unternehmen und Zollverwaltungen ausgefüllt wurden¹. Zumeist waren weder die Regierungsstellen noch die Unternehmen in der Lage, eine solide Beurteilung der Situation in ihrem Bereich zu liefern. Eines der entscheidenden Probleme ist, dass bislang keiner der betroffenen Akteure eine systematische Datenerfassung und -analyse vorgenommen hat. Vielfach beruhen die Lagebeurteilungen der betroffenen Parteien zu stark auf unzusammenhängenden oder nur punktuellen Informationen; fehlt es an genauen Daten, werden Meinungen, die sich nicht auf konkrete Belege stützen, häufig wie Tatsachen behandelt.

Eine Ausnahme bilden Branchen, die unter das Urheberrecht fallen. Software-, Musik- und Filmindustrie haben viel Zeit und Mühe in die Entwicklung von Evaluierungsrahmen für Ausmaß, Spektrum und Auswirkungen der Produktpiraterie investiert, wobei sie sich auf Erhebungen, Ermittlungen und Indizienanalysen stützten. Durch mehr Transparenz

1. Der allgemeine Länderfragebogen wurde an die 30 OECD-Mitgliedsländer und sechs Nicht-OECD-Volkswirtschaften gesandt. Den Fragebogen für die Zollverwaltungen erhielten alle 169 WZO-Mitglieder. Die Unternehmensfragebogen wurden allgemein zur Verfügung gestellt und von den Wirtschaftsverbänden unter ihren Mitgliedern verteilt. Zum allgemeinen Länderfragebogen gingen 19 Antworten ein, zum Fragebogen für die Zollverwaltungen 70 und zum Unternehmensfragebogen etwa 80.

und intensivere Diskussionen über die angewandten Methoden könnte die Entwicklung robusterer Evaluierungsrahmen gefördert werden, womit die Arbeiten im Bereich der Messtechniken sowohl insgesamt als auch in den verschiedenen Branchen vorangetrieben werden könnten.

Die wichtigsten Schlussfolgerungen lauten:

- *Spektrum und Ausmaß.* Das *Spektrum* der von Produkt- und Markenpiraterie betroffenen Produkte ist groß und dehnt sich weiter aus, wobei eine deutliche Verschiebung von Luxus- zu allgemeinen Konsumgütern festzustellen ist; darüber hinaus geben durch minderwertige gefälschte Produkte entstehende Gesundheits- und Sicherheitsrisiken Anlass zu wachsender Besorgnis. Über das *Ausmaß* des Problems insgesamt ist wenig bekannt, da die fraglichen Aktivitäten geheim gehalten werden und es zunehmend schwierig ist, gefälschte oder unerlaubt kopierte Produkte zu erkennen.
- *Herkunftsregionen gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte.* Produkt- und Markenpiraterie findet zwar in fast allen Volkswirtschaften statt, am stärksten verbreitet sind diese Aktivitäten jedoch in Asien, wobei China an vorderster Stelle zu stehen scheint.
- *Vertriebskanäle gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte.* Während Fälschungen und unerlaubt kopierte Produkte zuvor hauptsächlich über informelle Kanäle vertrieben wurden, werden sie inzwischen zunehmend in legale Vertriebsketten eingeschleust, so dass sie jetzt auch in den Verkaufsregalen etablierter Einzelhändler zu finden sind. Mit dem Internet bietet sich Fälschern und Produktpiraten zudem ein neuer und äußerst wirkungsvoller Absatzkanal für ihre Produkte, die sie dort in Internet-Auktionen, auf E-Commerce-Websites oder direkt über Werbemails anbieten können.
- *Logistik grenzüberschreitender Transaktionen.* Fälscher und Produktpiraten ändern ständig ihre Taktik, um der Entdeckung zu entgehen; dies zusammen mit dem schieren Volumen der Handelsgüter, die in den Häfen umgeschlagen werden, stellt die Zollbehörden vor erhebliche Herausforderungen. Freihäfen haben sich zu einem wichtigen Umschlagplatz gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte entwickelt.
- *Absatzregionen gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte.* Fälschungen und unerlaubt kopierte Produkte werden in fast allen Volkswirtschaften abgesetzt, die Konsummuster unterscheiden sich jedoch je nach Produkt. Analysen einzelner Wirtschaftszweige zeigten z.B., dass der Nahe Osten ein wichtiger Absatzmarkt für Kfz-Teile ist, während Afrika eine wichtige Rolle als Abnehmer gefälschter Arzneimittel spielt. Gefälschte Zigaretten werden demgegenüber auf einem regional breiter gefächerten Kreis von Märkten gehandelt.
- *Rolle von kriminellen Netzwerken und Organisierter Kriminalität.* Es gibt klare Belege dafür, dass kriminelle Netzwerke eine wesentliche Rolle in der Produkt- und Markenpiraterie spielen und das organisierte Verbrechen hier eine herausragende Stellung einnimmt. Die hohen Gewinne, die mit Fälschungs- und Pirateriegeschäften häufig erzielt werden können, sowie das geringe Aufdeckungs- und Strafverfolgungsrisiko schaffen ein attraktives Umfeld für illegale Aktivitäten. Manchmal greifen die Verbrecherringe zur Förderung ihrer Geschäfte auch auf Methoden wie Erpressung und Bestechung öffentlicher Amtsträger zurück, womit sie die Effizienz öffentlicher Einrichtungen beeinträchtigen, was zu Lasten der Gesellschaft insgesamt geht.

Wie aus Tabelle 3.1 ersichtlich, decken sich die in den Länderfragebogen geäußerten Ansichten im Großen und Ganzen mit diesen Schlussfolgerungen.

Tabelle 3.1 **Einschätzung der Trends und Entwicklungen bei Produkt- und Markenpiraterie, nach Volkswirtschaften**

Volkswirtschaft	Ausweitung von Luxus- auf Konsumgüter	Zunahme der Menge rechtsverletzender Güter	Zunahme der gesundheits- und sicherheitsgefährdenden Güter	Zunahme illegaler Aktivitäten im Internet	Organisierte Kriminalität spielt eine Rolle
Australien	•	•	•	•	
Kanada	•	•	•	•	•
Frankreich	•	•	•	•	•
Deutschland	•	•	•		
Ungarn	•	•		•	•
Israel*					
Japan		•		•	
Korea		•			
Mexiko*					
Niederlande		•	•		
Neuseeland	•	•		•	
Polen	•			•	•
Portugal	•	•			○
Russland	•	•	•		•
Spanien	•	•			
Schweden	•	•	•		
Schweiz		•		•	
Chinesisch Taipeh	•			•	
Europäische Union	•	•	•		•

Anmerkungen:

○ Vermutet.

* Israel und Mexiko lieferten eine allgemeine Antwort, aber nicht zu diesen Punkten.

Quelle: OECD (2005b).

3.2. Spektrum der Rechtsverletzungen

Mit dem Spektrum der Rechtsverletzungen ist der Kreis der Produkte gemeint, die Gegenstand von Verletzungen des Markenschutz-, Urheber-, Patent- und Musterrechts werden. Konkrete Informationen über Rechtsverstöße in diesen Bereichen können zahlreichen Quellen entnommen werden, darunter Unterlagen von Zoll- und sonstigen Rechtsdurchsetzungsbehörden, Untersuchungen von Wirtschaftsverbänden und Forschungseinrichtungen sowie Unterlagen zu Gerichtsverfahren. In Bezug auf Verletzungen des Markenschutz- und Urheberrechts liefern alle diese Quellen relativ umfangreiche Informationen.

Informationen über Verstöße gegen das Patent- und das Musterrecht sind hingegen weniger leicht erhältlich. Beispielsweise dokumentieren nicht alle Zollbehörden die an den Grenzübergängen festgestellten Patentrechtsverletzungen, da die fraglichen Produkte in der Regel nicht beschlagnahmt, sondern nur von der Einfuhr ausgeschlossen werden. Außerdem haben offenbar weder Wirtschaftsverbände noch Forschungseinrichtungen Untersuchungen sektorspezifischer Verletzungen des Patentrechts durchgeführt. Unterlagen über Gerichtsverfahren sind somit die so gut wie einzige Quelle, der sektorspezifische Informationen entnommen werden können; die Sammlung von Informationen aus diesen Unterlagen wäre jedoch ein sehr zeitaufwendiges und ressourcenintensives Unterfangen.

Die bei der Wirtschaft durchgeführte Umfrage der OECD liefert Anhaltspunkte für die Art der Rechtsverletzungen, die in den verschiedenen Branchen die größten Probleme bereiten. In den meisten Wirtschaftszweigen wurden Verstöße gegen das Markenrecht an erster Stelle genannt, außer im Verlagssektor, in der Filmbranche, der Musikindustrie sowie der Textil- und Bekleidungsindustrie, wo häufiger auf Verletzungen des Urheber- und Musterrechts hingewiesen wurde (vgl. Anhang, Tabelle 3.A1). In einigen Sektoren wurden auch Patentrechtsverletzungen als Problem genannt, im Allgemeinen allerdings weniger häufig als Rechtsverstöße in anderen Bereichen.

In Bezug auf das Spektrum der betroffenen Produkte ergeben die während der Untersuchung gewonnenen Informationen, dass ein sehr weiter Kreis von Artikeln Gegenstand von Produkt- und Markenpiraterie werden kann. In Tabelle 3.2 ist ein Teil dieser Informationen zusammengefasst. Dabei gilt es allerdings zu erwähnen, dass diese Auflistung rein illustrativen Charakter hat und keineswegs vollständig ist.

Tabelle 3.2 **Von Verletzungen geistiger Eigentumsrechte betroffene Produkte**

Wirtschaftszweig	Beispiele betroffener Produkte
Bekleidung, Schuhe und Designermode	T-Shirts, Hüte, Pullover, Hosen, Sportschuhe, Kappen, Socken, Stiefel
Audiovisuelle, literarische und sonstige urheberrechtlich geschützte Werke	Musik, Filme, TV-Programme, (CDs und DVDs), Software, Bücher, Computer-/Videospiele
Kraftfahrzeuge	Motorroller, Motoren, Motorenteile, Karosseriebleche, Airbags, Windschutzscheiben, Reifen, Lager, Stoßdämpfer, Aufhängungs- und Lenkungskomponenten, Sicherheitsgurtstraffer, Zündkerzen, Scheibenbremsbeläge, Kupplungsscheiben, Ölfilter, Ölpumpen, Wasserpumpen, Fahrgestellteile, Scheinwerfer, Sicherheitsgurte, Schläuche, Scheibenwischer, Kühlergrille, Dichtungsmaterial, Ringe, Innenausstattung, Bremsflüssigkeit, Räder, Radkappen, Frostschutzmittel, Scheibenwischerflüssigkeit
Chemikalien/Pestizide	Insektizide, Unkrautvernichtungsmittel, Antihafbeschichtungen, Hybridmais
Unterhaltungselektronik und Haushaltsgeräte	Computerteile (Bildschirme, Gehäuse, Festplatten), Computerzubehör, Webcams, Fernbedienungen, Mobiltelefone, TV-Geräte, CD- und DVD-Spieler, Lautsprecher, Kameras, Kopfhörer, USB-Adapter, Rasierapparate, Haartrockner, Bügeleisen, Mixgeräte, Dampfkochtöpfe, Wasserkessel, Fritteusen, Lampen, Rauchdetektoren, Uhren
Elektroteile	In der Stromverteilung und in Transformatoren, in Schaltanlagen, Motoren und Generatoren, Gas- und Wasserturbinen sowie in Turbinengeneratoren verwendete Teile, Relais, Kontakte, Zeitschaltuhren, Schutzschalter, Sicherungen, Schaltanlagen, Verteiler, Kabelzubehör, Batterien
Nahrungsmittel und Getränke	Obst (Kiwis), Dosengemüse, Milchpulver, Butter, Ghee, Babynahrung, Instantkaffee, Alkoholika, Getränke, Süßigkeiten/Bonbons
Accessoires	Uhren, Schmuck, Brillen, Reisegepäck, Handtaschen und Lederwaren
Arzneimittel	Arzneimittel zur Behandlung von Krebs, HIV, Malaria, Osteoporose, Diabetes, Bluthochdruck, Cholesterin, Herz-Kreislauf-Krankheiten, Fettleibigkeit, Infektionskrankheiten, Alzheimer, Prostataleiden, Erektionsstörungen, Asthma, Pilzinfektionen; Antibiotika, Psychopharmaka, Steroide, Entzündungshemmer, Schmerzmittel, Hustenmittel, Hormone, Vitamine; Haarwuchsmittel und Appetitzügler
Tabakwaren	Zigaretten, Zigarren, Schnupftabak
Toiletten- und sonstige Haushaltsartikel	Haushaltsartikel und Pflegeprodukte, wie Shampoos, Waschmittel, Duftstoffe, Parfüm, Damenbinden, Hautcremes, Deodorants, Zahnpasta, Zahnpflegeprodukte, Epiliergeräte, Rasierklingen; Schuhputzmittel; freiverkäufliche Arzneimittel
Sonstige	Spielzeug, Spiele, Möbel, Sportartikel (z.B. Basketbälle und Golfschläger), Sticker, eingefärbte oder bedruckte exotische Stoffe, Gürtelschnallen, Dekalierpapier, Fliesen, Feuerzeuge, Tischplatten, Blumen, Pflanzenstecklinge, Diplomurkunden, Schleifwerkzeuge, Sanitärartikel (Badewannen, Waschbecken, Toilettenschüsseln), Geschirr (Teller, Schüsseln, Tassen).

Quelle: OECD (2005a, 2005b) und Hintergrundstudien.

Weitere Informationen über den Umfang der Rechtsverletzungen liefern die von den Zollbehörden beantworteten Fragebogen, in denen Angaben zu den Beschlagnahmen/Aufgriffen rechtsverletzender Produkte gemacht wurden. Die Angaben der Zollbehörden zeichnen sich durch ihre Detailgenauigkeit aus. Dreizehn an der Umfrage teilnehmende Zollverwaltungen² konnten Informationen auf der Basis des sechsstelligen Harmonisierten Systems zur Bezeichnung und Codierung der Waren machen³. Die einzelnen Länder und Volkswirtschaften nannten insgesamt 744 verschiedene Warenarten, bei denen Rechtsverletzungen festzustellen waren, was mehr als 14% der über 5 200 Warenarten entspricht, die im Harmonisierten System unterschieden werden⁴.

Bei 19 der insgesamt 21 Warengruppen, die das gesamte Spektrum der im Handel befindlichen Waren abdecken, waren Rechtsverletzungen festzustellen (Tabelle 3.3).

Tabelle 3.3 **Beschlagnahmen rechtsverletzender Produkte durch die Zollverwaltungen (letzte Jahre)**

Warengruppen (Harmonisiertes System)	Rechtsverletzende Produkte (6-stelliges HS)
1 Lebende Tiere und Waren tierischen Ursprungs (einschl. Fleisch, Fisch und Milcherzeugnisse)	1
2 Waren pflanzlichen Ursprungs (einschl. Früchte, lebende Pflanzen, Schnittblumen, Kaffee, Tee, Samen)	1
3 Tierische und pflanzliche Fette, genießbare verarbeitete Fette, Wachse	0
4 Waren der Lebensmittelindustrie; Getränke, alkoholhaltige Flüssigkeiten und Essig; Tabak und Tabakersatzstoffe	15
5 Mineralische Stoffe	0
6 Erzeugnisse der chemischen Industrie und verwandter Industrien (einschl. Parfüm und pharmazeutische Erzeugnisse)	32
7 Kunststoffe, Kautschuk u.Ä.	23
8 Häute, Felle, Leder und Pelze; Reiseartikel u.Ä.	27
9 Holz und Holzwaren; Korbmacherwaren und Flechtwaren	6
10 Halbstoffe aus Holz und Waren daraus (einschl. Bücher, Zeitungen usw.)	39
11 Spinnstoffe und Waren daraus (einschl. Bekleidung und Bekleidungszubehör)	224
12 Schuhe, Kopfbedeckungen, Regen- und Sonnenschirme, Gehstöcke, Reitpeitschen; künstliche Blumen	37
13 Steine, Gips, Zement, keramische Waren und Glas	13
14 Echte oder Zuchtperlen; Edelsteine, Schmucksteine; Modeschmuck; Münzen	10
15 Metalle und Waren daraus (einschl. Werkzeuge und Schneidwaren)	42
16 Maschinen, Apparate und elektrotechnische Waren (einschl. Fernsehgeräte, Elektronikgeräte, Software, CDs und DVDs)	128
17 Beförderungsmittel (einschl. Teile davon)	11
18 Optische oder fotografische Instrumente; Präzisionsinstrumente; Uhrmacherwaren; Musikinstrumente	57
19 Waffen und Munition	5
20 Verschiedene Waren (einschl. Möbel, Spielzeug, Spiele und Sportgeräte)	71
21 Kunstgegenstände, Sammlungsgegenstände und Antiquitäten	2
Insgesamt	744

Quelle: OECD (2006).

2. Dabei handelte es sich um Andorra, Chile, Fidschi, Gabun, Kanada, Mauritius, Moldau, Panama, Rumänien, Spanien, Chinesisch Taipeh, Thailand und die Vereinigten Staaten.
3. Die fraglichen Länder und Volkswirtschaften verwenden bei ihren Angaben das Harmonisierte System zur Bezeichnung und Codierung der Waren (HS). Bei diesem System handelt es sich um eine internationale Mehrzweck-Produktklassifizierung, die von der Weltzollorganisation ausgearbeitet wurde. Es umfasst über 5 200 Warenarten, die jeweils durch einen sechsstelligen Code gekennzeichnet sind. Das System wird von über 190 Ländern und Volkswirtschaften als Grundlage für die Festlegung der Zolltarife und die Erfassung der Daten für die Außenhandelsstatistiken verwendet. Über 98% der international gehandelten Güter werden nach dem HS klassifiziert.
4. Die umfassendste Liste mit über 600 Warenarten wurde von den Vereinigten Staaten unterbreitet; von den anderen Volkswirtschaften wurden weniger als 100 Produkte genannt.

Die größte Zahl der Beschlagnahmen/Aufgriffe war in der Kategorie „Spinnstoffe und Waren daraus“ festzustellen (30% der Gesamtzahl), gefolgt von Maschinen und elektrotechnischen Waren (17%). Was bei genauerer Beobachtung jedoch besonders auffällt, ist die Zahl der gefälschten oder unerlaubt kopierten Produkte, durch die arglosen Verbrauchern Gesundheits- und Sicherheitsrisiken entstehen können.

Es gilt darauf hinzuweisen, dass die Daten der Zollbehörden zwar genau sind, aber nennenswerte Unzulänglichkeiten aufweisen. Die wichtigste darunter ist, dass in ihnen nur Rechtsverletzungen erfasst sind, die im internationalen Warenverkehr entdeckt wurden; außerdem werden in einigen Ländern, z.B. den Vereinigten Staaten, wie im Vorstehenden bereits erwähnt, nur Verletzungen des Urheber- und Markenschutzrechts dokumentiert. Das tatsächliche Spektrum der Rechtsverletzungen ist zweifellos größer.

Das Spektrum der gefälschten bzw. unerlaubt kopierten Produkte ist jedoch nicht nur breit, sondern scheint sich auch auszuweiten. Wie bereits erwähnt, wird in den Länderfragebogen häufig darauf hingewiesen, dass die Fälscher und Produktpiraten ihre zuvor auf Luxusgüter konzentrierten Aktivitäten zunehmend auf allgemeine Konsumgüter ausdehnen.

Die von den Zollbehörden ausgefüllten Fragebogen bestätigen dies. Wie aus Tabelle 3.4 ersichtlich, ist über die Hälfte der Umfrageteilnehmer der Ansicht, dass sich die Palette der rechtsverletzenden Produkte, die sich im Handel befinden, im Verlauf der letzten fünf Jahre ausgeweitet hat, wobei 26% darauf hinweisen, dass sich diese Entwicklung rasch

Tabelle 3.4 **Spektrum der von grenzüberschreitenden IPR-Verletzungen betroffenen Produkte**

Das Spektrum der Beschlagnahmen gefälschter/unerlaubt kopierter Produkte hat in den letzten fünf Jahren:			
Rasch zugenommen (13)	Kontinuierlich zugenommen (16)	Sich nicht verändert (17)	Abgenommen (4)
Zypern ¹	Argentinien	Andorra	Angola
EU	Kanada	Australien	Panama
Ghana	Kroatien	Bermuda	Slowakische Republik
Ungarn	Fidschi	Bulgarien	Simbabwe
Japan	Gabun	Chile	
Korea	Deutschland	China	
Kuwait	Israel	Estland	
Lettland	Mali	Hongkong (China)	
Luxemburg	Norwegen	Indonesien	
Malta	Polen	Moldau	
Rumänien	Russland	Mongolei	
Thailand	Senegal	Namibia	
Vereinigte Staaten	Serbien	Portugal	
	Slowenien	Spanien	
	Südafrika	Sudan	
	Schweiz	Chinesisch Taipeh	
		Türkei	

1. Fußnote der Türkei:

Die Informationen in dieser Tabelle zu „Zypern“ beziehen sich auf den südlichen Teil der Insel. Es existiert keine den türkischen und griechischen Bevölkerungsteil der Insel gemeinsam vertretende Instanz. Die Türkei erkennt die Türkische Republik Nordzypern (TRNZ) an. Solange keine dauerhafte, gerechte Lösung im Rahmen der Vereinten Nationen gefunden ist, wird die Türkei ihre Position in der „Zypernfrage“ beibehalten.

Fußnote aller der OECD angehörenden EU-Mitgliedstaaten und der Europäischen Kommission:

Die Republik Zypern wird von allen Mitgliedern der Vereinten Nationen mit Ausnahme der Türkei anerkannt. Die Informationen in dieser Tabelle beziehen sich auf das Gebiet, das sich de facto unter der Kontrolle der Republik Zypern befindet.

Quelle: OECD (2006).

vollzogen hat. Eine solche rasche Expansion wurde z.B. in den Vereinigten Staaten verzeichnet, wo das Spektrum der dokumentierten Rechtsverletzungen bereits zuvor groß war. Nur vier Volkswirtschaften berichten von einer Abnahme des Spektrums der betroffenen Produkte.

Die sonstigen verfügbaren Informationen über das Spektrum der Rechtsverletzungen sind in der Regel eher punktueller Art. Die Internationale Handelskammer ist mit ihrer BASCAP-Initiative (Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy) auf diesem Gebiet tätig geworden, indem sie systematisch Daten zu Fällen von Rechtsverletzungen erfasst (www.bascap.com/news/index.html).

3.3 Ausmaß der Rechtsverletzungen

Welcher Prozentsatz der Produkte insgesamt nachgeahmt oder gefälscht wird, ist nicht bekannt, und offenbar wurden noch keine geeigneten Methoden ausgearbeitet, die zur Erstellung einer akzeptablen Schätzung des Gesamtausmaßes der Produkt- und Markenpiraterie verwendet werden könnten. Aufschluss gibt jedoch eine Untersuchung verschiedener Arten von Informationen, darunter Daten über von Rechtsdurchsetzungsbehörden eingeleitete Verfahren sowie Umfrageergebnisse. Diese Informationen weisen jedoch erhebliche Unzulänglichkeiten auf und sind nicht ausreichend, um eine solide Schätzung des Gesamtausmaßes zu ermöglichen. Für einzelne Sektoren durchgeführte Analysen liefern jeweils ein klares Bild; würden die Messtechniken verfeinert und die Anstrengungen auch auf andere Sektoren ausgedehnt, könnte ein umfassenderes Bild der Gesamtsituation gewonnen werden. Wie dies geschehen könnte, wird in Kapitel 6 eingehender erörtert.

3.3.1 Gesamtausmaß

Bislang wurde anscheinend nur eine einzige Beurteilung des Gesamtausmaßes der Produkt- und Markenpiraterie weltweit erstellt. Das Counterfeiting Intelligence Bureau der Internationalen Handelskammer veröffentlichte 1997 eine Unterlage, der zufolge die Gesamtkosten der Produktfälschung weltweit etwa 5-7% des Welthandels entsprechen. Dies stellt eine Zunahme im Vergleich zu den schätzungsweise 2-4% von Anfang der 1980er Jahre dar (Internationale Handelskammer, 1997).

Welche Messmethoden den Schätzungen der Internationalen Handelskammer zu Grunde liegen, ist nicht ganz klar. So wurden die Ergebnisse von einigen Beobachtern dahingehend interpretiert, dass die weltweit gehandelten Produktfälschungen 5-7% der insgesamt gehandelten Produkte ausmachen, während andere davon ausgingen, dass sich diese Zahl auf die Gesamtproduktion an gefälschten Produkten (Produktion für den inländischen Verbrauch und für den Export) im Verhältnis zum Welthandel bezieht. Es ist auch nicht klar, welche Arten von Verletzungen geistiger Eigentumsrechte in dieser Schätzung erfasst sind. Streng genommen bezieht sich Produktfälschung nur auf Verstöße gegen das Markenschutzrecht (Markenpiraterie). Sollte damit jedoch auch die Produktpiraterie gemeint sein, wären in der Schätzung auch Verletzungen des Patent- und des Urheberrechts sowie sonstiger geistiger Eigentumsrechte berücksichtigt. Außerdem wird im ICC-Bericht darauf hingewiesen, dass sich die Zahlen auf Beurteilungen stützen, die nicht durch eindeutige Daten abgesichert sind.

Aufschluss über das Ausmaß der Produkt- und Markenpiraterie kann allerdings durch die Untersuchung verschiedener Arten von Informationen, wie Daten über Rechtsdurchsetzungsmaßnahmen sowie Umfrageergebnisse, gewonnen werden.

3.3.2 OECD-Erhebungen

Die von der OECD durchgeführte Umfrage bei den Regierungen lieferte zwar keine spezifischen Informationen über das Gesamtausmaß des Problems, spiegelte jedoch die allgemeine Ansicht wider, dass sich das Spektrum der gefälschten und unerlaubt kopierten Produkte auszudehnen scheint (Tabelle 3.4). Weitere Informationen konnten den Angaben der Zollbehörden entnommen werden, die allerdings insofern unzulänglich sind, als sie sich nur auf Fälschungen und Kopien beziehen, die in den internationalen Handel gelangen.

Die Daten der Zollbehörden ergeben, dass 2005 in 35 Volkswirtschaften gefälschte oder unerlaubt kopierte Produkte im Wert von insgesamt 769 Mio. US-\$ bzw. 0,01% der Gesamtimporte der fraglichen Volkswirtschaften beschlagnahmt bzw. abgefangen wurden (Tabelle 3.5 und Anhang, Tabelle 3.A2)⁵. Allein schon konkrete Beobachtungen deuten darauf hin, dass der tatsächliche Anteil der Produkt- und Markenpiraterie am internationalen Handel in Wirklichkeit wesentlich höher sein dürfte. Die geringe Aufdeckungsrate erklärt sich daraus, dass es vergleichsweise leicht ist, gefälschte/unerlaubt kopierte Produkte zu verbergen, zumal es den Mitarbeitern der Zollbehörden nur begrenzt möglich ist, die große Menge an Fracht, die in den Häfen umgeschlagen wird, effektiv zu prüfen, wie an späterer Stelle in diesem Kapitel erörtert wird.

3.3.3 Sonstige Erhebungen

Weitere Informationen über das Gesamtausmaß des Problems können Verbraucherumfragen entnommen werden, die von staatlichen Stellen, Wirtschaftsverbänden oder sonstigen betroffenen Parteien durchgeführt wurden. Solche Umfragen helfen bei der Untersuchung der Bedingungen auf dem inoffiziellen bzw. Sekundärmarkt (auf dem die Verbraucher wissentlich gefälschte oder nachgemachte Produkte kaufen), sind für die Analyse des offiziellen bzw. Primärmarkts (auf dem die Verbraucher unwissentlich und möglicherweise ohne es je zu erfahren gefälschte Produkte kaufen) jedoch wesentlich weniger geeignet.

Bei der Interpretation von Umfrageergebnissen ist natürlich Vorsicht geboten, weil die Befragten nicht unbedingt in vollem Umfang bzw. wahrheitsgemäß über ihre Aktivitäten berichten, vor allem wenn es sich dabei um gesetzeswidrige Aktionen handelt. Dennoch ist der Wert von Umfragedaten bei der Untersuchung von Konsummustern oder Veränderungen im Zeitverlauf nicht zu unterschätzen.

Im Folgenden werden die wichtigsten Ergebnisse einiger zumeist volkswirtschaftsbezogener Erhebungen wiedergegeben. Bei der Untersuchung der Ergebnisse zeichnen sich ähnliche Muster in Bezug auf die gefälschten oder unerlaubt kopierten Produkte ab, die die Verbraucher am häufigsten wissentlich auf den Sekundärmärkten erwerben. Was die Häufigkeit des Kaufs gefälschter/unerlaubt kopierter Produkte anbelangt, machten die Befragten in Hongkong (China) und im Vereinigten Königreich in etwa ähnliche Angaben (34-40%); in den Vereinigten Staaten, wo die Fragen enger eingegrenzt waren, ist die Zahl der Käufer gefälschter oder unerlaubt kopierter Produkte den Angaben der Befragten zufolge geringer (13%), wohingegen ihr Anteil in Brasilien relativ hoch ist (60%).

5. Die Rücklaufquote der an die Zollverwaltungen gesandten Fragebogen war in der Gruppe der größeren Volkswirtschaften nicht hoch, was die Nützlichkeit der Ergebnisse beeinträchtigt. Was die Daten selbst anbelangt, erschweren die in vielen Volkswirtschaften festzustellenden erheblichen Fluktuationen im Jahresvergleich die Beobachtung etwaiger Trends oder Muster; zudem warf der angegebene Umfang der Beschlagnahmen gemessen an den Angaben anderer Länder in vielen Fällen Zweifel an der Konsistenz und Vergleichbarkeit der Daten auf. Hinsichtlich der Vergleichbarkeit gilt es zu erwähnen, dass sich die an der Umfrage teilnehmenden Behörden bei ihren Angaben zum Wert der beschlagnahmten Waren auf unterschiedliche Bewertungsgrundsätze stützen. Einige beziehen sich auf den deklarierten Zollwert, während andere den Marktwert oder auch den Preis der Originalprodukte zu Grunde legen.

Tabelle 3.5 Gesamtwert der beschlagnahmten Waren nach Volkswirtschaft (in US-\$), 1999-2006

Berichtende Volkswirtschaft	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999
Andorra		295	1 283	1 457	12 882	1 215		32 924
Argentinien		45 000						
Bulgarien		3 775 208						
Kanada		17 260 470						
Chile		111 060	580 615	104 112				
China		12 364 000	10 169 748	8 212 229	11 552 030	9 892 715	6 848 774	11 114 194
Kroatien		405 478	94 638					
Zypern ^a		545 253	413 704	198 470	207 496	163 360	322 297	175 333
Tschech. Rep.		13 873 564			12 120 833	2 696 409	1 394 711	
Fidschi		20 632	2 736			205 465		
Deutschland		249 671 792	236 561 793	298 753 773	64 986 923	157 111 060	181 931 253	43 417 239
Ghana		399	126	300				
Hongkong (China)		57 007 498	74 437 655	62 844 180	69 909 195	60 333 608	43 333 703	67 832 811
Ungarn		15 796 394	1 540 449					
Korea		135 164 773	151 805 641	380 525 541	156 069 558	174 834 463	103 000 670	
Kuwait		5 024 869						
Lettland		8 673 050	291 222	112 407	5 420 714	150 702	199 126	
Libanon		1 787 528	10 105 771	6 264 790				
Mali		774 586	54 819	80 868	43 550	40 306	204 269	61 566
Malta		42 681 438	24 026 488	154 856	3 068 665	966 933		
Mauritius		366 744						
Mongolei		7 645						
Norwegen		812 404	1 572 844	1 122 752	287 121	166 453		
Panama		4 817 941	3 680 855					
Peru		5 456 000						
Portugal		8 498 626	4 175 111	2 251 550	3 606 309			
Senegal		44 343						
Serbien		1 022 626	344 565					
Slowak. Rep.		31 151	786 850	267 158	40 468			
Slowenien		7 500 735						
Südafrika		65 755 613	41 740 654	51 718 817				
Schweiz		7 812 556	3 846 364	2 996 194	2 550 380	2 611 475	10 869 625	4 736 382
Thailand		1 288 743	2 925 621	195 403				
Chinesisch Taipeh		6 986 761	11 306 959					
Ver. Staaten	150 000 000	93 234 510	138 767 885	94 019 227	98 990 341	57 438 680	45 327 526	
Gesamtwert		768 619 684						
<i>Zahl der berichtenden Stellen</i>	<i>1</i>	<i>35</i>	<i>25</i>	<i>19</i>	<i>15</i>	<i>14</i>	<i>10</i>	<i>7</i>

a) Vgl. Tabelle 3.4, Fußnote 1.

Anmerkung: Wegen der Bewertungsgrundsätze vgl. Anhang, Tabelle 3.A2.

Quelle: OECD (2006).

3.3.3.1 Hongkong (China)

In Hongkong (China) wird seit 1999 intensiv von Verbraucherumfragen zur Untersuchung der Kaufpraktiken im Bereich gefälschter/unerlaubt kopierter Produkte Gebrauch gemacht. Die jährlich durchgeführten Erhebungen lassen im Zeitverlauf auf eine deutliche Veränderung in der Häufigkeit des Kaufs von Fälschungen und Kopien schließen, wobei in der letzten Erhebung über die Hälfte der Befragten angab, keine derartigen Produkte zu kaufen, was darauf hindeuten könnte, dass das Ausmaß des Problems im Abnehmen begriffen ist (Tabelle 3.6). Die Umfrageergebnisse lassen darauf schließen, dass Musik und Videos der Kaufhäufigkeit nach unter den Fälschungen und Kopien den weitaus größten Platz einnehmen, weit vor Software sowie Bekleidung und Bekleidungszubehör (Tabelle 3.7).

Tabelle 3.6 **Hongkong (China): Umfrage über die Häufigkeit des Kaufs gefälschter/unerlaubt kopierter Produkte**

In % der Befragten

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Häufig	3.3	2.7	1.7	1.2	2.8	0.9	0.7
Gelegentlich	21.4	23.3	19.0	17.0	17.5	16.6	14.3
Selten	34.6	35.9	32.8	30.9	30.2	27.3	25.5
Nie	36.8	36.5	46.1	49.1	47.8	55.2	58.4
Sonstige	3.9	1.6	0.5	1.8	1.7	-	1.1
Stichprobenumfang	1 004	1 004	1 018	1 006	1 231	1 214	1 206

Quelle: Hong Kong Intellectual Property Department (2005).

Tabelle 3.7 **Hongkong (China): Am häufigsten gekaufte gefälschte/unerlaubt kopierte Produkte**

In % der Befragten, die laut eigener Angabe gefälschte/unerlaubt kopierte Produkte gekauft haben

Branche	2004	2005
Musik oder Filme	63.0	63.8
Computersoftware	15.2	14.1
Bekleidung und Bekleidungszubehör	7.7	12.3
Spiele	8.1	6.7
Bücher	1.9	2.1
Uhren	1.2	0.5
Schreibwaren	1.4	0.2
Accessoires	-	0.2
Zigaretten	0.8	-
Abgepackte Lebensmittel	0.4	-
Spielzeug	0.3	-
Stichprobenumfang	488	544

Quelle: Hong Kong Intellectual Property Department (2005).

3.3.3.2 Vereinigte Staaten

In den Vereinigten Staaten gaben in Erhebungen der Gallup Organization 13-14% der Befragten an, im Zeitraum 2004-2005 persönlich Produkte gekauft, kopiert oder heruntergeladen zu haben, von denen sie wussten oder annahmen, dass sie nicht echt waren (Gallup, 2005 und 2006). Wie in Hongkong (China) handelte es sich bei den am häufigsten gekauften Fälschungen und Kopien um Musik, Filme und Software, gefolgt von Bekleidungsartikeln (Tabelle 3.6). Die Gruppe der nur selten gekauften Fälschungen und Kopien setzte sich in den Vereinigten Staaten ebenfalls ähnlich zusammen wie in Hongkong (Tabelle 3.7).

Tabelle 3.8 **Vereinigte Staaten: Art, Intensität und Häufigkeit des Kaufs gefälschter/unerlaubt kopierter Produkte durch die Verbraucher, 2006**

Branche	Käufer rechtsverletzender Produkte insgesamt (in %)	Befragte, die laut eigener Angabe in den vorangegangenen 12 Monaten gefälschte/unerlaubt kopierte Produkte gekauft haben				
		Käufer rechtsverletzender Produkte (in %)	Zahl der beim letzten Kauf erworbenen Produkte		Zahl der Käufe (in den vorangegangenen 12 Monaten)	
			Mittel	Median	Mittel	Median
Musiktitel, Musik-CDs oder Audiokassetten	6.5	47	20.7	2	14.7	4
Filme, z.B. Video-Kassetten, VCDs oder DVDs	5.1	37	6.6	1	10.5	2
Computerbetriebssysteme oder -anwendungen	4.1	30	3.6	1	2.0	1.5
Markenkleidung, Designertaschen und -schuhe	3.3	24	4.4	2	2.1	1
Parfüm oder Kosmetika	2.2	16	1.7	1	1.5	1
Spielzeug	1.7	12	2.9	2	2.8	2
Schmuck	1.5	11	2.2	1	2.0	1
Nahrungsmittel	1.3	9	9.0	2	1.7	2
Videospiele	1.2	9	3.6	1	5.8	3.5
Alkoholische Getränke, Softdrinks oder Mineralwasser	1.2	9	3.9	2.5	15.1	5
Arzneimittel (ohne Generika)	1.0	7	3.4	2	4.0	2
Tabakwaren	0.9	7	4.5	2	10.7	2
Werkzeug oder Kfz-Teile	0.8	6	2.6	1	1.7	1.5
Markenuhren	0.6	4	1.2	1	2.0	1

Quelle: Gallup (2006).

Zusätzlich zu Informationen über den Typ der gekauften Produkte liefert die Gallup-Erhebung auch Informationen über die Intensität und Häufigkeit der Käufe in den verschiedenen Produktbereichen (Tabelle 3.8). Diese Angaben sind wichtig für Analysen des Ausmaßes des Problems. Die Daten zeigen z.B., dass die Intensität und Häufigkeit der Rechtsverletzungen im Musikbereich am höchsten ist, wo nicht nur die Zahl der gekauften Produkte je Kauftransaktion recht hoch war, sondern in den vorangegangenen zwölf Monaten auch eine relativ hohe Zahl an Käufen getätigt wurde. Bei der Interpretation dieser Daten ist jedoch Vorsicht geboten, da der Stichprobenumfang für die meisten Produktbereiche relativ gering ist (weniger als 20 der 1 012 insgesamt befragten Personen).

3.3.3.3 Großbritannien und Nordirland

In Großbritannien und Nordirland wurden 2005 im Rahmen eines Gemeinschaftsprojekts von Regierungsstellen, akademischen Kreisen und Wirtschaftsverbänden über 2 000 Personen befragt, um Informationen über die Einstellung der Verbraucher zu gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten bzw. ihren Beweggründen für den Kauf solcher Produkte zu gewinnen (Bryce und Rutter, 2005). In dieser Erhebung gaben 34% der Befragten in Großbritannien an, ein- oder mehrmals gefälschte oder unerlaubt kopierte Produkte wissentlich gekauft zu haben, während 56% sagten, dies noch nie getan zu haben und auch in Zukunft nicht tun würden. Etwa 7% hatten laut eigener Angabe noch nie wissentlich ein rechtsverletzendes Produkt gekauft, schlossen aber nicht aus, dies in Zukunft zu tun; 3% der Befragten waren sich ihrer Käufe nicht sicher. Die Gesamtzahlen sind in Nordirland etwas niedriger, wo 25% der Befragten angaben, rechtsverletzende Produkte gekauft zu haben.

Wie bei den in anderen Ländern durchgeführten Umfragen zeigte sich auch hier, dass es sich bei den am häufigsten gekauften Fälschungen bzw. Kopien um Musik, Filme und Bekleidungsartikel handelte (Tabelle 3.9).

Tabelle 3.9 **Vereinigtes Königreich: Art der von den Befragten in den vorangegangenen 12 Monaten gekauften gefälschten oder unerlaubt kopierten Produkte**

Branche	In % der Gesamtzahl der Befragten	In % der Käufer gefälschter/unerlaubt kopierter Produkte
Großbritannien		
DVDs	16	47
Musik-CDs	16	47
Modeartikel	16	47
Digitale Spiele	7	21
Nordirland		
Musik-CDs	12	48
Modeartikel	11	44
DVDs	10	40
Alkohol und Zigaretten	5	20
Computerspiele	4	16
Geschäftssoftware	2	8
Spielzeug	1	4

Quelle: Bryce und Rutter (2005).

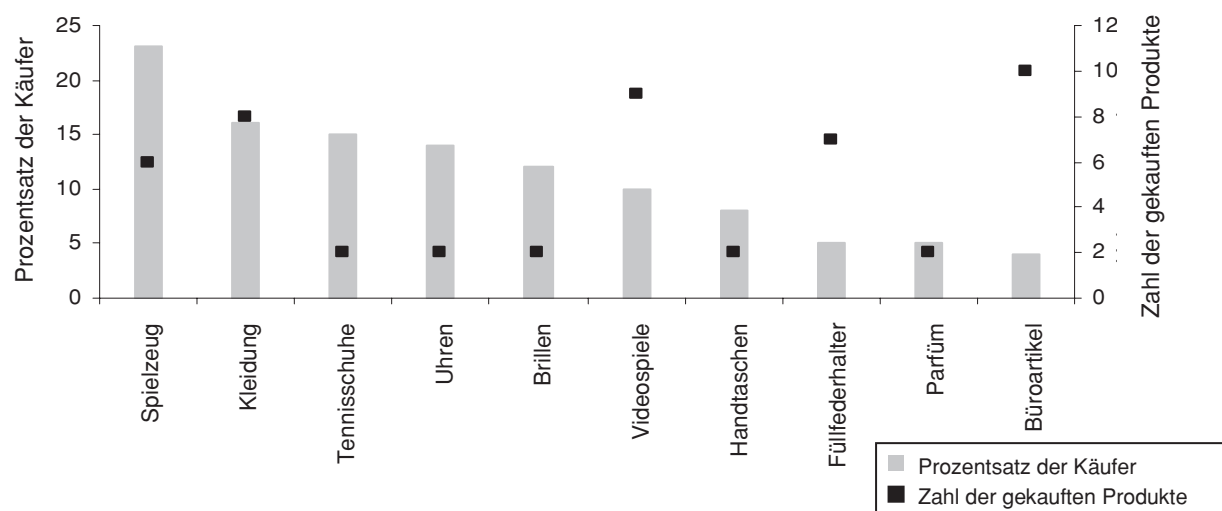
3.3.3.4 Brasilien

Im Rahmen einer Untersuchung, in der die Nachfrage der brasilianischen Verbraucher nach Produktfälschungen, Kopien und nicht lizenzierten Waren gemessen werden sollte (Machado, 2005), führte das Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) eine Umfrage unter 602 Einwohnern der Stadt São Paulo durch. Zu den in der Studie erfassten Produkten gehörten u.a. Bekleidungsartikel, Schuhe, Uhren, Handtaschen, Brillen, Parfüm und Videospiele. Die Umfrage ergab, dass 60% der Befragten bereits ein- oder mehrmals gefälschte oder unerlaubt kopierte Produkte gekauft hatten.

Etwa 25% der Befragten hatten nach eigener Angabe im vorangegangenen Jahr nachgemachtes Spielzeug gekauft, während sich der entsprechende Prozentsatz bei Handtaschen, Füllfederhaltern, Parfüm und Büroartikeln auf weniger als 10% belief (Abb. 3.1). Was die Zahl der jeweils gekauften Produkte bzw. die Konsumintensität anbelangt, war die Durchschnittszahl bei den Büroartikeln am höchsten (10); bei Tennisschuhen, Uhren, Brillen, Handtaschen und Parfüm wurden durchschnittlich je zwei Artikel erworben.

In einer gesonderten landesweiten Studie des IBOPE gaben rd. 29% der Befragten an, im betreffenden Zwölfmonatszeitraum gefälschte Kleidung gekauft zu haben; bei Schuhen belief sich der entsprechende Prozentsatz auf rd. 16%.

Abbildung 3.1 Häufigkeit und Intensität des Kaufs gefälschter Produkte



Anmerkung: „Prozentsatz der Käufer“ bezieht sich auf den prozentualen Anteil der Befragten, die laut eigener Angabe die fraglichen Güter gekauft haben, während sich die „Zahl der gekauften Produkte“ auf die durchschnittliche Zahl der Artikel bezieht, die jeweils gekauft wurden.

Quelle: Angaben aus Machado (2005).

3.3.4 Sektorspezifische Erhebungen

Mehrere Branchen haben Methoden zur Schätzung des Ausmaßes der Produktpiraterie ausgearbeitet und entsprechende Untersuchungen und Analysen auf globaler Ebene sowie für einzelne Länder durchgeführt. Es handelt sich dabei um die Sektoren, die stark von Urheberrechtsverletzungen betroffen sind (Tabelle 3.10).

Tabelle 3.10 Schätzungen der betroffenen Wirtschaftszweige zum Umfang der Produktpiraterie, nach Branche

Branche	Quelle	Jahr	Gesamtschätzung
Filme	Motion Pictures Association	2005	57% ¹
Musik	International Federation of Phonographic Industry	2005	37% ²
Software	Business Software Alliance/IDC	2005	35% ³

1. Kauf oder Entgegennahme unerlaubt kopierter Filme auf Video-Kassette, DVD oder VCD im Verhältnis zum Gesamtumsatz (von den Unternehmen verkaufte Produkte und Raubkopien); Angaben nur für MPA-Mitglieder (d.h. Buena Vista International, Inc., Paramount Pictures Corporation, Sony Pictures Releasing International Corporation, Twentieth Century Fox International Corporation, Universal International Films, Inc., und Warner Bros. Pictures International).
2. Absatz illegal kopierter Musik-CDs im Verhältnis zum Gesamtumsatz (von den Unternehmen verkaufte Produkte und Raubkopien).
3. Zahl der Software-Raubkopien im Verhältnis zur Zahl der insgesamt installierten Programme.

Quelle: Motion Pictures Association (2006), International Federation of Phonographic Industry (2006) und Business Software Alliance (2006).

Die fraglichen Evaluierungen beruhen auf einer Reihe unterschiedlicher Konzepte, die zur Berücksichtigung der spezifischen Merkmale der jeweiligen Sektoren ausgearbeitet wurden. Raubkopien von Filmen werden z.B. hauptsächlich auf dem Sekundärmarkt gekauft, wo die Käufer wissen, dass sie ein unerlaubt kopiertes Produkt erwerben. Die Branche richtet ihre Anstrengungen daher auf die Gewinnung von Informationen über

den Umfang solcher Rechtsverletzungen in den verschiedenen Volkswirtschaften, wobei sie sich insbesondere auf Verbraucherumfragen, Befragungen von Fokusgruppen u.Ä. stützt.

Die Anstrengungen der Musikindustrie gingen in verschiedene Richtungen und gründeten sich auf: 1. Schätzungen nationaler Verbände von Tonaufzeichnungsherstellern, 2. Schätzungen externer Berater, die von der International Federation of Phonographic Industry (Weltverband der phonographischen Industrie – IFPI) herangezogen wurden, sowie 3. Hochrechnungen auf der Grundlage der Informationen über entdeckte Raubkopien der *Enforcement Teams* des IFPI sowie von Daten der nationalen Verbände.

Der in der Softwarebranche gewählte Ansatz ist deutlich anders. Dort wird die Jahresnachfrage nach Computerprogrammen in verschiedenen Volkswirtschaften auf der Grundlage der Ergebnisse von Umfragen und ähnlichen Untersuchungen über den Softwaregebrauch sowie von Angaben über die Zahl der in Betrieb befindlichen Computer geschätzt. Anschließend wird die Zahl der legal verkauften Softwareprodukte geschätzt und von der Gesamtnachfrage abgezogen, wobei davon ausgegangen wird, dass die Differenz der Zahl der Raubkopien entsprechen dürfte. Die Unterhaltungssoftwarebranche, für die keine internationalen Daten vorliegen, verwendet einen ähnlichen Ansatz.

Die Beurteilung der eingesetzten Methoden erfordert ein wesentlich größeres Maß an Informationen über die angewandten Messtechniken und würde den Rahmen dieser Untersuchung sprengen. Generell ist allerdings festzustellen, dass keine ausreichenden Informationen zu den verwendeten Methoden vorliegen, um Aussagen über die Robustheit der Ergebnisse treffen zu können. Mit mehr Transparenz könnte diesem Problem begegnet und eine Grundlage für Fortschritte bei den Messungsarbeiten geschaffen werden, sowohl insgesamt als auch in den betroffenen Sektoren.

3.4 Herkunftsregionen gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte

Die im Verlauf der Untersuchung gewonnenen Informationen legen den Schluss nahe, dass Produkt- und Markenpiraterie in fast allen Volkswirtschaften anzutreffen ist. Diese Annahme wird durch eine Analyse der Daten bestätigt, die der OECD von den Zollverwaltungen unterbreitet wurden. Die an der Umfrage teilnehmenden Volkswirtschaften identifizierten insgesamt 149 Herkunftsvolkswirtschaften von gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten, darunter 27 der 30 OECD-Mitgliedsländer, unter denen allein Island, Irland und Schweden nicht erwähnt wurden. Als Herkunftsort galten dabei sowohl die Volkswirtschaften, in denen die Produkte effektiv hergestellt wurden, als auch diejenigen, die als Versandort für die rechtsverletzenden Produkte dienten.

Trotz der Vielzahl der Herkunftsvolkswirtschaften ergaben die Daten aus den Fragebogen für die Zollverwaltungen⁶, dass über 80% der beschlagnahmten Produkte auf die fünf größten Herkunftsvolkswirtschaften entfallen. Die führende Herkunftsregion beschlagnahmter Produkte ist Asien, wo China an vorderster Stelle steht, da es in 19 der 20 vorgelegten Listen erwähnt ist (und in 17 der 20 Listen jeweils Platz eins oder zwei einnimmt) (Tabelle 3.11). Die Zahl der Listen, in denen Hongkong (China) und Thailand genannt wurden, ist halb so hoch.

6. Die Daten zu den Beschlagnahmen stammen aus folgenden Volkswirtschaften: Andorra, Angola, Australien, Deutschland, Estland, Fidschi, Gabun, Ghana, Korea, Litauen, Mauritius, Niederlande, Portugal, Rumänien, Spanien, Thailand, Vereinigte Staaten, Zypern (vgl. Tabelle 3.4, Fußnote 1) und Europäische Union.

Tabelle 3.11 **Herkunft der in den letzten Jahren beschlagnahmten gefälschten/unerlaubt kopierten Produkte, nach Volkswirtschaft**

Berichtende Volkswirtschaft	Herkunft der beschlagnahmten Güter und Anteil an den Gesamtbeschlagnahmen (bekannten Ursprungs)
Andorra	Malaysia (57%), Korea (25%), Mauritius (11%), Marokko (4%), China (2%)
Angola ^a	Marokko (43%), VAE* (14%), Thailand (14%), China (14%), Südafrika (7%), Kongo (7%)
Australien ^a	China (26%), Malaysia (20%), Thailand (15%), Indonesien (14%), Hongkong (China) (8%)
Zypern ^b	China (49%), Philippinen (13%), Hongkong (China) (11%), VAE* (6%), Korea (5%)
Estland ^a	China (41%), Russische Föderation (29%), Bulgarien (8%), VAE* (6%), Türkei (6%)
Fidschi ^a	Indien (96%), China (4%)
Gabun ^a	China (100%)
Deutschland	China (46%), Hongkong (China) (5%), Vietnam (4%), Chinesisch Taipeh (13%), Thailand (4%)
Ghana	Nigeria (100%)
Korea	China (94%), Hongkong (China) (2%), Belgien (1%), Chinesisch Taipeh (1%), Vietnam (1%)
Lettland	China (56%), Korea (26%), Chinesisch Taipeh (10%), Thailand (7%), Lettland (<1%)
Mauritius	China (92%), Thailand (4%), Indonesien (2%), Indien (2%)
Niederlande ^c	China (48%), Hongkong (China) (10%), Türkei (3%), Nigeria (3%), Chinesisch Taipeh (28%)
Neuseeland ^a	China (52%), Thailand (19%), Korea (5%), Hongkong (China) (4%), Indonesien (3%)
Portugal	China (68%), Korea (11%), Malaysia (7%), Portugal (4%), Brasilien (3%)
Rumänien	China (38%), Iran (24%), Moldau (16%), Türkei (12%), VAE* (7%)
Spanien	China (58%), Thailand (9%), Vereinigte Staaten (8%), VAE* (5%), Hongkong (China) (4%)
Thailand	China (100%)
Vereinigte Staaten	China (69%), Hongkong (China) (6%), VAE* (2%), Indien (2%), Pakistan (2%)
Europäische Union ^{d, e}	China (38%), Thailand (10%), Hongkong (China) (8%), Türkei (7%), Malaysia (4%), Vereinigte Staaten (4%)

a) Auf der Grundlage der Zahl der Beschlagnahmen.

b) Vgl. Tabelle 3.4, Fußnote 1.

c) Auf der Grundlage der 10 wichtigsten Herkunftsorte.

d) Einige EU-Mitgliedsländer legten eigene Daten vor; diese sind weiter oben getrennt angegeben.

e) Berechnungen auf der Grundlage der Gesamtbeschlagnahmen, einschließlich der unbekanntem Ursprungs.

* Vereinigte Arabische Emirate.

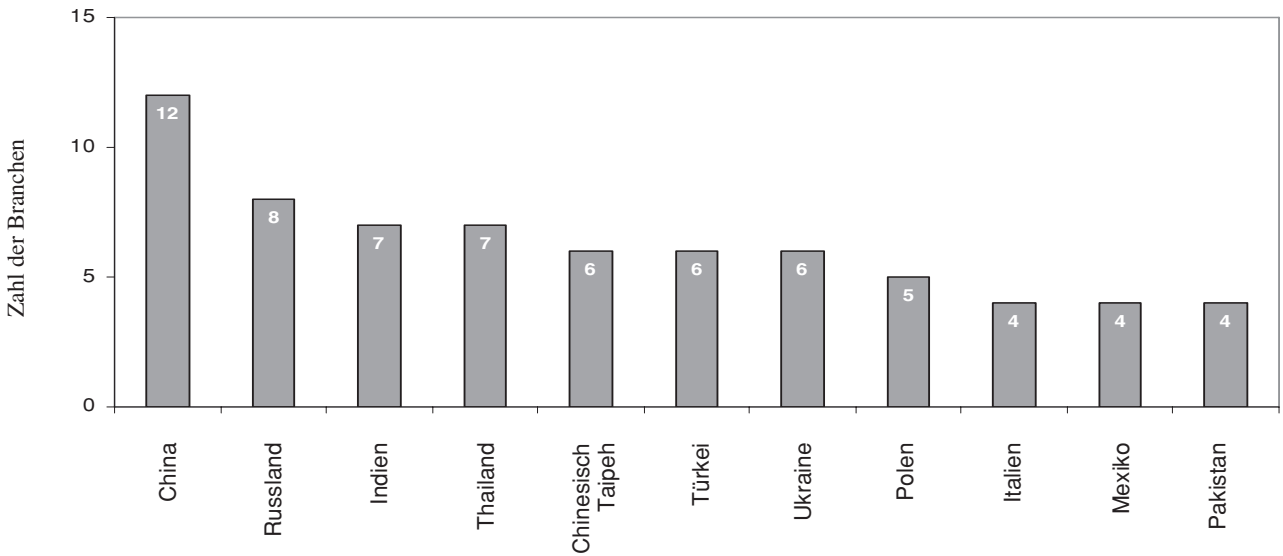
Anmerkung: Sofern nichts anders vermerkt, entsprechen die Prozentsätze dem Anteil an den Gesamtbeschlagnahmen bekannten Ursprungs; einige Umfrageteilnehmer gaben eine große Zahl von Beschlagnahmen an, deren Ursprung nicht bekannt ist. Sofern nicht anders vermerkt, stützen sich die Zahlen auf angegebene Werte.

Quelle: Europäische Kommission (2006b); OECD (2005b); OECD (2006); United States Department of Homeland Security (2006).

Bei Betrachtung der Wirtschaftssektoren zeichnet sich ein ähnliches Muster ab. In den für 12 Sektoren vorliegenden branchenspezifischen Angaben wird China ebenfalls durchgehend genannt. Auch auf Russland (8), Indien, Thailand (7), Chinesisch Taipeh, die Türkei und die Ukraine (6), Polen (5) sowie Italien, Mexiko und Pakistan (4) wird in mindestens vier Sektoren hingewiesen.

Wie in einigen branchenspezifischen Kapiteln dieses Berichts erörtert wird, ist es häufig nicht leicht, den Ort zu identifizieren, an dem die Rechtsverletzung stattgefunden hat. In der Analyse zum Kfz-Sektor wird z.B. berichtet, dass markenlose Artikel ohne Verletzung von geistigen Eigentumsrechten in China hergestellt und von dort in den Nahen Osten exportiert wurden, wo sie in einer Weise umverpackt und neu gekennzeichnet

Abbildung 3.2 **Als Herkunftsort gefälschter/unerlaubt kopierter Produkte genannte Volkswirtschaften: Zahl der Nennungen, nach Branche**



Quelle: OECD (2005a).

wurden, die eine Verletzung des Markenschutzrechts darstellte. In einem Fall, bei dem es um Tabakwaren ging, deckten die zuständigen Beamten eine Operation auf, in deren Rahmen in der Karibik hergestellte markenlose Zigarren legal in die Vereinigten Staaten exportiert, dort unverpackt und dann in gefälschten Verpackungen als erstklassige Markenprodukte verkauft wurden. Es muss sich um eine sehr umfangreiche Operation gehandelt haben, da Zigarrenbänder und -kisten, Zellophan sowie sonstige Verpackungsmaterialien gefunden wurden, mit denen zwischen 30 und 50 Millionen Zigarren hätten verpackt werden können (El Buen Habano, 2006). Auch im Bekleidungssektor wurden einzelne Fälle von Produktfälschungen aufgedeckt, bei denen legal (oder zumindest ohne offensichtliche Rechtsverletzung) bei Bekleidungsherstellern und -händlern erworbene Kleidungsstücke importiert und dann mit gefälschten Etiketten versehen wurden.

Es ist auch nicht bekannt, inwieweit die Produzenten darüber auf dem Laufenden sind, wenn gefälschte Artikel in ihre Produktlinien eingeschleust werden, noch lässt sich ohne weiteres feststellen, wo die Verletzung des Markenschutzrechts jeweils genau stattgefunden hat. Es gibt allerdings Belege dafür, dass größere Unternehmen eher über solche Vorgänge informiert sind als kleinere und mittlere Unternehmen. Die US-Handelskammer versuchte vor einiger Zeit, kleine lokale Hersteller zu identifizieren, denen aufgefallen war, dass ihre Produkte zunehmend gefälscht wurden. In einigen Fällen hatten diese Unternehmen Marktstudien durchgeführt, die ergeben hatten, dass ihr Marktanteil zugenommen hatte, obwohl ihre Absatzzahlen unverändert blieben. Hier lag die Vermutung nahe, dass ein Dritter (höchstwahrscheinlich ein Produktfälscher) von ihrem Marktwachstum profitiert hatte. Die Handelskammer führte auch informelle Umfragen bei mehreren ihrer Fokusgruppen für kleinere oder mittlere Unternehmen durch, aus denen hervorging, dass die überwiegende Mehrheit dieser Unternehmen in den Vereinigten Staaten nicht über Fälschungen oder Kopien ihrer Produkte informiert war⁷.

7. Informationen aus Gesprächen mit der US-Handelskammer.

3.5 Absatzregionen gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte

Verkauft werden gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte offensichtlich überall. Vergleichsweise größeren Absatz finden sie, wie bereits erwähnt, in Volkswirtschaften, in denen informelle bzw. Straßenmärkte vorherrschend sind (d.h. in Entwicklungsländern).

Allerdings bestehen auch erhebliche Unterschiede je nach Art der Produkte. Aus den Sektoranalysen dieses Berichts geht z.B. hervor, dass der Nahe Osten einer der Hauptabsatzmärkte für gefälschte *Autoteile* ist, dass aber auch in Europa, Nordamerika und anderen Ländern große Mengen solcher Teile verkauft werden. Der Verbrauch gefälschter *Tabakwaren* ist geografisch offenbar weiter gestreut, wobei der Absatz in Entwicklungsländern Lateinamerikas, Afrikas und Asiens offenbar relativ hoch ist. Durch wirkungsvolle Kontrollen des Vertriebs von *Pharmazeutika* konnte in zahlreichen Volkswirtschaften ein drastischer Rückgang der Verbreitung gefälschter Arzneimittel erzielt werden; dabei gibt es allerdings Ausnahmen, und besonders schwerwiegende Probleme wurden aus Afrika gemeldet, wo nicht normgerechte gefälschte Pharmazeutika zu erhöhten Gesundheitsproblemen führen. Gefälschte *Elektroteile, Nahrungsmittel und Getränke* sowie *Toiletten- und Haushaltsartikel* sind ebenfalls in aller Welt zu finden; häufig als Hauptabsatzregionen genannt werden Afrika, Asien und Lateinamerika. *Musik-, Film- und Softwarepiraterie* scheint in allen Volkswirtschaften stark ins Gewicht zu fallen, wobei Schätzungen zufolge in den meisten Entwicklungsländern besonders hohe Absatzvolumen verzeichnet werden.

3.6 Vertriebskanäle

3.6.1 Vertriebswege

Gefälschte oder unerlaubt kopierte Produkte werden über verschiedene Kanäle vertrieben, darunter 1. niedergelassene Einzelhändler, 2. informelle Märkte und Handelsmessen sowie 3. virtuelle Märkte im Internet. Der Schwierigkeitsgrad des Zugangs zu diesen Märkten schwankt stark. Wie in Kapitel 2 erläutert, ist es wesentlich schwieriger, in eine streng kontrollierte Vertriebskette einzudringen, die vom Hersteller zum Einzelhändler geht, als rechtsverletzende Produkte auf informellen Märkten anzubieten.

3.6.2 Niedergelassene Einzelhändler

Am schwierigsten dürfte der Zugang zu normalen Läden sein, da die betroffenen Einzelhändler, wenn sie wissentlich gefälschte Artikel in ihre Lagerbestände aufnehmen, das Risiko eingehen, einen Teil ihrer Kundschaft zu verlieren, und die Gefahr der Einleitung gerichtlicher Schritte in Kauf nehmen müssen, sollte ihr rechtswidriges Verhalten aufgedeckt werden. Doch trotz der Schwierigkeit, auf diesen Markt vorzudringen, nimmt der Verkauf gefälschter oder unerlaubt kopierter Produkte in etablierten Einzelhandelsgeschäften Untersuchungsergebnissen zufolge zu. Dies ergab z.B. eine für Kanada durchgeführte Studie. Es gibt auch Belege dafür, dass dies in den Vereinigten Staaten der Fall ist. Die 2006 durchgeführte Gallup-Verbraucherumfrage zeigte, dass legale Geschäfte und Einzelhandelsunternehmen eine der Haupt- oder zumindest eine wichtige Bezugsquelle zahlreicher gefälschter oder unerlaubt kopierter Produkte sind, darunter:

- Modebekleidung, Designerhandtaschen und Schuhe;
- Spielzeug;
- Arzneimittel;
- Getränke;

- Tabakwaren;
- Schmuck;
- Parfüm.

3.6.3 Informelle Märkte und Handelsmessen

Der Zugang zu informellen Märkten, die in Entwicklungsländern in der Regel weiter verbreitet sind, ist demgegenüber wesentlich einfacher, da der Vertrieb dort aller Wahrscheinlichkeit nach stärker dezentralisiert und weniger reguliert ist, womit sich größere und risikoärmere Möglichkeiten zum Verkauf rechtsverletzender Produkte bieten. Zu solchen Märkten zählen fliegende Händler, Bars, Nachtclubs und Kofferraumverkäufe sowie Straßenmärkte. Auf den verschiedenen Arten informeller Märkte werden unterschiedliche Produkte abgesetzt. CDs, DVDs sowie Bekleidung und Accessoires werden z.B. üblicherweise auf Straßenmärkten angeboten, wohingegen anspruchsvollere Produkte auf Handelsmessen verkauft werden.

Auf informellen Märkten angebotene gefälschte/unerlaubt kopierte Produkte lassen sich oft nur schwer zu ihrem Herstellungsort zurückverfolgen. Einer der Teilnehmer der Unternehmensumfrage beschrieb z.B., wie CDs und DVDs von punktuell angeheuerten Kräften angeboten werden, während die Drahtzieher der Geschäfte hinter verschlossenen Türen agieren. Angaben zufolge werden in einigen Fällen Minderjährige eingesetzt, da bei ihnen im Fall der Entdeckung keine Strafverfolgung droht (OECD, 2005a).

Auf Handelsmessen, wo zahlreiche internationale Geschäfte abgeschlossen werden, ist der Marktzugang ebenfalls relativ einfach. Die Organisatoren der Messen, die Aussteller und die Besucher verfügen nicht immer über das erforderliche Fachwissen auf dem Gebiet des geistigen Eigentums, um Rechtsverletzungen bei ihren Geschäftsentscheidungen ausschließen zu können. Die Aussteller sind sich der an ihre Messeteilnahme geknüpften Rechte und Pflichten u.U. nicht in vollem Umfang bewusst oder verfügen nicht über die nötigen Ressourcen, um kurzfristig bzw. auf einem fremden Staatsgebiet gerichtliche oder verwaltungsrechtliche Schritte einleiten zu können, falls sie rechtsverletzende Produkte in ihrem Angebot entdecken. Produktfälscher profitieren von der kurzen Dauer vieler Handelsmessen sowie der hohen Konzentration an Akteuren aus den jeweiligen Sektoren.

Von Rechtsverletzungen bei Handelsmessen wurde z.B. in der Elektroindustrie berichtet, wo im Handelsregister eingetragene Unternehmen Fälschungen von Elektroteilen anfertigen und auf Handelsmessen anbieten. Angaben zufolge werden solche Teile häufig in Guangzhou hergestellt und auf der dortigen Exportmesse, der „Kanton-Messe“, vermarktet.

3.6.4 Internet

In Bezug auf die virtuellen Märkte stellt sich die Situation nuancierter dar. Einerseits bietet das Internet Fälschern und Produktpiraten eine wirkungsvolle Plattform, über die sie eine große Zahl potenzieller Kunden auf äußerst kosteneffektive Weise erreichen können. Andererseits ist es den betroffenen Parteien dank der Transparenz der meisten virtuellen Märkte möglich, Rechtsverletzungen aufzudecken und Schritte gegen sie einzuleiten; doch obwohl dies in einer Reihe von Fällen geschehen ist, bleibt es ein schwieriger Prozess, wie nachstehend erläutert wird.

Das Internet hat als Instrument für den Verkauf von Waren zunehmend an Bedeutung gewonnen, und einige Beobachter gehen davon aus, dass das Umsatzvolumen in den nächsten Jahren um 20-30% jährlich steigen wird (eMarketer, 2006, und IDC, 2005).

Damit erhöht sich nicht nur das Umsatzvolumen, sondern dehnt sich auch die Palette der angebotenen Produkte aus, zu denen jetzt auch größere Geräte, Markenkleidung und Schmuck gehören. Verbraucher und Hersteller haben eindeutig von der Entwicklung des E-Handels profitiert – ebenso wie Produktfälscher und Markenpiraten. Letztere können diese Entwicklung geschickt für sich nutzen, um arglose Verbraucher durch Täuschung zum Kauf gefälschter Produkte zu verleiten, während sich ihnen zugleich eine äußerst wirkungsvolle Möglichkeit bietet, um ihr Umsatzvolumen auf den Sekundärmarkten auszudehnen (auf denen die Verbraucher bewusst gefälschte/unerlaubt kopierte Produkte zu ermäßigten Preisen aussuchen und kaufen).

Das Online-Umfeld ist für Fälscher und Produktpiraten aus mehreren Gründen attraktiv:

- *Anonymität.* Da es Fälschern und Markenpiraten leicht möglich ist, ihre tatsächliche Identität zu verschleiern, verringert sich die Aufdeckungsfahr deutlich.
- *Flexibilität.* Unabhängig von ihrem Standort können Fälscher und Produktpiraten in kurzer Zeit Online-Verkaufsplattformen einrichten. Solche Websites können nötigenfalls genauso schnell wieder vom Netz genommen oder in Hoheitsgebiete umgesiedelt werden, in denen der Schutz und/oder die Durchsetzung geistiger Eigentumsrechte weniger streng gehandhabt werden.
- *Marktgröße.* Auf Grund der enormen Zahl von E-Commerce-Sites und der Unmenge angebotener Produkte ist es für Rechteinhaber und Rechtsdurchsetzungsbehörden schwierig, Fälscher und Produktpiraten aufzuspüren und Schritte gegen sie einzuleiten. Allein was Internet-Auktionen anbelangt, wurden z.B. bei der Firma eBay im zweiten Quartal 2006 nicht weniger als 596 Millionen neue Angebote gezählt (eBay, 2006). Zusätzlich behindert werden die Anstrengungen der Rechtsdurchsetzung durch die Möglichkeit, eine kleine Zahl rechtsverletzender Produkte mehrfach anzubieten.
- *Marktreichweite.* Das Internet ermöglicht es Verkäufern, ein weltweites Publikum zu geringen Kosten rund um die Uhr zu erreichen. Für Fälscher und Produktpiraten, die traditionell auf kleinen informellen Märkten tätig waren, bietet sich damit eine große Chance zur Erhöhung ihres Umsatzvolumens.
- *Täuschung.* Mit Hilfe von Software und Fotos, die im Internet leicht heruntergeladen werden können, gelingt es Fälschern und Markenpiraten relativ problemlos, ausgefeilte und professionell wirkende Websites zu entwerfen, die ein äußerst wirkungsvolles Instrument zur Täuschung der Käufer sind. Hinzu kommt, dass durch irreführende oder erfundene Kundenbewertungen der Internetanbieter bei den Käufern ein falsches Gefühl der Sicherheit geweckt werden kann. Außerdem können die gefälschten Produkte in einer Reihe mit echten Artikeln angeboten werden, wodurch es leichter wird, die Käufer zu täuschen.

Grundsätzlich gibt es drei Möglichkeiten, das Internet zur Verbreitung gefälschter/unerlaubt kopierter Produkte zu nutzen: 1. Internet-Auktionen, 2. herkömmliche Verkaufssites, die Produkte eines Anbieters zu festen Preisen anbieten und auf die man über sogenannte „Sponsored Links“ oder Partnerlinks von Suchmaschinen weitergeleitet wird, 3. unerbetene Werbe-E-Mails (Spam).

Auktions-Sites, die in vielerlei Hinsicht informellen bzw. Straßenmärkten ähnlich sind, haben sich als äußerst beliebt bei Fälschern und Produktpiraten erwiesen. Die Firma eBay bestätigt, dass die Zahl der auf ihrer Website angebotenen rechtsverletzenden Artikel gewaltig gestiegen ist, geht aber davon aus, dass die Gesamtzahl der erwiesenen Fälle mit 0,01% der insgesamt angebotenen Artikel relativ gering ist. Um dem Verkauf rechtsverletzender Produkte entgegenzuwirken, hat eBay das Verifizierte Rechteinhaber-Programm

(VeRI) eingerichtet. Im Rahmen dieser Initiative können die Eigentümer der Markennamen gefälschter Produkte die Entfernung der entsprechenden Angebote erwirken, indem sie die Rechtsverletzung bei eBay melden.

Zahlreiche Rechteinhaber sind jedoch nach wie vor beunruhigt. Trotz aggressiver Schritte zur Entfernung von Angeboten gefälschter Produkte musste die Firma Tiffany feststellen, dass weiterhin regelmäßig Fälschungen ihrer Produkte im Internet vertrieben wurden. Von den 186 Artikeln, die sie 2004 auf einer Auktions-Site ersteigerte, erwiesen sich nur 5% als echt (Bobelian, 2004). Auch Louis Vuitton und Christian Dior konnten laut eigener Angabe feststellen, dass es sich bei der großen Mehrzahl der unter ihrem Markennamen auf einer bestimmten Auktions-Site angebotenen Artikel um Fälschungen handelte.

E-Commerce-Sites, die nach dem Vorbild herkömmlicher Läden organisiert sind, bieten eine weitere Möglichkeit zum Vertrieb gefälschter/unerlaubt kopierter Produkte. Bei den Betreibern dieser Websites kann es sich um Unternehmen, die auch herkömmliche Geschäfte unterhalten, um Hersteller von marken- oder urheberrechtlich geschützten Produkten oder um Akteure handeln, deren ausschließliche Geschäftsaktivität darin besteht, verschiedene Produkte im Internet anzubieten. Letztere sind auf großes Interesse gestoßen, da sie häufig Markenprodukte zu ermäßigten Preisen anbieten; ihre Schwachstelle ist, dass über ihre Geschäftstransaktionen oft nur wenig bekannt ist, womit sich das Risiko erhöht, dass die Waren nachher nicht den Erwartungen der Käufer entsprechen. Diese letzte Kategorie von Websites wird von Akteuren, die gefälschte/unerlaubt kopierte Artikel verkaufen, am stärksten genutzt.

Der Verkauf von gefälschten/unerlaubt kopierten Produkten wird ferner noch durch E-Mail-Werbung gefördert. Solche E-Mails können ein wirkungsvolles Instrument sein, um am Kauf gefälschter oder unerlaubt kopierter Produkte interessierte Personen über das entsprechende Angebot zu informieren. Sie können aber auch dazu dienen, arglose Verbraucher auf Websites zu locken, auf denen ihnen vorgetäuscht wird, dass sie echte Produkte erwerben, während es sich in Wirklichkeit um Fälschungen handelt.

Am besorgniserregendsten dürfte jedoch der Erfolg sein, den Anbieter gefälschter Arzneimittel beim Verkauf ihrer Produkte im Internet zu haben scheinen. Wie im Kapitel über Arzneimittel in diesem Bericht erläutert, ist dieser Erfolg bei Lifestyle-Arzneimitteln wie Viagra besonders groß, wo die Verbraucher entweder furchtbar naiv oder aus Ersparnisgründen bereit sind, ein Gesundheitsrisiko einzugehen, indem sie die Produkte in Internet-Apotheken erwerben, über die sie nichts wissen.

3.6.5 Logistik

Ein weiterer Aspekt des Vertriebs ist die erforderliche Logistik für den Transport der Güter von der Produktionsstätte zum Verbraucher. Bei diesen Güterbewegungen droht die Gefahr der Aufdeckung und Einleitung rechtlicher Schritte. Was dies anbelangt, gehen Fälscher und Produktpiraten auf Grund der Grenzkontrollen vor allem beim grenzüberschreitenden Transport Risiken ein. Dabei kann für sie viel auf dem Spiel stehen. Hamburger Zollbeamten gelang 2006 die vermutlich weltgrößte Beschlagnahme, als sie insgesamt 117 Container mit gefälschten Waren im Gesamtwert der Originalprodukte von über 490 Mio. US-\$ sicherstellten (World Trademark Law Report, 2006).

Dennoch ist das Risiko insgesamt relativ gering, was sich größtenteils aus dem schieren Volumen der Facht erklärt, die in den Häfen umgeschlagen wird. Die Zahl der Container, die 2005 tagtäglich in den zwanzig verkehrsreichsten Häfen der Welt ankamen, schwankte zwischen durchschnittlich mindestens 10 000 in Laem Chabang (Thailand) und über

63 000 in Singapur (UNCTAD, 2006). Selbst das selektive Durchleuchten verdächtiger Ladungen ist ein derart aufwendiges Verfahren, dass nur ein Bruchteil der Container geprüft werden kann⁸; außerdem besteht auch keine Garantie, dass in den Containern enthaltene rechtsverletzende Produkte durch das Röntgen tatsächlich entdeckt werden.

Außerdem reduzieren Fälscher und Produktpiraten das Aufdeckungsrisiko durch Ablenkungsmanöver. So beschreiben sie rechtsverletzende Güter in den Zollformularen z.B. derart vage, dass sie keinen Verdacht erregen, oder schmuggeln rechtsverletzende Güter in das jeweilige Bestimmungsland, indem sie entweder die Zollkontrollen umgehen oder in den Zollformularen falsche Angaben zu den Gütern machen. Schmuggler gefälschter Zigaretten versuchten beispielweise die britischen Zollbeamten zu täuschen, indem sie die Zigaretten in einem Container mit Reisnudeln und in Ladungen mit Keramik- und Töpfereiwaren versteckten (HM Revenue and Customs, 2006). Weitere angewandte Methoden sind: 1. die Aufteilung der Ladungen in kleinere Lose, von denen einige per Flugzeug transportiert werden (was offenbar als weniger risikoträchtig gilt), 2. der Export halbfertiger Güter, die andernorts etikettiert und umverpackt werden, sowie 3. die „Herkunftswäsche“, bei der Güter durch mehrere Häfen geschleust werden (wobei u.U. auch die Zolldokumente manipuliert werden), um ihre Herkunft zu verschleiern. Solche „Herkunftswäsche“-Operationen laufen häufig über Freihandelszonen.

Branchenspezifische Untersuchungen liefern weitere Informationen über die Logistik des Vertriebs gefälschter/unerlaubt kopierter Produkte. Im Bereich der Toiletten- und Haushaltsartikel ergaben Schätzungen eines betroffenen Unternehmens, dass rd. 90% der im Vorjahr entdeckten gefälschten Produkte in China hergestellt worden waren. Die Bestellungen der gefälschten Produkte wurden offenbar von Vertretern chinesischer Import-Export-Unternehmen aufgegeben, die mit Vertriebshändlern in aller Welt in Kontakt standen. Im Kfz-, Bekleidungs- und Schuhsektor waren ähnliche Abläufe zu beobachten, wobei im Schuhsektor allerdings eine zunehmende Tendenz zum Direktverkauf an Vertriebshändler sowie zum Internetverkauf festzustellen war.

In der Elektroindustrie wird die Mehrzahl der gefälschten Produkte angeblich ebenfalls in China hergestellt, von wo aus sie direkt per Schiff oder Flugzeug zu Importeuren in verschiedenen Volkswirtschaften transportiert werden, die sie über örtliche Vertriebsunternehmen weiterverkaufen. Damit ihre Vertriebskanäle unentdeckt bleiben, lassen Fälscher und Produktpiraten ihre Waren häufig über Transitpunkte laufen, wo sie die Transportunternehmen wechseln oder die Ladungen auf kleinere Lose aufteilen, die dann von verschiedenen Unternehmen auf unterschiedlichen Transportwegen in verschiedene Volkswirtschaften transportiert werden.

Im Arzneimittelsektor wird der Kontakt zwischen Käufer und Verkäufer häufig von Maklern und Mittelsmännern im Verlauf mehrerer Transaktionen hergestellt, die das gegenseitige Vertrauen fördern sollen. Diese Transaktionen beginnen in kleinem Rahmen mit dem Austausch von Arzneimittelproben; ist die Geschäftsbeziehung dann erst einmal aufgebaut, werden größere Bestellungen aufgegeben. Ihren Weg in den Einzelhandel finden gefälschte Arzneimittel oft über den E-Handel.

Im audiovisuellen Sektor erfolgt die gewerbliche Kleinproduktion häufig auf Auftrag in relativ kleinen Betrieben und wird auf lokalen Märkten vertrieben, z.B. auf Straßenmärkten. Die gewerbliche Großproduktion findet in richtigen Fabriken statt, die unter der Leitung gut organisierter, mit reichlich Finanzmitteln ausgestatteter Gruppen stehen, die auf ausgedehnte Vertriebsnetze zurückgreifen können.

8. Unter der Annahme, dass ein Röntgenvorgang 10 Minuten in Anspruch nimmt, könnten pro Tag und Gerät nur 144 Container geprüft werden, wenn rund um die Uhr gearbeitet würde.

Auch in der Tabakindustrie werden Produktfälschungen aus China offenbar auf Auftrag hergestellt, wobei die Aufträge von Händlern ausgehen, die den Vertrieb und Verkauf der Produkte auf den Zielmärkten finanzieren und kontrollieren.

3.6.5.1 Freihandelszonen

Bei Freihandelszonen und Freihäfen handelt es sich um von den jeweiligen Regierungen ausgewiesene Gebiete, die außerhalb der Zollhoheit der Volkswirtschaft liegen. Sie wurden als Instrument zur Förderung der Wirtschaftstätigkeit entwickelt, indem ausländischen Händlern die Möglichkeit gegeben wurde, dort Transitgüter zu lagern und zu verarbeiten, ohne die Zollgebühren zahlen bzw. die Zollverfahren durchlaufen zu müssen, die sonst für Einfuhren vorgesehen sind. Hinsichtlich der Größenordnung dieser Gebiete reicht das Spektrum von einzelnen Lagerhäusern bis zu riesigen Anlagen mit Hunderten von Unternehmen oder ganzen Häfen. Zulässig sind Aktivitäten wie Lagerung, Zusammenbau, Verpackung und Herstellung von hauptsächlich für den Export bestimmten Gütern. Die Offenlegungspflichten sind im Allgemeinen minimal (Daudpota, 2006).

Auf Grund der fehlenden Kontrollen haben sich Freihandelszonen zu attraktiven Standorten für Akteure entwickelt, die im Geschäft mit gefälschten/unerlaubt kopierten Produkten tätig sind. Diese Händler nutzen die Freihandelszonen auf dreierlei Weise:

- Gefälschte Güter werden in Freihandelszonen eingeführt und dort in Lagerhäusern deponiert, von wo aus sie dann wieder ausgeführt werden. Der Zwischenaufenthalt der Waren in den Freihandelszonen gestattet es den fraglichen Akteuren, die Ladungen und entsprechenden Dokumente gewissermaßen zu „desinfizieren“, so dass ihr ursprünglicher Versand- bzw. Herstellungsort nicht mehr zu erkennen ist; wichtig ist dabei auch, dass es ihnen so möglich ist, Vertriebszentren für gefälschte Güter aufzubauen, in denen das Risiko, dass gegen sie Schritte wegen Verletzung geistiger Eigentumsrechte eingeleitet werden, sehr gering bzw. gleich null ist.
- Halbfertige Waren werden in Freihandelszonen importiert, um dort weiterverarbeitet zu werden, häufig indem gefälschte Markenetiketten angebracht und/oder die Waren umverpackt oder neu kenngezeichnet werden, bevor sie dann als fertige gefälschte Waren in andere Länder exportiert werden.
- Darüber hinaus werden Freihandelszonen zur Herstellung gefälschter Produkte genutzt.

Die Händler ändern ständig die Transportrouten, um der Entdeckung zu entgehen. Viele in China hergestellte gefälschte Produkte werden über Hongkong (China) transportiert, das ein wichtiger Umschlagplatz für Güter ist, die nach Südostasien oder in weiter entfernte Regionen exportiert werden. Häufig werden die gefälschten Güter auch nach Dubai (Vereinigte Arabische Emirate) verschifft, wo sie in großen Lagerhäusern zwischengelagert werden, um dann auf kleinere Lose aufgeteilt in den Nahen Osten, nach Nordafrika oder Europa exportiert zu werden.

Lageberichte lassen darauf schließen, dass die Nutzung von Freihandelszonen als Umschlagplatz für gefälschte/unerlaubt kopierte Waren gängige Praxis ist, vor allem in Asien, im Nahen Osten und in Südamerika. Im Kfz-Kapitel wird beschrieben, welche wichtige Rolle Dubai als Drehscheibe für gefälschte/unerlaubt kopierte Güter spielt. In Malta haben Zollbeamte vor einiger Zeit 134 000 Paar gefälschter Markenschuhe beschlagnahmt, die aus Fernost stammten und in andere Länder weitertransportiert werden sollten (MaltaMedia News, 2006). Ebenfalls in Malta beschlagnahmt wurden in jüngerer Zeit u.a. 13,7 Mio. Zigaretten aus Fernost, die nach Nordafrika gehen sollten. In Europa

gelten die Ukraine, Litauen, Estland und Lettland als Umschlagplätze für CDs, DVDs und Software aus Dubai; den verfügbaren Informationen zufolge werden diese Artikel über die Seeverbindungen nach Finnland oder mit anderen skandinavischen Ländern in andere Teile Europas exportiert (United States Trade Representative, 2005, sowie Euromoney, 2001).

Die Umladung gefälschter Produkte in Hongkong (China), das die weltgrößte Freihandelszone unterhält, stellt nach wie vor ein ernstes Problem dar. Hongkong verfügt über einen der größten Containerhäfen der Welt, in dem gewaltige Mengen an Handelsgütern umgeschlagen werden. Import und Export gefälschter Produkte sind zwar verboten, dieses Verbot gilt jedoch ausdrücklich nicht für Transitgüter, was heißt, dass sie nicht beschlagnahmt werden können.

Die Freihandelszone Colón in Panama ist ein weiterer wichtiger Umschlagplatz für gefälschte Güter. Laut Gesetz sind die Zollbeamten dort zwar befugt, gefälschte Produkte zu beschlagnahmen, die große Menge der Container, die durch das Land transportiert werden (1,9 Millionen jährlich, wobei es sich bei 80% um Transitgüter handelt) erschwert allerdings die Anstrengungen der Rechtsdurchsetzung.

Amtliche Stellen richten jedoch zunehmende Aufmerksamkeit auf die Probleme in Freihandelszonen. Der Rat für Zusammenarbeit am Golf (GCC), dem Bahrain, Kuwait, Oman, Katar, Saudi-Arabien und die Vereinigten Arabischen Emirate angehören, ist z.B. übereingekommen, Produkte, die gegen Rechte des geistigen Eigentums verstoßen, nicht mehr in seinen Freihandelszonen und Duty-Free-Shops zuzulassen. Die Zollbehörden gehen zwar in dieser Hinsicht sehr proaktiv vor, auf Grund des großen Volumens der Handelsgüter, die in diese Freihandelszonen eingeführt werden, ist die Kontrolle jedoch schwierig, wie berichtet wird. In den Vereinigten Arabischen Emiraten wurde festgestellt, dass die Fälscher und Produktpiraten auf die neue Situation reagiert haben, indem sie die Ladungen so aufteilen, dass die Produkte in einer Warensendung transportiert werden und die Etiketten bzw. das Verpackungsmaterial in einer anderen (Daudpota, 2006).

Die Weltzollorganisation ist auf diesem Gebiet ebenfalls tätig geworden und hat Leitlinien für die Kontrolle von Freihandelszonen und Transitgütern sowie die Pflichten von Dienstleistungserbringern in Zusammenhang mit Verletzungen geistiger Eigentumsrechte ausgearbeitet. In diesen Leitlinien werden die betreffenden Regierungen aufgefordert, nationale Gesetze zu erlassen, in denen klar festgelegt ist, dass Produkte, die die Zollschutzbestimmungen für geistiges Eigentum verletzen, nicht in Freihandelszonen eingeführt oder dort gelagert werden dürfen (Weltzollorganisation, 2005).

3.7 Kriminelle Netzwerke und Organisierte Kriminalität⁹

Wie bereits an früherer Stelle in diesem Kapitel erwähnt, wies über ein Drittel der Teilnehmer der bei den einzelnen Volkswirtschaften durchgeführten OECD-Umfrage auf eine Beziehung bzw. vermutete Beziehung zwischen Produkt- und Markenpiraterie und Organisierter Kriminalität hin. Eine Prüfung der Ergebnisse der Unternehmensumfrage lieferte ein ähnliches Bild; fast alle Umfrageteilnehmer führten Beispiele für die Beteiligung

9. Organisierte Kriminalität wird international definiert als Aktivitäten von Gruppen aus drei oder mehr Personen, die eine gewisse Zeit lang zusammenarbeiten, um eine oder mehrere schwere Straftaten zu begehen und sich dadurch unmittelbar oder mittelbar einen finanziellen oder sonstigen materiellen Vorteil zu verschaffen (Vereinte Nationen, 2006). Als „schwere Straftaten“ gelten dabei solche, die mit einer Freiheitsstrafe von mindestens vier Jahren im Höchstmaß oder einer schwereren Strafe geahndet werden können. Produkt- und Markenpiraterie sind zwar gesetzwidrige Aktivitäten, gelten demnach aber in den meisten Fällen nicht als „schwere Straftaten“.

krimineller Vereinigungen an oder zitierten Verdachtsmomente. Produkt- und Markenpiraterie sind aus mehreren Gründen für kriminelle Netzwerke attraktiv. Sie versprechen hohe Gewinne, während das Strafverfolgungs- und Inhaftierungsrisiko in den meisten Volkswirtschaften gering ist, was auch für die Höhe der ggf. auferlegten Bußgelder gilt. Manchmal verringern sich diese Risiken zusätzlich durch die Bestechlichkeit der für die Durchsetzung der geltenden Gesetze und Vorschriften zuständigen Behörden. Mit Produktfälschungen und Nachahmungen wird offenbar viel Geld verdient, wobei ein Teil der Gewinne zur Finanzierung noch ausgeklügelterer Fälschungs- und Pirateriegeschäfte verwendet wird (Europäische Kommission, 2006a).

Die Aktivitäten der Organisierten Kriminalität im Bereich Produkt- und Markenpiraterie erstrecken sich offenbar auf zahlreiche Sektoren. Die beteiligten Gruppen kommen aus vielen Teilen der Welt, und es kann sich ebenso um asiatische Triaden (d.h. Verbrecherringe, die in Heroinhandel, Prostitution, Erpressung, Geldwäsche und Menschenhandel aktiv sind) wie um in Europa oder Amerika ansässige Mafiabanden handeln (OECD, 2005a, und Bolz, 1992). Zu den beliebtesten Aktivitäten dieser kriminellen Vereinigungen gehören die CD- und DVD-Piraterie, wo hohe Gewinnspannen erzielt werden können, wie im Kapitel über den audiovisuellen Sektor zu lesen ist. Tabelle 3.12 liefert Informationen über einige dokumentierte Fälle der Beteiligung krimineller Vereinigungen.

Tabelle 3.12 Beispiele für Zusammenhänge zwischen Produkt- sowie Markenpiraterie und Organisierter Kriminalität

Gruppe	Aktivität
Asiatische Triaden	Verkauf von DVD-Raubkopien in London
Irische Gruppen	Kinderspielzeug, Batterien, Elektrowerkzeuge und Tierarzneimittel in Nordirland
Israelische Gruppen russischer Herkunft	Verkauf gefälschter Produkte in Japan
Italienische und osteuropäische Banden	Import von CD-Raubkopien nach Italien
Russische Mafia	Verkauf von CD-Raubkopien in London

Quelle: OECD (2005a), OCTF (2006), SOCA, UNIFAB.

Informationen über den Gesamtumfang der Beteiligung solcher Vereinigungen lassen sich allerdings nur schwer belegen. Aufschluss geben jedoch Studien oder Initiativen von staatlichen Stellen oder Wirtschaftsverbänden. Viele Länder, darunter Kanada, das Vereinigte Königreich und die Vereinigten Staaten, haben Untersuchungen über kriminelle Verletzungen geistiger Eigentumsrechte auf ihrem Landesgebiet angestellt.

Die Royal Canadian Mounted Police stellte im Rahmen ihres Projekts SHAM fest, dass die Fälschungs- und Piraterieoperationen immer komplexer werden und dass kriminelle und terroristische Vereinigungen an diesen Rechtsverletzungen beteiligt sind. Die RCMP hat daraufhin die Mittel zur Bekämpfung des Problems aufgestockt und eine nationale Aufklärungskampagne gestartet, um auf die Gefahren und wirtschaftlichen Kosten gefälschter Produkte sowie die Verbindungen mit der Organisierten Kriminalität hinzuweisen.

Im Vereinigten Königreich wurde festgestellt, dass kriminelle Verletzungen geistiger Eigentumsrechte zunehmend gut organisiert sind, weshalb eine erste nationale Strategie zur Bekämpfung dieser Form von Kriminalität angekündigt wurde. Die Serious Organised Crime Agency (SOCA) des Vereinigten Königreichs hat kürzlich ein spezifisches Programm zur Bekämpfung krimineller Verletzungen geistiger Eigentumsrechte ausgearbeitet, und die Organised Crime Task Force (OCTF) in Nordirland erklärte diese Form der Kriminalität zu einem ihrer prioritären Aktionsbereiche.

Der US Commissioner of Customs wies 1999 darauf hin, dass den Untersuchungen seiner Behörde zufolge kriminelle Vereinigungen sehr aktiv in der Markenfälschung und Copyright-Piraterie sind und die Erlöse aus diesen Geschäften anschließend häufig zur Finanzierung schwerwiegenderer Straftaten eingesetzt werden (International Anti Counterfeiting Coalition, 2005). 2004 startete das Weiße Haus die Strategy Targeting Organized Piracy (STOP!), eine umfassende Initiative mit dem Ziel der Zerschlagung krimineller Netzwerke, die mit Produktfälschungen handeln, sowie der Unterbindung des grenzüberschreitenden Handels mit gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten.

Weitere Informationen liefern die länder- und sektorspezifischen Untersuchungen dieses Berichts (z.T. im Anhang). Die Studie zu Brasilien lässt auf eine starke Präsenz der Organisierten Kriminalität in Lateinamerika schließen, was auch auf die Untersuchung zu China zutrifft. Im Nahrungsmittel- und Getränkektor haben die hohen Gewinne, die mit der Herstellung und dem Verkauf von steuerfreien Alkoholika erzielt werden können, die Aufmerksamkeit krimineller Vereinigungen geweckt, die in der Produktion und im Schmuggel alkoholischer Getränke sehr aktiv geworden sind. Im Tabaksektor sind die Transport- und Vertriebsnetze, die für größere Schmuggeltransaktionen erforderlich sind, hochgradig organisiert, sehr sicher und schwer aufzudecken, was sich häufig daraus erklärt, dass kriminelle Vereinigungen an Transport und Verkauf (aber nur selten an der Produktion) der gefälschten Produkte beteiligt sind.

Im audiovisuellen Sektor konnte eine Verbindung zwischen Organisierter Kriminalität und Menschenhandel festgestellt werden, da chinesische Produktpiraten die von ihnen nach Europa geschleusten illegalen Einwanderer zwingen, für sie raubkopierte Produkte zu vertreiben, um ihre Reisekosten abuzahlen (OECD, 2005a). Dies bestätigt eine neuere Studie der Serious Organised Crime Agency (SOCA) im Vereinigten Königreich, der zufolge kriminelle Vereinigungen aus Festlandchina stark im Vertrieb mit gefälschten DVDs tätig sind und illegale Einwanderer oder Asylbewerber dazu verpflichten, für sie als Straßenverkäufer zu arbeiten (SOCA, 2006).

Weitere Untersuchungen wurden von Wirtschaftsverbänden angestellt, die sich mit der Bekämpfung von Produktfälschungen beschäftigen, wie der französischen Union des Fabricants (UNIFAB), die regelmäßig auf die Zusammenhänge zwischen Produktfälschung und Organisierter Kriminalität hinweist – vor allem im audiovisuellen Bereich sowie in der Bekleidungs- und Schuhindustrie –, sowie der International Anti Counterfeiting Coalition (IACC), die ein Weißbuch über die Verbindungen von Produkt- und Markenpiraterie mit Verbrechersyndikaten und terroristischen Vereinigungen vorgelegt hat.

Gespräche mit Regierungsvertretern ergaben zudem, dass auch ein Zusammenhang zwischen kriminellen Netzwerken, die im Geschäft mit Produkt- und Markenpiraterie tätig sind, und der Bestechung öffentlicher Amtsträger besteht. Durch Bestechung, Erpressung und sogar Einbeziehung von öffentlichen Amtsträgern in ihre Geschäfte gelingt es kriminellen Vereinigungen, das Risiko von Unterbrechungen ihrer Vertriebswege und die Gefahr einer Ahndung ihrer illegalen Aktivitäten zu verringern.

Zusätzlich zu den nachweislichen Beziehungen zwischen Produkt- und Markenpiraterie zum einen und Organisierter Kriminalität zum anderen hat Interpol auch auf einen beunruhigenden Zusammenhang mit der Finanzierung terroristischer Aktivitäten hingewiesen, da kriminelle Verletzungen geistiger Eigentumsrechte zur bevorzugten Finanzierungsmethode mehrerer terroristischer Vereinigungen geworden sein sollen (Interpol, 2003). Dieser Zusammenhang kommt in zwei Formen zum Ausdruck:

- *Direkte Beteiligung.* Terroristische Vereinigungen sind an der Herstellung oder dem Verkauf von gefälschten Gütern beteiligt und verwenden einen großen Teil der dadurch erzielten Gewinne zur Finanzierung ihrer terroristischen Aktivitäten. Terroristische Vereinigungen, die direkt im Geschäft mit gefälschten Gütern tätig sind, umfassen Gruppen, die herkömmlichen kriminellen Vereinigungen ähneln bzw. ähnlich agieren wie sie.
- *Indirekte Beteiligung.* Sympathisanten, die Geld mit kriminellen Verletzungen geistiger Eigentumsrechte verdienen, lassen terroristischen Vereinigungen über Dritte Mittel zukommen.

Im Interpol-Bericht werden mehrere Beispiele genannt. In Nordirland sind paramilitärische Gruppen in kriminelle Verletzungen geistiger Eigentumsrechte verwickelt, namentlich den Handel mit gefälschten Zigaretten. Ihre Beteiligung äußert sich in der Überwachung der Märkte, auf denen die gefälschten Produkte verkauft werden. Im Kosovo besteht Angaben zufolge eine langjährige Beziehung zwischen kriminellen Vereinigungen und vor Ort tätigen albanischen Extremistengruppen, die mit einer Reihe gefälschter Konsumgüter handeln, wie CDs, DVDs, Kleidung, Schuhen, Zigaretten und Computer-Software. Aus Südamerika wird berichtet, dass eine der Hisbollah nahestehende Gruppe libanesischer Krimineller in Europa hergestellte gefälschte Waren in eine Freihandelszone einschleust. Die Güter werden anschließend in ein Drittland eingeschmuggelt, um die Einfuhrzölle zu umgehen, und dort verkauft. Bei einer Ladung gefälschter Shampoos, Cremes, Kölnischwasser und Parfüm, die von Dubai ins dänische Kopenhagen ging, wurde darüber hinaus eine Verbindung mit Al-Kaida vermutet.

Interpol startete im Januar 2007 in Zusammenarbeit mit der US-Handelskammer eine Initiative zur Unterstützung von Rechtsdurchsetzungsbehörden bei der Bekämpfung der Kriminalität im Bereich geistiger Eigentumsrechte, in deren Rahmen eine internationale Datenbank mit Informationen über kriminelle Produkt- und Markenpiraterie eingerichtet und koordinierte Ermittlungen in verschiedenen Weltregionen auf der Grundlage von Trendanalysen durchgeführt werden, die mit Hilfe der Datenbank angestellt werden. Interpol hat zudem die Intellectual Property Crime Action Group (IIPCAG) eingerichtet, die sich aus Vertretern von Polizeibehörden, Zollverwaltungen, zwischenstaatlichen Organisationen und privatwirtschaftlichen Verbänden zusammensetzt. Ziel der Arbeit dieser Gruppe ist es, internationale Rechtsdurchsetzungsmaßnahmen gegen kriminelle Verletzungen geistiger Eigentumsrechte zu erleichtern, die Sensibilisierung für diese Problematik zu erhöhen und die Koordination zwischen Polizei, Zoll und privatem Sektor zu verbessern.

Literaturverzeichnis

- Bobelian, Michael (2004), "Tiffany and eBay clash over sales of fake goods", *New York Law Journal*, August.
- Bolz, Jennifer (1992), "Chinese Organized Crime and Illegal Alien Trafficking: Humans as a Commodity", U.S. Senate Committee on Governmental Affairs; "Asian Organized Crime: The New International Criminal", Anhörungen vor dem Permanent Subcommittee on Investigations, http://usinfo.state.gov/eap/Archive_Index/Chinese_Organized_Crime_and_Illegal_Alien_Trafficking_Humans_as_a_Commodity.html, Internetzugriff im Dezember 2006.
- Bryce, Jo und Jason Rutter (2005), "Fake nation?", www.allianceagainstiptheft.co.uk.
- Business Software Alliance (2006), *Third annual BSA and IDC global software piracy study*, www.bsa.org, Mai.
- Daudpota, Faisal (2006), "The report on the role of free trade zones and free ports in unchecked cross-border movement of counterfeit and pirated goods", nicht veröffentlicht.
- eBay (2006), "eBay Inc. announces second quarter 2006 financial results", www.ebay.com.
- El Buen Habano (2006), "Cigar makers burned by fakes", www.elbuenhabano.com, 28. Mai.
- eMarketer (2006), "US Retail E-Commerce", www.eMarket.com, April.
- Euromoney Institutional Investor (2001), "Emerging markets: Eastern Europe enforcement issues remain high on agenda", *Managing Intellectual Property*, März.
- Europäische Kommission (2000a), "Ein ernstzunehmendes Problem für alle", http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/customs_controls/counterfeit_piracy/combating/index_de.htm.
- Europäische Kommission (2000b), "Statistiken über die Beschlagnahme an den Außengrenzen der EU", verfügbar unter http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/customs_controls/counterfeit_piracy/statistics/index_de.htm.
- IDC (2005), *Internet Commerce Market Model (ICMM)*, Volume 10.1, Oktober.
- Gallup Organization (2005), *US consumer attitudes and behaviours toward counterfeiting*, Januar.
- Gallup Organization (2006), *US consumer attitudes and behaviours on counterfeiting*, Mai.
- HM Revenue and Customs (2006), *New responses to new challenges: Reinforcing the tackling tobacco smuggling strategy*, verfügbar unter www.hm-treasury.gov.uk/media/7/7/bud06_tobacco_273.pdf, März.
- Hong Kong Intellectual Property Department (2005), *Annual survey of public awareness of intellectual property rights*, verfügbar unter www.ipd.gov.hk/eng/promotion_edu/annual_survey.htm (letzter Internetzugriff am 6. Dezember 2006).
- International Anti-Counterfeiting Coalition (IACC) (2005), "The Negative Consequences of International Intellectual property Theft: Economic harm, threats to the public health and safety, and links to organized crime and terrorist organizations," *White Paper*.
- IACC (2005), "The Negative Consequences of International Intellectual Property Theft", *White Paper*.
- International Federation of Phonographic Industry (2006), *The recording industry 2006: Piracy report*, www.ifpi.org.
- Internationale Handelskammer (1997), *Countering counterfeiting: A guide to protecting & enforcing intellectual property rights*, Paris.
- Interpol (2003), *The links between intellectual property crime and terrorist financing*, www.interpol.int/public/FinancialCrime/IntellectualProperty/Default.asp.
- Machado, S.M. (2005), *The Impact of Counterfeiting and Piracy on São Paulo City and Brazil*, US Chamber – IPR Initiatives, Brazil-U.S. Business Council (U.S. Section).
- MaltaMedia news(2006), "Customs seize counterfeit footwear", verfügbar unter www.maltamedia.com/news/2005/ln/article_8752.shtml, 23. Januar.

- Motion Picture Association (2006), *The Cost of Movie Piracy*, von der MPA in Auftrag gegebene Analyse der L.E.K Consultancy, verfügbar unter www.mpa.org/press_releases/leksummarympa.pdf.
- OECD (2005a), Responses to OECD industry surveys, nicht veröffentlicht.
- OECD (2005b), Responses to OECD economy surveys, nicht veröffentlicht.
- OECD (2006), Responses to OECD customs survey, nicht veröffentlicht.
- Organised Crime Task Force (OCTF), *Organised Crime in North Ireland Annual Report and Threat Assessment 2006*.
- RCMP (2004), *A Strategic Intelligence Assessment of Intellectual Property Crime in Canada*, Project SHAM.
- SOCA (2006), "The United Kingdom threat assessment of serious organised crime 2006/2007", www.soca.gov.uk.
- UNCTAD (2006), "Review of maritime transport – 2006", www.unctad.org.
- Union des Fabricants (UNIFAB) (2004), *Counterfeiting and Organised Crime Report*, 2nd Edition.
- United States Department of Homeland Security (2006), "Response to OECD customs survey", nicht veröffentlicht.
- United States Department of Homeland Security (2006), "FY 2005 IPR Seizure Statistics", www.cbp.gov/xp/cgov/import/commercial_enforcement/ipr/seizure/, März.
- United States Trade Representative (2005), *2005 Special 301 report*, www.ustr.gov.
- Weltzollorganisation (2005), *Guidelines on controlling free zones in relation to intellectual property rights infringements*, www.wcoipr.org, 12. Januar.
- World Trademark Law Report (2006), *World Trademark Law Report*, 1. Dezember.

Kapitel 4

SCHÄTZUNG DES AUSMASSES DER PRODUKT- UND MARKENPIRATERIE

Eines der Hauptziele des vorliegenden Berichts ist es, Methoden und Techniken zu untersuchen, mit denen sich genauer feststellen ließe, welches Ausmaß – einerseits insgesamt und andererseits in einzelnen Sektoren – die Produkt- und Markenpiraterie in den Volkswirtschaften erreicht.

In diesem Kapitel werden mögliche Wege aufgezeigt, um insbesondere einen der Ansätze weiter zu entwickeln (Kasten 4.1), nämlich denjenigen, der sich auf die Informationen stützt, die über den internationalen Handel im Bereich der Produkt- und Markenpiraterie zur Verfügung stehen¹. Besonders hervorzuheben ist an dieser Stelle, dass gefälschte oder unerlaubt kopierte Produkte, die innerhalb einer Volkswirtschaft hergestellt und konsumiert werden, bei dem genannten Ansatz unberücksichtigt bleiben. Hierdurch wird die Aussagekraft insofern bedeutend eingeschränkt, als der Binnenhandel mit bestimmten Produkten in einigen Volkswirtschaften beträchtlich ist. Dennoch gehört der besagte Ansatz zu den Verfahren, die für die Untersuchung des Phänomens der Rechtsverletzungen im weltweiten Maßstab die bessere Ausgangsbasis bilden. Es bieten sich zwar vielversprechende Möglichkeiten, um auch die Binnenmärkte in die Untersuchung einzubeziehen, doch würde dies über den derzeitigen Analyserahmen hinausgehen.

Kasten 4.1 Die Suche nach neuen, besseren Messtechniken

Zur Unterstützung ihrer Arbeiten im Bereich der Produkt- und Markenpiraterie veranstaltete die OECD im Oktober 2005 gemeinsam mit der WIPO (Weltorganisation für geistiges Eigentum) eine Tagung, an der Experten aus Regierungskreisen, der Industrie und der Wissenschaft teilnahmen. Eine zweite Zusammenkunft fand im Januar 2006 statt. Die Expertengruppe kam zu dem Schluss, dass Techniken zur Schätzung des Grads der Produkt- und Markenpiraterie branchenspezifisch entwickelt werden könnten, aber auf den jeweiligen Merkmalen des betreffenden Industriezweigs basieren müssten, da sich kein einzelner Ansatz gleichermaßen auf alle Branchen anwenden ließe. Als weitaus schwieriger wurde dies bei Schätzungen auf weltweiter Ebene erachtet. Die diesbezüglich untersuchten Techniken waren: 1. eine Adaptierung der zur Messung des Umfangs der Schattenwirtschaft angewendeten Techniken, 2. die Anwendung der theoretischen Propensitäten bezüglich des Konsums gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte auf die Artikel, die in den nationalen Verbraucherausgaben enthalten sind, 3. die Sondierung von Wegen, wie sich die verfügbaren Daten über den internationalen Handel mit gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten verwerten lassen. Die Expertengruppe äußerte angesichts der Datenverfügbarkeit und der potenziell möglichen Schätzungen Interesse an der dritten Option.

1. Kapitel 6 enthält eine Beurteilung der Techniken, die angewendet werden könnten, um sektorspezifische Schätzungen zu konzipieren.

Bei der in diesem Kapitel vorgestellten Analyse wurde von den Zollbehörden zur Verfügung gestelltes Datenmaterial über Aufgriffe/Beschlagnahmen verwendet. Leider wiesen diese Daten erhebliche Schwachstellen auf, da die Zahl der Regierungen, die solche Daten lieferten, begrenzt war, und der Vollständigkeitsgrad der Antworten große Unterschiede aufwies. Die aus der Untersuchung resultierenden Schlussfolgerungen können daher lediglich dazu dienen, eine ungefähre Vorstellung von der Rolle zu vermitteln, die gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten im internationalen Handel zukommt.

Die Analyse selbst basiert auf einer Untersuchung des Grads, in dem einzelne Produkte im internationalen Handel als gefälscht oder unerlaubt kopiert identifiziert werden, und des Grads, in dem die Herkunft der betreffenden Produkte einzelnen Volkswirtschaften zugeordnet werden kann. Unter Berücksichtigung einiger bekannter statistischer Verzerrungen wird dann anhand dieser Informationen eine Reihe relativer Produkt- und Markenpiraterie-Propensitätsgrade geschätzt. Dies bildet die Grundlage, auf der eine Obergrenze des Ausmaßes dieses Phänomens approximiert wird. Diese Analyse, die, wie hier ausdrücklich zu betonen ist, durch besseres Datenmaterial über Beschlagnahmen/Aufgriffe wesentlich erhärtet würde, legt den Schluss nahe, dass der internationale Handel mit gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten 2005 bis zu 200 Mrd. US-\$ erreichen könnte². Doch diese Schätzung spiegelt die Situation nicht vollständig wider, da in ihr nicht die gefälschten und unerlaubt kopierten Produkte enthalten sind, die im Inland hergestellt und konsumiert werden, und auch nicht das enorme Volumen der unerlaubt kopierten digitalen Produkte, die über das Internet vertrieben werden. Fügt man diese Artikel hinzu, so könnte das Gesamtvolumen um mehrere hundert Milliarden Dollar höher liegen.

4.1 Ermittlung relativer Propensitäten

Das Rahmenkonzept dieser Analyse basiert auf den in Kapitel 2 dargelegten allgemeinen Grundsätzen; d.h. insbesondere, dass die Herstellung und der Konsum verschiedener Arten gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte unterschiedliche Propensitäten aufweisen. So werden z.B. Kleidung und Uhren auf Grund herstellungs- und vertriebsbedingter Vorteile und der damit verbundenen Erträge viel intensiver gefälscht und unerlaubt kopiert als Nahrungsmittel und DVD-Abspielgeräte. Die Schätzung des Intensitätsgrads der Fälschungsaktivität (oder der Propensitäten) ist zweckmäßig, um anhand des vorhandenen Datenmaterials das Ausmaß der Produktpiraterie und das Volumen unerlaubt kopierter Produkte zu bezeichnen. Denn obwohl die unerlaubt kopierten Produkte nicht direkt identifizierbar sind, spiegeln sie sich durchaus bereits in vielen verfügbaren Datenquellen wider.

Gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte werden wie alle übrigen Waren in bedeutendem Umfang international gehandelt und schlagen sich daher in der internationalen Handelsstatistik nieder. Auch die Tatsache, dass viele rechtsverletzende Produkte über legale Vertriebskanäle gehandelt werden, führt beispielsweise dazu, dass sie in der Einzelhandelsstatistik erfasst sind. Sogar Fälschungen, die überwiegend auf Straßenmärkten oder von Straßenhändlern verkauft werden und dadurch unerfasst bleiben könnten, schlagen sich vielleicht in den Statistiken über die Verbraucherausgaben nieder.

Der hier gewählte Ansatz mit dem Schwergewicht auf dem internationalen Handel – der hier als „handelsbezogenes Konzept“ bezeichnet wird – hat vor allem zwei Vorteile:

2. Diese Angabe von 200 Mrd. US-\$ ist insofern nicht mit der in Kapitel 3 genannten Zahl vergleichbar, als angenommen wird, dass darin zusätzlich zu den gehandelten gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten auch solche enthalten sind, die im Inland hergestellt und konsumiert werden.

Erstens ist die Zahl der an der Umfrage teilnehmenden und von der internationalen Handelsstatistik erfassten Volkswirtschaften hoch, so dass eine Analyse der bilateralen Handelsströme auf Detailebene möglich ist. Dies gewährleistet bei der Analyse eine breite und konsistente gesamtwirtschaftliche Erfassung. Zweitens sind die nationalen Zollbehörden, da alle international gehandelten Waren in der einen oder anderen Art zollamtlich bearbeitet werden, was auch die Suche nach potenziell geistige Eigentumsrechte verletzenden Produkten mit einschließt, in der Lage, Daten über gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte systematisch zu erfassen.

Hingegen sind der Analyse insofern Grenzen gesetzt, als der Fokus allein auf den gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten im internationalen Handel liegt, so dass die rechtsverletzenden Produkte ausgeklammert werden, die die Volkswirtschaft nie verlassen, in der sie hergestellt wurden. Reine Binnenmarktgeschäfte mit gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten, die ein beachtliches Volumen haben könnten, bleiben daher unberücksichtigt. Physische gefälschte und unerlaubt kopierte Waren, die über das Internet international vertrieben werden, sind indessen insofern erfasst, als sie von den Zollbehörden kontrolliert werden.

4.1.1 Überblick über die Methodik

Der handelsbezogene Ansatz umfasst drei Schritte: 1. Identifizierung der Waren, die im internationalen Handel als gefälscht oder unerlaubt kopiert erkannt wurden (d.h. sensible Waren), 2. Identifizierung der Volkswirtschaften, von denen die rechtsverletzenden Produkte exportiert wurden, und 3. Schätzung der Fälschungspropensitäten.

- *Identifizierung sensibler Waren:* Zunächst werden alle Waren identifiziert, die gefälscht/unerlaubt kopiert und international gehandelt wurden. Diese Waren werden unter dem Begriff *sensible Waren* zusammengefasst. Es wird dann das Gesamtvolumen des Handels mit diesen Produkten (Originale und Plagiate) ermittelt. Der Vergleich dieses Ergebnisses mit dem gesamten Welthandelsvolumen zeigt den relativen Umfang des internationalen Handels mit Waren, bei denen es zu Rechtsverletzungen kam.
- *Identifizierung der Herkunftsvolkswirtschaften:* Der zweite Schritt besteht darin, alle Volkswirtschaften zu identifizieren, die als Herkunftsort importierter gefälschter oder unerlaubt kopierter Waren identifiziert wurden. Diese Volkswirtschaften werden als *Herkunftsvolkswirtschaften* bezeichnet, von denen der bekannte geografische Aspekt der Produkt- und Markenpiraterie im internationalen Handel abgeleitet wurde. Auf diese Art und Weise ist es möglich, die Ausgangsbasis des Handels mit sensiblen Waren genauer herauszuarbeiten, indem das Schwergewicht auf die Importe bekannter Herkunft gelegt wird.
- *Schätzung der Propensitäten:* Der letzte Schritt besteht darin, für verschiedene Produktarten bekannter Herkunft die jeweilige Propensität zu schätzen, gefälscht und/oder unerlaubt kopiert zu werden. Diese Berechnung basiert auf Analysen der von den Zollbehörden zur Verfügung gestellten Beschlagnahme-/Aufgriffsstatistik.

Zu betonen ist, dass der oben beschriebene Analyserahmen *nicht* direkt zu einer Schätzung des Ausmaßes der Produkt- und Markenpiraterie im Welthandel führt. Stattdessen liefert er eine Reihe von Faktoren, die über die relative Intensität des internationalen Handels mit verschiedenen Arten gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte Aufschluss geben und mit deren Hilfe eine Obergrenze des Handels mit rechtsverletzenden Produkten approximiert wird.

4.1.2 Datenquellen

Der handelsbezogene Ansatz basiert auf zwei Datenquellen, den internationalen Handelsstatistiken und wie bereits erwähnt der Beschlagnahme rechtsverletzender Produkte durch die Zollbehörden. Die Handelsstatistiken basieren auf der UN Commodity Trade Statistics Database (UN-Comtrade-Datenbank) (Zollwert der angelieferten Ware)³, die Zollbeschlagnahmen auf Daten, die der OECD auf der Basis eines den Zollbehörden von der Weltzollorganisation zugeleiteten Fragebogens zur Verfügung gestellt wurden (nähere Einzelheiten in Anhang 4.A1). Weil den Importstatistiken generell eine höhere Genauigkeit zugeschrieben wird, als den Exportstatistiken und da sich ferner die Ermittlungen und Kontrollen durch die Zollbehörden bei Produkten, die die Rechte des geistigen Eigentums (IPR) verletzen, hauptsächlich auf die Importe konzentrieren, gilt auch beim handelsbezogenen Ansatz das Hauptaugenmerk den Importen.

4.1.2.1 Beschlagnahmedaten

Die Daten über die Zollbeschlagnahmen eignen sich zwar nicht für eine direkte Bestimmung des Ausmaßes, sie sind aber insofern eine wertvolle Informationsquelle für indirekte Analysen, als sie den Effekt der Wechselbeziehungen zwischen den produkt-, markt- und institutionsspezifischen Merkmalen erfassen, die die wichtigsten Gründe für Produkt- und Markenpiraterie im internationalen Handel sind. Die vorliegende Analyse geht davon aus, dass die Beschlagnahmestatistiken Aufschluss geben über: 1. den Grad der relativen Intensität, mit dem die einzelnen Kategorien rechtsverletzender Waren tatsächlich im internationalen Handel auftreten, sowie 2. den Grad, mit dem rechtsverletzende Waren aus den Volkswirtschaften bestimmter Handelspartner kommen.

Bezüglich dieser Annahmen sind jedoch gewisse Einschränkungen zu beachten. Die Beschlagnahme durch die Zollbehörden wird durch Profiling-Systeme beeinflusst, wodurch es zu Datenverzerrungen kommt; hinzu kommt, dass einige potenziell rechtsverletzende Produkte vielleicht gar nicht den Verdacht der Zollbehörden erregen und daher überhaupt nicht entdeckt werden; schließlich könnte eine Reihe von Produkten auch einfach leichter als gefälscht oder unerlaubt kopiert zu erkennen sein, was die Aufgriffe noch mehr verzerren könnte⁴. Zwar besteht die Möglichkeit, gewisse Techniken anzuwenden (was bei dieser Analyse getan wurde), um die Daten um diese Verzerrungen zu bereinigen, doch lassen sich die genannten Defizite hierdurch nur zum Teil beheben. Es ist zudem darauf hinzuweisen, dass die Unterschiede in der Art und Weise, wie

-
3. Die internationalen Statistiken werden von dem gemeinsamen Handelsdatenerfassungs- und -verarbeitungssystem der UN Statistics Division (UNSD) und der OECD in Form der UN Commodity Trade Statistics Database (UN-Comtrade-Datenbank) zusammengestellt. Mit 124 an der Erhebung teilnehmenden Volkswirtschaften (März 2007) und 243 Partnern Volkswirtschaften (133 Volkswirtschaften zusätzlich zu den an der Erhebung teilnehmenden) erfasst die Datenbank den überwiegenden Teil des Welthandels und gilt als die umfassendste zur Verfügung stehende Handelsdatenbank. Die Produkte werden im Allgemeinen auf der Basis eines Harmonisierten Systems zur Bezeichnung und Codierung der Waren (HS) mit sechsstelligen Kennziffern registriert, was einen recht hohen Aufschlüsselungsgrad der Datenbank gewährleistet. Die vorgelegten Daten basieren auf dem Zollwert der angelieferten Ware, d.h. dem der Ware durch die Zollbehörden zugewiesenen Wert. In den meisten Fällen ist dieser mit dem Verkehrswert identisch, der auf der die Ware begleitenden Rechnung angegeben ist. Der Zollwert der angelieferten Ware schließt die Versicherungs- und Frachtgebühren mit ein, die bei der Beförderung der Ware von ihrer Herkunftsvolkswirtschaft in die importierende Volkswirtschaft entstehen.
 4. Verzerrungen können auch durch einen unterschiedlichen Grad der Intensität auftreten, mit der die Importe aus Volkswirtschaften innerhalb einer Zollunion im Vergleich zu denen aus Volkswirtschaften, die keiner Zollunion angehören, auf rechtsverletzende Produkte geprüft werden. Auf Grund des globalen Charakters des Modells ist der Einfluss einer solchen Verzerrung jedoch zwangsläufig gering.

Beschlagnahmen von den einzelnen Volkswirtschaften erfasst werden, die Gewinnung vergleichbarer Daten erschwert, auf die sich eine Analyse von Produkt- und Markenpiraterieaktivitäten stützen könnte.

4.1.3 Schritt 1: Identifizierung sensibler Waren

Die von den Zollämtern für diese Studie zur Verfügung gestellten Beschlagnahmehdaten weisen erhebliche Unterschiede auf. Obwohl von einigen Umfrageteilnehmern sehr detaillierte Daten geliefert wurden, waren die Aufstellungen nicht miteinander vergleichbar, gab es bezüglich des Aufschlüsselungsgrads erhebliche Unterschiede und wurden von vielen Volkswirtschaften überhaupt keine Daten übermittelt. Auf Grund der begrenzten Verfügbarkeit von Daten wurde daher im Rahmen dieser Analyse unter dem Begriff eines sensiblen Produkts eine ganze Warenkategorie zusammengefasst. Sobald eine an der Erhebung teilnehmende Zollbehörde einen einer bestimmten Warenkategorie zuzuordnenden rechtsverletzenden Artikel registrierte, wurde die ganze Kategorie als „sensibel“ betrachtet.

Bei den verwendeten Kategorien handelt es sich um die 96 Warenkapitel mit zweistelligem Code des Harmonisierten Systems (HS)⁵. Da nicht alle Artikel einer Warenkategorie zwangsläufig gefälscht oder unerlaubt kopiert sind, würde dieser Ansatz das Ausmaß tendenziell überzeichnen. Andererseits würden Kategorien, bei denen es zwar zum Handel mit Produktfälschungen oder unerlaubten Kopien gekommen ist, dies aber nicht entdeckt wurde, bei der Ermittlung des Ausmaßes des Handels mit sensiblen Produkten unberücksichtigt bleiben und dazu führen, dass die Situation tendenziell unterzeichnet ist.

4.1.3.1 Das Spektrum sensibler Waren

Auf der Basis der verfügbaren Statistiken von 53 Umfrageteilnehmern wurden im Zeitraum 1999-2005 von den Zollbehörden in 64 der insgesamt 96 HS-Kapitel (67%) Produkte entdeckt, bei denen geistige Eigentumsrechte verletzt wurden. Angesichts des breiten Produktspektrums der HS-Kapitel und der weit gefassten Definition sensibler Waren dürfte der tatsächliche Umfang hiermit ganz erheblich überzeichnet sein. So wurden beispielsweise den sehr detaillierten Daten der Vereinigten Staaten zufolge in 59 der insgesamt 96 Kapitel (61%) rechtsverletzende Produkte registriert. Bei genauerer Untersuchung stellte sich jedoch heraus, dass diese Beschlagnahmen nur 678 der 3 650 Produkte mit sechsstelligem Code betrafen, die in den 59 Kapiteln enthalten sind (19%). In den meisten Fällen wurden von den Umfrageteilnehmern jedoch leider nicht die sechsstelligen HS-Kodizes angegeben; dort wo sie angegeben waren, wurden jedoch insgesamt 744 Kategorien identifiziert – was nur etwas mehr als 14% sämtlicher sechsstelligen Kategorien entspricht (für alle 96 HS-Kapitel).

4.1.3.2 Intensität der Beschlagnahmen

Wenngleich kein Zweifel daran besteht, dass es ein breites Spektrum von Waren gibt, die in Bezug auf Rechtsverletzung als sensibel zu bezeichnen sind, legt Kapitel 2 den Schluss nahe, dass die Intensität der Produkt- und Markenpiraterieaktivitäten bei den einzelnen Warenkategorien sehr unterschiedlich ist. Dies bestätigen mehrere der sektorspezifischen Studien und auch die Beschlagnahmestatistiken. Die Berechnung der durchschnittlichen Prozentsätze beschlagnahmter Waren in den einzelnen HS-Kapiteln zeigt,

5. Das Harmonisierte System ist ein internationales Warenklassifizierungssystem. Nähere Einzelheiten in Kapitel 3.

dass sich die Aufgriffe auf eine geringe Anzahl von Kategorien konzentrieren. Dies wird in Tabelle 4.1 veranschaulicht, die die durchschnittliche Beschlagnahmehäufigkeit der Produkte der sensiblen HS-Kapitel zeigt; dieser Durchschnitt wurde nach dem jeweiligen Anteil am Gesamtvolumen sensibler Importe (Gesamthandelsvolumen mit den Produkten der 64 HS-Kapitel) der jeweiligen an der Umfrage teilnehmenden Volkswirtschaft gewichtet.

Tabelle 4.1 **Beschlagnahmeprozentsätze nach HS-Warenkapiteln (zweistelliger Code)**

Nr.	HS	Bezeichnung des HS-Kapitels	Beschlag-	Welthandels-	
			nahmen	volumen	
			In %	Mio. US-\$	In %
1	61,62	Kleidung und Bekleidungszubehör	30.6	247 851	2.8
2	85	Elektrische Maschinen, Apparate, Geräte und andere elektrotechnische Waren, Teile davon, Fernsprechapparate, Tonaufnahmegeräte, Fernseh-Videogeräte	26.8	1 264 702	14.3
3	42	Lederwaren, Sattlerwaren, Reiseartikel, Handtaschen, Waren aus Därmen	7.9	34 777	0.4
4	64	Schuhe, Gamaschen und ähnliche Waren	5.4	64 153	0.7
5	24	Tabak und verarbeitete Tabakersatzstoffe	5.4	24 346	0.3
6	91	Uhrmacherwaren	4.0	22 974	0.3
7	95	Spielzeug, Spiele, Unterhaltungsartikel und Sportgeräte; Teile davon und Zubehör	3.7	70 264	0.8
8	90	Optische, fotografische oder kinematografische Instrumente, Apparate und Geräte, Mess-, Prüf- oder Präzisionsinstrumente, -apparate und -geräte, medizinische und chirurgische Instrumente, Apparate und Geräte, Teile und Zubehör für diese Instrumente, Apparate und Geräte	1.9	293 642	3.3
9	48	Papier und Pappe, Waren aus Papierhalbstoff, Papier oder Pappe	1.6	128 237	1.5
10	94	Möbel, Bettausstattungen und ähnliche Waren, Beleuchtungskörper, anderweit weder genannt noch inbegriffen, Reklameleuchten, Leuchtschilder, beleuchtete Namensschilder und dergleichen ...	1.5	119 531	1.4
11	71	Echte Perlen oder Zuchtperlen, Edelsteine oder Schmucksteine, Edelmetalle, Fantasieschmuck, Münzen	1.3	165 441	1.9
12	96	Verschiedene Waren	1.2	17 567	0.2
13	65	Kopfbedeckungen und Teile davon	1.2	4 738	0.1
14	84	Kernreaktoren, Kessel, Maschinen, Apparate und mechanische Geräte, Teile davon, Computer	1.2	1 212 512	13.7
15	33	Öle und Resinoide, zubereitete Riech-, Körperpflege- oder Schönheitsmittel	1.0	49 240	0.6
Die 5 Top-Warenkategorien			76.1	1 635 828	18.5
Alle Warenkategorien			94.6	3 719 972	42.1

Anmerkung: Insgesamt nahmen 17 Volkswirtschaften an der Umfrage teil: Andorra, Australien, Hongkong (China), Kroatien, Zypern (vgl. Tabelle 3.4, Fußnote 1), Tschechische Republik, Fidschi, Ungarn, Lettland, Mauritius, Portugal, Rumänien, Südafrika, Spanien, Thailand, Ehemalige Jugoslawische Republik Mazedonien, Vereinigte Staaten. Die Intensitätsgrade wurden ermittelt als Werte, Fälle und Zahl einzelner HS-Kodizes auf sechsstelligem Niveau, soweit Daten verfügbar waren. Die Prozentsätze sind als gewichteter Durchschnitt angegeben, wobei die Gewichte dem Anteil sensibler Importe der betreffenden an der Umfrage teilnehmenden Volkswirtschaft entsprechen.

Quelle: OECD-WZO-Zollerhebung und UNSD-OECD-Comtrade-Datenbank.

Während bei den meisten Kapiteln offensichtlich ist, welche Produkte sie enthalten, ist dies bei mehreren nicht der Fall. Die rechtsverletzenden Produkte des Kapitels „Elektrische Maschinen, Apparate, Geräte und andere elektrotechnische Waren usw.“ gehören z.B. zu den am häufigsten beschlagnahmten. Dieses Kapitel umfasst eine ganze Reihe unterschiedlicher Produkte, u.a. Motoren, Generatoren, Batterien, Audiogeräte sowie CDs und DVDs (u.a. audiovisuelle Produkte und Software). Auf Grund des breiten Spektrums

von Produkten ist es hilfreich, die Beschlagnahmen soweit möglich weiter nach detaillierteren Kategorien aufzuschlüsseln, um sich ein klareres Bild davon zu verschaffen, welche spezifischen Produktarten von den Zollbehörden beschlagnahmt wurden. Betrachtet man das vierstellige HS-Kapitel, so liegt der Schluss nahe, dass etwa 94% aller Beschlagnahmen Schallplatten, Bänder und andere Tonträger und ähnliche Aufzeichnungsträger mit Aufzeichnung sind, einschließlich Software (HS-Code 8524)⁶. Auf die Kategorie Elektrische Geräte für die drahtgebundene Fernsprechtechnik, Fernsprechapparate und Teile hiervon (HS-Code 8517) entfallen etwa 3%, und der Anteil aller übrigen Artikel beträgt 1% oder weniger des Gesamtvolumens.

HS-Kapitel 90 enthält ein weites Spektrum optischer, fotografischer oder kinematografischer Instrumente, Apparate und Geräte, Mess-, Prüf- oder Präzisionsinstrumente, -apparate und -geräte sowie medizinische und chirurgische Instrumente. Die überwiegende Mehrheit der von den Zollbehörden registrierten Beschlagnahmen betraf jedoch Sonnenbrillen (98%).

Die obengenannten Beispiele der HS-Kapitel 85 und 90 zeigen jedoch, dass obwohl schon auf dem zweistelligen Niveau eine relativ starke Konzentration der Beschlagnahmen zu beobachten ist, diese bei weiterer Aufschlüsselung noch zuzunehmen scheint.

4.1.3.3 Gesamtaufkommen des Handels mit sensiblen Waren

Das Gesamtaufkommen des Handels mit sensiblen Waren (d.h. das erfasste Importvolumen der in den 64 HS-Kapiteln enthaltenen Waren, in denen Rechtsverletzungen entdeckt wurden) betrug im Jahr 2004 6,59 Bill. US-\$ oder rd. 75% des weltweiten Warenhandels. Betrachtet man schwerpunktmäßig nur die fünf wichtigsten HS-Kapitel, auf die Tabelle 4.1 zufolge 76% aller Beschlagnahmen gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte entfielen, so erreichte das erfasste Handelsvolumen insgesamt 1,63 Bill. US-\$ oder rd. 18,5% des Welthandelsvolumens. Wie bereits ausgeführt, lässt dies darauf schließen, dass es im Hinblick auf den Propensitätsgrad oder die Intensität, mit der sich Produkte der einzelnen Kategorien international gehandelter Waren als rechtsverletzend erweisen, erhebliche Unterschiede gibt. Der Faktor Propensität ist daher bei der Untersuchung des Ausmaßes der Produkt- und Markenpiraterie besonders wichtig; hierauf wird im Folgenden näher eingegangen.

4.1.4 Schritt 2: Identifizierung der Herkunftsvolkswirtschaften

Eine Herkunftsvolkswirtschaft ist eine Volkswirtschaft, die von einer an der Umfrage teilnehmenden Zollbehörde als Herkunftsort eines auf Grund einer Verletzung geistiger Eigentumsrechte aufgegriffenen Artikels erkannt und erfasst wurde, und dies unabhängig von dem jeweiligen Betrag oder Wert. Der Begriff Herkunftsvolkswirtschaft bezieht sich daher sowohl auf Volkswirtschaften, in denen tatsächlich rechtsverletzende Produkte hergestellt werden, als auch auf solche, die bei der Verbringung der betreffenden Produkte in das Empfängerland als Transitländer dienen. Wie bei der Identifizierung sensibler Waren kann auch die Identifizierung der Herkunftsvolkswirtschaften lückenhaft sein, da von den Zollbehörden möglicherweise nicht die rechtsverletzenden Importprodukte aller Anbieter erkannt wurden. Die nicht entdeckten Fälle dürften aber kaum Konsequenzen haben, da der Anteil der 145 Volkswirtschaften, die als Herkunft erkannt wurden, 2004 bei 95% des Welthandelsvolumens lag.

6. Auf HS-Code 8524 entfällt zwar ein hoher Prozentsatz der Kapitel 85-Beschlagnahmen, doch stellt er nur rd. 2% des gesamten Handelsvolumens mit Artikeln des Kapitels 85.

4.1.4.1 Das Spektrum der Herkunftsvolkswirtschaften

Von den 72 von Zollbehörden übermittelten Antworten enthielten nur 24 Angaben über die Herkunftsvolkswirtschaften. Es wurden einige europäische Volkswirtschaften hinzugefügt, für die Statistiken der DG-TAXUD-Datenbank der Europäischen Kommission verwendet wurden, die zwar Anhaltswerte liefern, aber unvollständig sind. Detaillierte Antworten u.a. Australiens, Deutschlands, Neuseelands und der Vereinigten Staaten erleichterten hingegen die Konstruktion einer recht weitreichenden Liste unterschiedlicher geografischer Herkunftsorte, die wie oben erwähnt etwa 145 einzelne Volkswirtschaften umfasst.

Einige Volkswirtschaften spielen natürlich als Herkunftsort rechtsverletzender Waren eine wichtigere Rolle als andere, entweder weil sie diese Waren selbst massiv herstellen oder weil sie bei ihrer Verbringung als wichtige Transitländer fungieren oder beides. Erste Hinweise gibt in dieser Hinsicht eine Untersuchung der Häufigkeit des Volumens und/oder Werts importierter gefälschter oder unerlaubt kopierter Erzeugnisse für jede an der Umfrage teilnehmende Volkswirtschaft. Zur Durchführung dieser Analyse wurden Daten aus 19 Volkswirtschaften verwendet. Da nicht alle an der Umfrage teilnehmenden Volkswirtschaften denselben Welthandelsanteil haben, wurden die Daten jeweils entsprechend dem Anteil der betreffenden Volkswirtschaft am Gesamtimportvolumen der 19 Teilnehmervolkswirtschaften gewichtet. Zahlenangaben und Rangfolge der Volkswirtschaften sind mit Vorsicht zu interpretieren, da die verfügbaren Daten in Bezug auf die reale Situation nur einen groben Anhaltswert liefern. Die wichtigsten Ursprungsorte sind daher nach ihrer geografischen Lage angegeben⁷. Es ist auch darauf hinzuweisen, dass der Herkunftsort von den Zollämtern oft als „unbekannt“ verzeichnet worden war und dass das Gewicht der als Herkunftsort registrierten Volkswirtschaften daher nicht unbedingt der Realität entspricht.

Tabelle 4.2 **Beschlagnahmen importierter gefälschter und unerlaubt kopierter Waren aus den 20 führenden Herkunftsvolkswirtschaften**

Die Herkunftsvolkswirtschaften sind nach ihrer geografischen Region aufgeführt

Region der 20 führenden Herkunftsvolkswirtschaften	Zahl der Herkunftsvolkswirtschaften der Region	Beschlagnahmen		Registrierte Importe aus den Herkunftsvolkswirtschaften	
		In % der gesamten Beschlagnahmen		Mio. US-\$	In % der weltweiten Importe
Asien (ohne Naher Osten)	12	69.7		1 926 990	21.8
Naher Osten	2	4.1		120 137	1.4
Afrika	2	1.8		40 983	0.5
Europa	2	1.7		631 449	7.2
Nordamerika	1	1.1		805 486	9.1
Südamerika	1	0.8		190 030	2.2
Die führenden Herkunftsvolkswirtschaften	20	79.2		3 715 075	42.1

Anmerkung: Insgesamt nahmen 19 Volkswirtschaften an der Umfrage teil: Andorra, Angola, Australien, Zypern (vgl. Tabelle 3.4, Fußnote 1), Dänemark, Estland, Frankreich, Deutschland, Japan, Lettland, Mauritius, Niederlande, Neuseeland, Portugal, Korea, Rumänien, Spanien, Vereinigtes Königreich, Vereinigte Staaten. Die Prozentsätze der Herkunftsvolkswirtschaften werden als gewichtete Durchschnitte der Beschlagnahmeprozentsätze berechnet, wobei die Gewichte anhand der Gesamtimportanteile der an der Umfrage teilnehmenden Volkswirtschaften bestimmt werden.

Quelle: OECD-WZO-Zollerhebung und UNSD-OECD-Comtrade-Datenbank.

7. Die der Tabelle 4.2 zu entnehmenden Informationen über Beschlagnahmen weichen von der in Kapitel 3 (Tabelle 3.5) enthaltenen allgemeineren Beschreibung der Beschlagnahmen ab. Hierfür gibt es mehrere Gründe: 1. An der Umfrage teilnehmende Volkswirtschaften, die nur ganz wenige erfasste Beobachtungen aufwiesen, wurden nicht berücksichtigt; 2. andere Volkswirtschaften wurden auf der Basis von DG-TAXUD-Daten berücksichtigt; 3. die Prozentsätze der Beschlagnahmen wurden in den meisten Fällen auf weiter aufgeschlüsseltem Niveau errechnet, und 4. die Prozentsätze der Beschlagnahmen wurden nach dem Anteil der teilnehmenden Volkswirtschaft am Welthandel gewichtet.

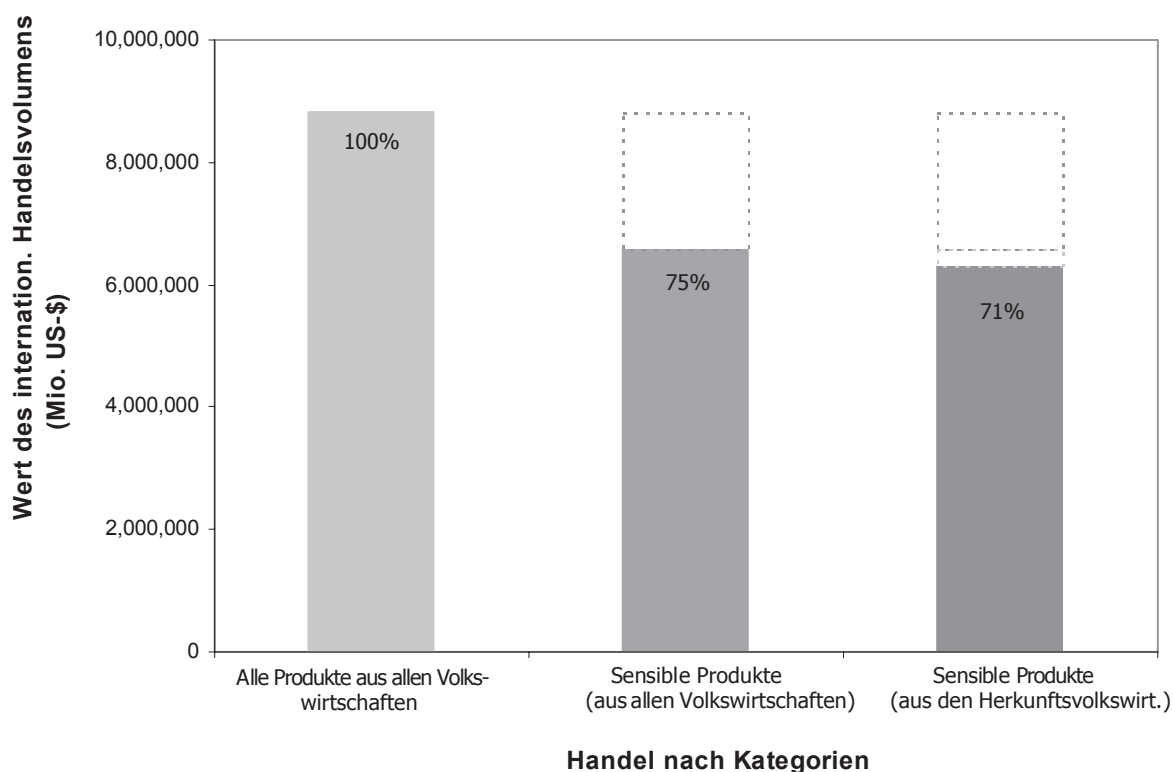
Die Daten zeigen, dass die überwiegende Mehrheit der von den Zollbehörden beschlagnahmten Waren eine relativ starke Konzentration aufweist, wobei auf die 20 größten Herkunftsvolkswirtschaften ein Anteil von etwa 80% aller Beschlagnahmen entfällt. Die fünf größten Herkunftsvolkswirtschaften, die sich ausnahmslos in Asien befinden, stellen einen Anteil von nahezu 58% aller Beschlagnahmen.

4.1.4.2 Handel mit sensiblen Produkten aus den ermittelten Herkunftsvolkswirtschaften

Die Importe sensibler Produkte aus den als Ursprungsort ermittelten Volkswirtschaften beliefen sich 2004 insgesamt auf 6,3 Bill. US-\$, was etwa 71% des gesamten Handelsvolumens entsprach (Abb. 4.1). Das derzeitige *potenzielle* Ausmaß der Produkt- und Markenpiraterie im internationalen Handel ist daher ganz erheblich. Legt man das Augenmerk auf die Importe aus den fünf führenden Herkunftsvolkswirtschaften, so beliefen sich diese auf 1,3 Bill. US-\$, wovon 1,2 Bill. US-\$ auf den Handel mit sensiblen Waren entfielen (etwa 14% des Welthandelsvolumens). Bei Fokussierung auf die Produkte der Kategorien, in denen die meisten Beschlagnahmen erfolgten und die aus den 20 größten Herkunftsvolkswirtschaften stammen, so entsprach das Gesamtvolumen der erfassten Importe 2 Bill. US-\$ oder etwa 23% des Welthandelsvolumens.

Der Balken ganz rechts stellt das Handelsvolumen dar, das Gegenstand der im folgenden Abschnitt beschriebenen Propensitätsanalyse ist. Geringfügig berücksichtigt wurde auch die Tatsache, dass die Herkunftsvolkswirtschaften und Produktkategorien bei einem Teil der Produkt- und Markenpiraterieaktivitäten nicht identifiziert werden konnten.

Abbildung 4.1 **Gesamthandel, Handel mit sensiblen Produkten und Handel mit sensiblen Produkten aus den Herkunftsvolkswirtschaften**



4.1.5 Schritt 3: Schätzung der Propensitätsgrade

Das breite Spektrum der von der Produkt- und Markenpiraterie betroffenen Produkte und die große Anzahl von Volkswirtschaften, die am Export dieser Waren beteiligt sind, deuten darauf hin, dass die Produkt- und Markenpiraterie im internationalen Handel eine erhebliche Rolle spielt. Die Konstruktion eines Systems produktspezifischer und volkswirtschaftsspezifischer Propensitätsgrade kann hierüber näheren Aufschluss geben.

4.1.5.1 Propensitätsgrad-Analyserahmen

Dem Propensitätsgrad-Analyserahmen liegt im Wesentlichen folgende Überlegung zu Grunde: Ist es möglich, den Grad der Propensität zu ermitteln, mit der verschiedene Kategorien rechtsverletzender Produkte aus verschiedenen Herkunftsvolkswirtschaften importiert werden, so können diese Propensitätsgrade auf die vorhandenen Statistiken über den internationalen Handel angewendet werden, um so das Ausmaß der Produkt- und Markenpiraterie insgesamt zu schätzen. In diesem Zusammenhang beziehen sich die Propensitäten daher auf die Wahrscheinlichkeit, mit der eine bestimmte Kategorie gefälschter oder unerlaubt kopierter Produkte aus einem bestimmten Handelspartnerland importiert wird.

Die Schätzung von Propensitätsgraden ist für sich betrachtet natürlich schon ein schwieriges Unternehmen. Wie in Kapitel 2 ausgeführt, werden die Propensitätsgrade von einer Reihe produktspezifischer und institutioneller Bestimmungsfaktoren beeinflusst, die in den einzelnen Volkswirtschaften auf unterschiedliche Art und Weise zwischen den einzelnen Produktkategorien interagieren. Im Rahmen der vorliegenden Analyse werden die Propensitätsgrade, mit denen rechtsverletzende Waren aus den verschiedenen Handelspartnerländern importiert werden, auf der Basis von Beschlagnahmedaten konstruiert (Kasten 4.2).

Kasten 4.2 Propensitäten

Die Statistiken über Zollbeschagnahmen liefern Informationen über den relativen Importanteil verschiedener Arten rechtsverletzender Produkte und deren Herkunft. Statistiken dieser Art können daher auch Erkenntnisse bringen, die bei der Schätzung der Propensitäten von Produkt- und Markenpiraterieaktivitäten im internationalen Handel hilfreich sein könnten. Zur Vollständigkeit müssten die Zollbehörden jedoch das ganze Spektrum rechtsverletzender Produkte aufgreifen, und dies in einer Art und Weise, aus der die tatsächlichen Proportionen der Importe aus den Herkunftsvolkswirtschaften ersichtlich sind. Um aussagekräftig zu sein, müssten diese Daten von einer signifikanten Anzahl von Volkswirtschaften übermittelt werden.

Im Hinblick auf die vorliegende Analyse sind die Daten der Zollbehörden mit einer Reihe von Mängeln behaftet. Einerseits wurden von einigen Zollbehörden sehr detaillierte Daten über die spezifische Art der aufgegriffenen Produkte geliefert, nicht jedoch über die Herkunftsvolkswirtschaften der Waren. Von anderen Zollbehörden wiederum wurden detaillierte Daten über die Herkunft der importierten rechtsverletzenden Produkte geliefert, nicht jedoch über die Art der beschlagnahmten Produkte. Von einigen an der Umfrage teilnehmenden Volkswirtschaften wurde zwar das ganze Spektrum von Informationen geliefert, die für die Durchführung der Propensitätsanalyse erforderlich sind, doch war die Zahl dieser Länder gering, und im Allgemeinen handelte es sich dabei um relativ kleine Volkswirtschaften. Um eine möglichst große Datenmenge nutzen zu können, werden Produkte und Herkunftsvolkswirtschaften daher getrennt behandelt¹.

1. Wegen Empfehlungen über die Verbesserung der Gewinnung und Übermittlung von Daten über Produkt- und Markenpiraterie, vgl. Teil I, Kapitel 6 dieser Studie.

Um die verfügbare Datenmenge zu erhöhen, werden in der Analyse Daten aus Beschlagnahmen verwendet, die auf unterschiedliche Arten erfasst wurden, z.B. wertmäßig, als Aufgriffe, Zahl der beschlaggenommenen Artikel oder Nummern der HS-Unterkategorien (sechsstellig). Dies könnte zwar auf einen allgemeinen Mangel an Kohärenz bei der Analyse schließen lassen, doch ist an dieser Stelle besonders hervorzuheben, dass 1. die Beschlagnahmen in Bezug auf jede an der Umfrage teilnehmende Volkswirtschaft so standardisiert sind, dass Unterschiede zwischen einzelnen Volkswirtschaften im Hinblick auf die Erfassungsgrundsätze die Vergleichbarkeit nicht beeinträchtigen, und dass 2. die Korrelationskoeffizienten zwischen auf unterschiedlicher Basis berechneten Beschlagnahmeprozentsätzen in jedem Fall sehr hoch sind (vgl. Anhang 4.A1).

Die größtmögliche Nutzung von Daten wird zudem durch die Anwendung eines verallgemeinerten Konzepts gewährleistet, bei dem die Propensitätsgrade von Produkten, gefälscht zu werden, und die Propensität von Volkswirtschaften, Herkunftsort gefälschter Produkte zu sein, getrennt analysiert werden. Dies wirkt sich dahingehend aus, dass der Datenerfassungsgrad sowohl bei den Produkten als auch bei den Herkunftsvolkswirtschaften stark erhöht wird und sich hierdurch die Verlässlichkeit der Schätzergebnisse insgesamt verbessert. Leider verringert sich hierdurch aber auch der Detailliertheitsgrad der Analyse, d.h. die für die einzelnen an der Umfrage teilnehmenden Volkswirtschaften typischen Muster des Handels mit gefälschten Produkten werden, was die Produktkategorien und auch die Handelspartnerländer betrifft, nicht gleichzeitig berücksichtigt, so dass die Ergebnisse statistische Verzerrungen enthalten. Auf Grund des breiten Spektrums der Analyse wiegen jedoch die Vorteile des Datenumfanges per saldo die Nachteile von Verzerrungen auf.

4.1.5.2 Propensität des Imports rechtsverletzender Waren

Unter ansonsten gleichen Bedingungen wäre zu erwarten, dass der Prozentsatz der Beschlagnahmen rechtsverletzender Produkte dem relativen Anteil des Volumens der betreffenden Produktkategorie am internationalen Handel entspricht; wenn z.B. das Handelsvolumen von T-Shirts größer ist als das von Zigaretten, so wäre zu erwarten, dass auch die Zahl der beschlaggenommenen gefälschten T-Shirts vergleichsweise höher liegt als die von Zigaretten. Unter Berücksichtigung der Beschlagnahmeprozentsätze aus Tabelle 4.1 betrug der Anteil von Kleidung und Bekleidungszubehör 30,6% aller Beschlagnahmen, der von Tabak dagegen nur 5,4%. Im Verhältnis zum gesamten Handelsvolumen dieser Produktkategorien liegt der Prozentsatz beschlagnehmter Zigaretten jedoch etwa um das 18-Fache höher als der Anteil von Tabakprodukten am Welthandel (0,3%), wohingegen der von beschlagnehmter Kleidung und Bekleidungszubehör nur um das 11-Fache höher ist als der Weltmarktanteil dieser Warenkategorie (2,8%). Im Verhältnis zum tatsächlichen weltweiten Handelsvolumen wird mit gefälschten Zigaretten daher intensiver gehandelt als mit gefälschter Kleidung und Bekleidungszubehör; Zigaretten haben somit im internationalen Handel gegenüber Kleidung und Bekleidungszubehör eine höhere Fälschungspropensität⁸.

4.1.5.2.1 Faktoren der Fälschungspropensität: Produkte

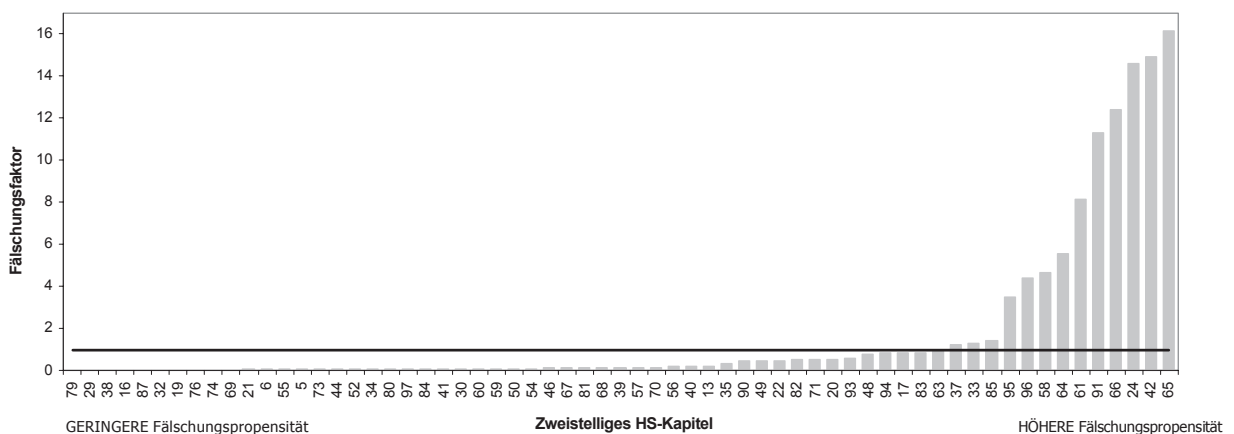
Um eine aussagekräftigere Messgröße der Beschlagnahmeintensitäten zu erhalten und den Propensitätsgrad zu ermitteln, mit dem rechtsverletzende Produkte verschiedener Kategorien importiert werden, werden die Beschlagnahmeprozentsätze rechtsverletzender

8. Die industriespezifischen Fälschungspropensitäten werden in Teil I, Kapitel 2 als angebot- und nachfragebestimmende Faktoren analysiert.

Waren mit den Importanteilen der betreffenden zweistelligen HS-Produktkategorien in Relation gesetzt. Dies erfolgt auf Basis der einzelnen Volkswirtschaften, so dass den produktspezifischen Handelsströmen jeder an der Umfrage teilnehmenden Volkswirtschaft nach Handelspartnern aufgeschlüsselt Rechnung getragen wird. Dann wird eine allgemeine Rangfolge erstellt (Anhang 4.A2). Diese ist aus Abbildung 4.2 ersichtlich, die die 64 sensiblen Produktkategorien nach ihrem allgemeinen Fälschungsfaktor darstellt.

Die rechtsverletzenden Aktivitäten scheinen bei den Produkten des Kapitels 65 (Kopfbedeckungen und Teile davon) im Verhältnis zu ihrem Anteil am Gesamthandelsvolumen am intensivsten zu sein. Der globale Beschlagnahmeprozentsatz, der auf rechtsverletzende Produkte dieser Kategorie entfällt, ist in der Tat um das 16-Fache höher als der Anteil der Kategorie am Welthandel. Es folgen: Kapitel 42 (Lederwaren, [...], Reiseartikel, Handtaschen, etc.), 24 (Tabak und verarbeitete Tabakersatzstoffe), 66 (Regenschirme, Sonnenschirme, Gehstöcke, Sitzstöcke, Peitschen, Reitpeitschen und Teile davon), 91 (Uhrmacherwaren), 61 und 62 (Kleidung und Kleidungszubehör) sowie 64 (Schuhe und Gamaschen). Die schwarze Linie entspricht einem globalen Fälschungsfaktor von 1, d.h. dem Fall, in dem der Beschlagnahmeprozentsatz den Anteil der Produktkategorie am Welthandel widerspiegelt.

Abbildung 4.2 **Allgemeine Fälschungsfaktoren**
Verhältnis Beschlagnahmeanteil des Produkts/Handelsvolumen



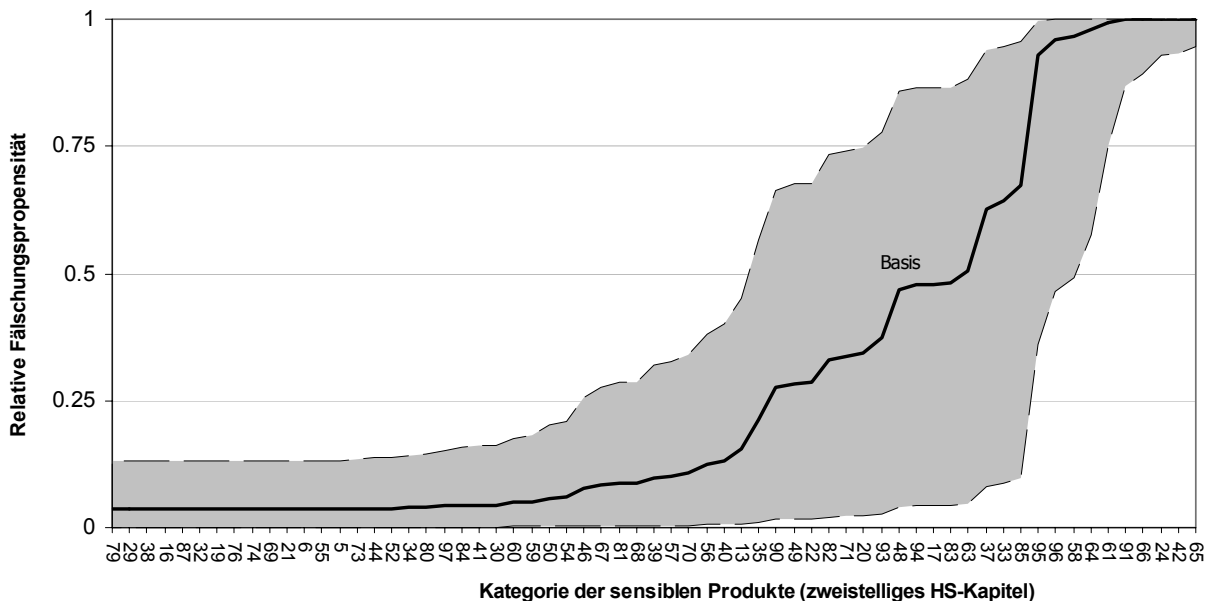
Anmerkung: Die allgemeinen Fälschungsfaktoren werden auf der Basis eines gewichteten Durchschnitts der Beschlagnahmeprozentsätze im Verhältnis zu dem für jede an der Umfrage teilnehmende Volkswirtschaft kalkulierten Handelsvolumen konstruiert. Die Gewichtungen werden nach dem Anteil der jeweiligen Volkswirtschaft am Gesamthandel mit sensiblen Gütern bestimmt. Ein Fälschungsfaktor von 1 (schwarze Linie) bedeutet, dass der Anteil beschlagnahmter gefälschter Waren des betreffenden HS-Kapitels dem Anteil des Kapitels am weltweiten Handelsvolumen entspricht. Ein Fälschungsfaktor über 1 bedeutet, dass die Fälschungsintensität gegenüber dem Handelsvolumen der Kategorie hoch ist, wohingegen sie bei einem Faktor unter 1 gering ist.

4.1.5.2.2 Allgemeiner handelsbezogener Index der Produkt- und Markenpiraterie: Produkte

Um das Ausmaß der Produkt- und Markenpiraterie am Welthandel zu ermessen, kann der oben beschriebene Fälschungsfaktor auf Statistiken über den internationalen Handel bezogen werden. Hierzu bedarf es jedoch einer Reihe von Arbeitshypothesen. Die Konstruktion eines General Trade-Related Index of Counterfeiting for products (GTRIC-p), d.h. eines allgemeinen handelsbezogenen Index der Produkt- und Markenpiraterie für Produkte, ist ein Versuch in dieser Richtung.

Mit GTRIC-p soll die relative Propensität erfasst werden, mit der international gehandelte Produkte im Verhältnis zu ihrem Gesamthandelsvolumen gefälscht und/oder unerlaubt kopiert werden, wobei eine gewisse Anzahl bekannter statistischer Verzerrungen (Einzelheiten hierüber in Anhang 4.A2) berücksichtigt wird. Der Index wird in der nachstehenden Abbildung als eine schwarze Linie dargestellt (Abb. 4.3). Da es sich bei GTRIC-p im Wesentlichen um eine Punktschätzung der relativen Fälschungspropensität für Produkte handelt, auf die hier als Basisindex verwiesen wird, ist aus der sie umgebenden Fläche der Bereich ersichtlich, in dem der „tatsächliche“ Index (mit einem Konfidenzniveau von 95%) sinken dürfte.

Abbildung 4.3 **Relativer Propensitätsindex für den Import gefälschter Waren der sensiblen Produktkategorien (GTRIC-p)**



Anmerkung: Die fette Linie zeigt den Basis- bzw. den erwarteten GTRIC(Produkte)-Index, wobei die umgebende Fläche das 95%ige Konfidenzintervall des Index angibt. Die vollständige Liste der GTRIC-p-Werte und die Konstruktion des Index sind in Anhang 4.A2 beschrieben.

GTRIC-p wird auf der Basis des zweistelligen HS-Codes konstruiert und steht für die relative Wahrscheinlichkeit der Produkte eines Warenkapitels, gefälscht zu werden. Da es in dieser Hinsicht innerhalb jedes Kapitels erhebliche Unterschiede zwischen den einzelnen Produkten geben könnte, sind die relativen Fälschungspropensitäten als Durchschnittswerte der Hunderte von Produkten zu betrachten, die von jedem der einzelnen Warenkapitel erfasst werden. Der Index als solcher zeigt z.B., dass die Produkte des HS-Kapitels 65 (Kopfbedeckungen) eine im Durchschnitt (und im Verhältnis zum Gesamt-handel mit diesen Produkten) um 155% höhere Fälschungspropensität haben als die des Kapitels 33 (Öle und Resinoide, zubereitete Riech-, Körperpflege- oder Schönheitsmittel). Wenn das absolute Ausmaß der Rechtsverstöße durch Produkte eines HS-Kapitels bekannt wäre, könnte daher anhand GTRIC-p eine Gesamtschätzung durchgeführt werden. Diese würde jedoch keinerlei Hinweis auf die geografischen Aspekte der Produkt- und Markenpiraterie enthalten, wie z.B. Handelsströme spezifischer Volkswirtschaften.

Das breite Produktspektrum könnte potenziell zu falschen Darstellungen führen. Einige HS-Kapitel könnten z.B. hohe Fälschungspropensitäten aufweisen, die in Wahrheit geringer sein müssten, oder umgekehrt. Solche Fehldarstellungen, die möglicherweise auch durch systematische Fehler in den Beschlagnahmestatistiken zustande kommen, könnten zu einer allgemeinen Verzerrung der relativen Fälschungspropensitäten führen. Bei der Konstruktion von GTRIC-p wird daher eine Technik angewendet, die diese Differenzen zwischen den relativen Fälschungspropensitäten der einzelnen HS-Kapitel glättet. Grundsätzlich bedeutet dies, dass sich gegenüber dem HS-Warenkapitel mit der höchsten Rechtsverletzungsintensität der Propensitätsgrad aller übrigen Warenkapitel erhöht. Schließlich wird dem Problem potenzieller Verzerrung durch Ausreißer insofern Rechnung getragen, als unterstellt wird, dass die Fälschungspropensitäten eine Normalverteilung aufweisen⁹ (Anhang 4.A2).

4.1.5.3 Propensität der Herkunftsvolkswirtschaften

4.1.5.3.1 Allgemeiner handelsbezogener Index der Produkt- und Markenpiraterie: Herkunftsvolkswirtschaften

Ähnliche Propensitäten können auch für die Herkunftsvolkswirtschaften errechnet werden. Dies erfolgt für alle an der Umfrage teilnehmenden Volkswirtschaften, indem die Beschlagnahmeprozentsätze der Herkunftsvolkswirtschaften durch den jeweiligen Anteil der an der Umfrage teilnehmenden Volkswirtschaften am Gesamtimportvolumen (aus den 145 bekannten) Herkunftsvolkswirtschaften dividiert werden. Wie bei den obigen Produktkategorien wird hiervon ausgehend ein allgemeiner handelsbezogener Index der Produkt- und Markenpiraterie für Volkswirtschaften konstruiert (GTRIC-e), der die relative Propensität des Imports rechtsverletzender Waren aus verschiedenen Volkswirtschaften anzeigt (Abb. 4.4) (vgl. Anhang 4.A3). Auf Grund der Tatsache, dass es sich auch bei GTRIC-e (wie bei GTRIC-p) um eine Punktschätzung der relativen Fälschungspropensitäten für Volkswirtschaften handelt, auf die hier auch als Basisindex verwiesen wird, ist aus der sie umgebenden Fläche der Bereich ersichtlich, in dem der „tatsächliche“ Index sinken dürfte (mit einem Konfidenzniveau von 95%).

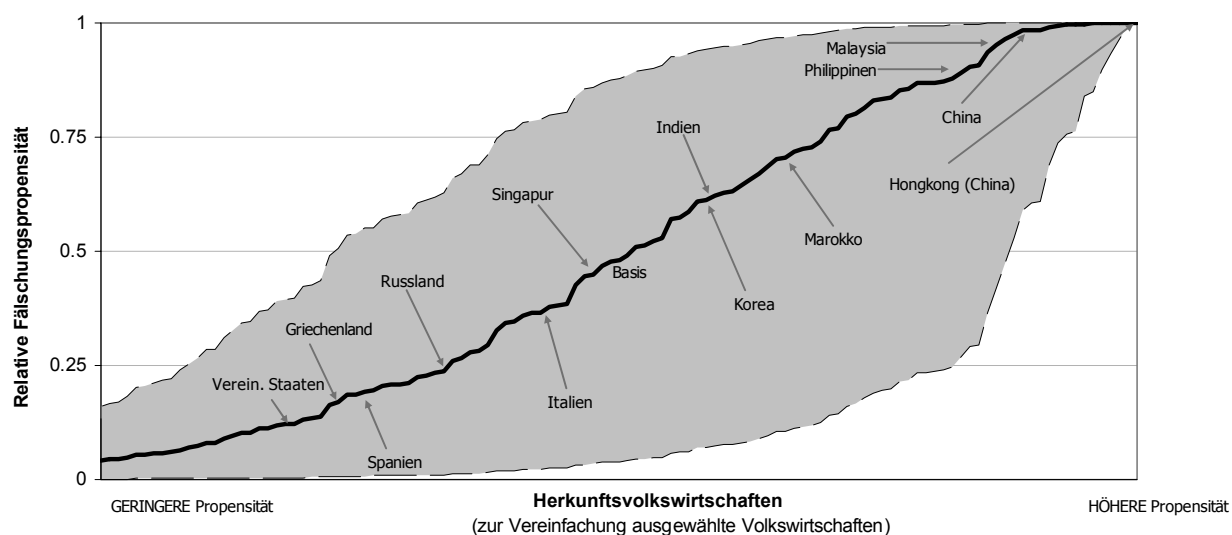
Die schwarze Linie in Abbildung 4.4 zeigt die relativen *Basis*-Propensitäten des Imports rechtsverletzender Waren aus einer Volkswirtschaft im Vergleich zu einer anderen. Sie zeigt z.B. an, dass die handelsbezogene Propensität des Imports gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte aus Hongkong (China) um 3% höher ist als aus China. Jedoch ist die Propensität der Einfuhr solcher Waren aus China um fast 800% höher als aus den Vereinigten Staaten. Aus der die schwarze Linie umgebenden Fläche ist der Bereich ersichtlich, in dem sich statistisch gesehen der „tatsächliche“ Index bewegen dürfte (mit einem Konfidenzintervall von 95%).

Wie bei GTRIC-p könnte die Rangfolge der Volkswirtschaften auch hier verzerrt sein. So haben die Zollbehörden beispielsweise bestimmte Herkunftsvolkswirtschaften besonders im Visier, was deren Rang tendenziell überzeichnen würde. Bei dem Index wird daher dieselbe Glättungstechnik verwendet wie bei Produkten, so dass auf weniger häufig anzutreffende Herkunftsvolkswirtschaften vergleichsweise höhere Fälschungspropensitäten angewendet werden. Potenziellen Verzerrungen durch Ausreißer wird zudem Rechnung getragen, indem unterstellt wird, dass die Fälschungspropensitäten eine Normalverteilung aufweisen¹⁰.

9. Es wird unterstellt, dass GTRIC-p eine linksseitig gestutzte Normalverteilung aufweist. Einzelheiten hierzu in Anhang 4.A2.

10. Es wird unterstellt, dass GTRIC-e eine linksseitig gestutzte Normalverteilung aufweist. Einzelheiten in Anhang 4.A3.

Abbildung 4.4 Relativer Propensitätsindex für den Import gefälschter Produkte aus den Herkunftsvolkswirtschaften (GTRIC-e)



Anmerkung: Die fette Linie zeigt den Basis- bzw. den erwarteten GTRIC (Volkswirtschaften)-Index, wobei die umgebende Fläche das 95%ige Konfidenzintervall des Index angibt. Zur Veranschaulichung stellt die Abbildung nur die Position der ausgewählten Volkswirtschaften dar. Die vollständige Liste der GTRIC-e-Werte und die Konstruktion des Index sind in Anhang 4.A3 beschrieben.

4.1.5.3.2 Eigenschaften des Indikators GTRIC-e

Da mit dem GTRIC-e die relativen Propensitäten der Volkswirtschaften geschätzt werden, Herkunftsort gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte zu sein, ist es von Nutzen, ihn mit anderen volkswirtschaftsspezifischen Indikatoren zu vergleichen, die potenziell mit Produkt- und Markenpiraterie in Zusammenhang stehen. Dies könnte zunächst einmal helfen, die Beziehung zwischen dem GTRIC-e und anderen makroökonomischen Variablen etwas zu erhellen, und schließlich auch zu einem besseren Verständnis der Produkt- und Markenpiraterie ganz allgemein verhelfen.

Unterstellt man, dass die Binnenproduktion rechtsverletzender Produkte positiv mit ihrem Export korreliert (d.h. dass bedeutende Hersteller auch wichtige Exporteure dieser Produkte sind) und dass die tatsächlichen Exportintensitäten der Produkt- und Markenpiraterieaktivitäten in den einzelnen Volkswirtschaften durch den GTRIC-e präzise dargestellt werden, so wäre zu erwarten, dass der Index teilweise von der Qualität und Effizienz der öffentlichen Institutionen beeinflusst wird. Der GTRIC-e müsste dann z.B. negativ mit dem Grad der Strenge der gesetzlichen Bestimmungen und der Durchsetzung der Rechte des geistigen Eigentums¹¹ und positiv mit dem Korruptionsniveau korrelieren. Da zudem oft behauptet wird, Produkt- und Markenpiraterie stünden mit der wirtschaftlichen Entwicklung in Zusammenhang, müsste GTRIC-e auch mit dem wirtschaftlichen Entwicklungsstand korrelieren.

Die folgende Tabelle (Tabelle 4.3) zeigt die Korrelationskoeffizienten zwischen Basis-GTRIC-e und 1. der Strenge der Regelungen zum Schutz geistiger Eigentumsrechte (IPR), 2. einem Korruptionswahrnehmungsindex (CPI) und 3. dem wirtschaftlichen Entwicklungsstand, hier als Hilfsvariable das Pro-Kopf-BIP.

11. Wegen einer kurzen Erörterung der Beziehung zwischen der Strenge der Regelungen zum Schutz geistiger Eigentumsrechte und den Produkt- und Markenpiraterieaktivitäten, vgl. Kapitel 5, Kasten 5.1.

Tabelle 4.3 Korrelationskoeffizienten zwischen GTRIC-e und institutionellen/wirtschaftlichen Indikatoren

	GTRIC (Volkswirtschaften)		Institutionelle/wirtschaftliche Indikatoren				
	Basis	<i>n</i>	IPR (a)	IPR (b)	CPI	BIP	
IPR (a)	-0.28	54	1.00				
IPR (b)	-0.30	77	0.49	1.00			
CPI	0.31	103	-0.69	-0.61	1.00		
BIP	-0.33	114	0.73	0.61	-0.90	1.00	
			<i>n</i>	63	103	123	134

Anmerkung: IPR dient der Messung der Qualität des Schutzes der geistigen Eigentumsrechte: IPR (a) basiert auf Rapp und Rozek (1990) und IPR (b) auf der aktuelleren Untersuchung Ostergards (2000), bei der auch die Durchsetzung der Bestimmungen berücksichtigt wurde. CPI entspricht (-1) mal dem von Transparency International (2005) gemessenen Korruptionswahrscheinlichkeitsindikator, und das Pro-Kopf-BIP basiert auf UNSD. Die Zahl der Volkswirtschaften, auf deren Basis die Korrelationskoeffizienten errechnet wurden, ist durch *n* angegeben.

Die Koeffizienten der Korrelation zwischen GTRIC-e und den Indikatoren für Institutionen/Wirtschaft – IPR (a) und (b), CPI und BIP – tragen alle das zu erwartende Vorzeichen, sind aber nicht so aussagekräftig wie erwartet. Der Tabelle zufolge scheinen die Produkt- und Markenpiraterieaktivitäten jedoch in Hocheinkommensvolkswirtschaften geringer zu sein, desgleichen in Volkswirtschaften mit strengen Regelungen zum Schutz geistiger Eigentumsrechte und geringem Korruptionsgrad.

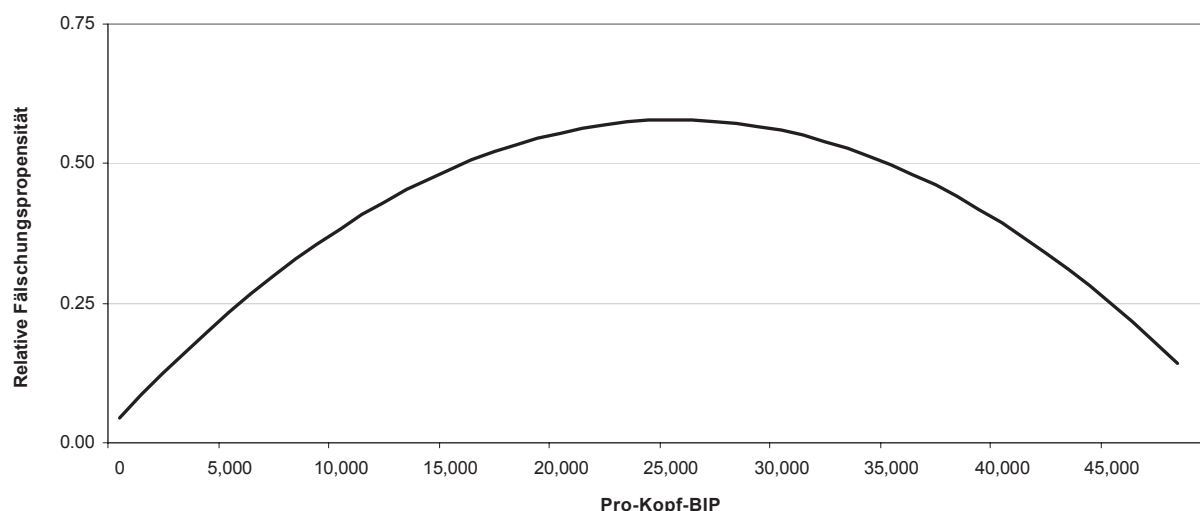
Eine einfache Regressionsanalyse (normale Kleinst-Quadrate-Methode) deutet darauf hin, dass zwischen GTRIC-e und Pro-Kopf-BIP eine besonders enge Beziehung besteht (Tabelle 4.4). In gewissem Maße stützen diese Ergebnisse das Argument, dass die Beziehung zwischen Produkt- und Markenpiraterieaktivitäten und dem wirtschaftlichen Entwicklungsstand durch eine umgekehrte U-Kurve dargestellt werden kann.

Tabelle 4.4 Relation zwischen GTRIC-e und Pro-Kopf-BIP

Abhängige Variable: GTRIC-e	Koeffizient	Standardabweichung	Konfidenzintervall 95%	
Pro-Kopf-BIP	0.04410***	0.00677	0.03069	0.05751
Pro-Kopf-BIP (quadriert)	-0.00084***	0.00020	-0.00124	-0.00044
Beobachtungen	115			
Korrelationskoeffizient R ²	0.322			
Bereinigter R ²	0.310			

Anmerkung: *** bedeutet ein Signifikanzniveau von 1%. Das Pro-Kopf-BIP wird in Tausend gemessen. Es wurde keine Konstante aufgenommen, weil unterstellt wurde, dass bei einem Pro-Kopf-BIP gleich null keine Produkt- und Markenpiraterie existiert.

Die umgekehrte U-Kurve könnte sich dadurch erklären, dass Volkswirtschaften mit niedrigem Einkommen im Allgemeinen nicht über das Kapital und die technologischen Kapazitäten verfügen, um ein breites Spektrum von Produkten herzustellen, so dass auch ihren Möglichkeiten Grenzen gesetzt sind, rechtsverletzende Produkte herzustellen. Mit fortschreitender Entwicklung und zunehmendem Wohlstand erhöht sich auch die Produktions- und Technologiekapazität einer Volkswirtschaft, und dies hat Auswirkungen auf ihre Möglichkeiten, in größerem Maßstab rechtsverletzende Aktivitäten wahrzunehmen. Der Ausbau der institutionellen Kapazitäten – insbesondere die Erweiterung der Regelungen zum Schutz der Rechte des geistigen Eigentums und der Modalitäten ihrer Durchsetzung – hält jedoch tendenziell nicht mit der wirtschaftlichen Entwicklung Schritt, was günstige Bedingungen für rechtsverletzende Aktivitäten schafft. Mit zunehmendem Wohlstand und wachsender wissenschaftlicher Ausrichtung einer Volkswirtschaft erhält jedoch die Rolle des Schutzes geistiger Eigentumsrechte mehr Gewicht, und die Gesetze sowie deren Durchsetzung in diesen Bereichen werden strenger. Angesichts der Regressionskoeffizienten in Tabelle 4.4 ist davon auszugehen, dass eine Volkswirtschaft diesen Wendepunkt ab einem Pro-Kopf-BIP von etwa 25 000 US-\$ erreicht (Abb. 4.5).

Abbildung 4.5 **Vorausberechnete Relation zwischen der Basis-Fälschungspropensität und dem Pro-Kopf-BIP**

Anmerkung: Trotz seiner verallgemeinerten Konstruktion und seiner Basishypothesen scheint der GTRIC-e-Index wichtige und zutreffende Elemente allgemeiner Produkt- und Markenpiraterieaktivitäten in den einzelnen Volkswirtschaften zu erfassen, auf die er sich bezieht.

4.1.5.3.3 Schätzungen der Größenordnungen anhand der Propensitäten der Herkunftsvolkswirtschaften

Ähnlich wie im Fall der Produktkategorien ist es anhand von GTRIC-e – d.h. auf der Basis der Herkunftsvolkswirtschaften anstatt der Basis sensibler Waren – möglich, das Gesamtausmaß der Produkt- und Markenpiraterie im Welthandel zu schätzen. Voraussetzung hierfür ist allerdings die Möglichkeit, Erkenntnisse über das Ausmaß der Produkt- und Markenpiraterie in einer Volkswirtschaft zu generieren. Bei allein auf GTRIC-e basierenden Schätzungen werden die produktspezifischen Handelsströme zudem außer Acht gelassen.

4.1.5.4 Allgemeine Propensität, rechtsverletzende Produkte zu importieren

Die Anwendung der relativen Propensitätsindizes auf der Basis von Produkten und Volkswirtschaften (GTRIC-p bzw. GTRIC-e) dient als Grundlage, um das Ausmaß der Produkt- und Markenpiraterie im Welthandel zu bestimmen. Wie weiter oben ausgeführt, ist die Aussagekraft der Indizes jedoch begrenzt, und genauere Informationen über den internationalen Handel mit gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten lassen sich gewinnen, wenn beide Indikatoren miteinander kombiniert werden.

Diesbezüglich ist zu betonen, dass der aus der Verknüpfung von GTRIC-p und GTRIC-e resultierende Index nicht den Unterschieden Rechnung trägt, die in Bezug auf die Rechtsverletzungsintensität bei einzelnen Produktarten zwischen den Volkswirtschaften existieren können (Kasten 4.3). So kann das Importvolumen bestimmter gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte aus bestimmten Volkswirtschaften beispielsweise besonders groß sein, aus anderen dagegen geringer. Es wäre zwar wünschenswert, über einen Index zu verfügen, der diese „Rechtsverletzungsspezialisierung“ oder -konzentration berücksichtigt, und es wäre durchaus möglich, einen solchen Index zu konstruieren¹², doch wären hierzu

12. Ein Beispiel für solch einen Index ist der Aggregated Trade-Related Index of Counterfeiting (ATRIC), der in Kapitel 5 vorgestellt wird. Dieser Indikator basiert jedoch auf Daten für eine ganz begrenzte Zahl von Volkswirtschaften und eignet sich nicht für eine Analyse über das Ausmaß der Produkt- und Markenpiraterie im Welthandel.

Kasten 4.3 Verallgemeinerung des GTRIC

Die Verallgemeinerung des GTRIC führt zu Verzerrungen und ergibt einen überhöhten Welthandelsanteil rechtsverletzender Produkte

Da die Konstruktion des GTRIC auf unabhängigen Analysen der Produktbeschlagnahmen und Herkunftsvolkswirtschaften basiert, geht der Index für den gesamten Handel mit gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten von einer verallgemeinerten Struktur aus. Dies bedeutet im Wesentlichen, dass es bei dem Modell zwar möglich ist, je nach Rechtsverletzungsintensität der betreffenden Herkunftsvolkswirtschaft (wie durch GTRIC-e gegeben) höhere oder niedrigere Propensitäten des Imports gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte zu erhalten, die relative Struktur dieser gehandelten rechtsverletzenden Produkte (durch GTRIC-p gegeben) aber unabhängig von der Herkunftsvolkswirtschaft identisch ist.

Die Tatsache, dass bestimmte gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte u.U. häufiger aus bestimmten Volkswirtschaften kommen, bewirkt eine Verzerrung des GTRIC. Die Verzerrung dürfte vom Durchschnitt her gesehen dazu führen, dass die allgemeine Rolle der Produkt- und Markenpiraterie im internationalen Handel überzeichnet wird. Dies ist durch die Tatsache bedingt, dass für *alle* Volkswirtschaften, die von den Zollbehörden als Herkunftsort ermittelt wurden, unterstellt wird, dass sie gefälschte Produkte *aller* sensiblen Warenkategorien exportieren, d.h. entsprechend der verallgemeinerten durch GTRIC-p gegebenen Fälschungspropensität. Hierdurch könnte zwar das Exportvolumen spezifischer gefälschter Waren aus bestimmten Volkswirtschaften zu niedrig angesetzt sein, vor allem wenn die betreffenden Produkte Kategorien mit relativ geringer Propensität angehören, doch dürfte dies durch den Gesamtexport gefälschter Waren, für den unterstellt wird, dass er in allen anderen sensiblen Produktkategorien vorkommt, im Durchschnitt bei weitem aufgewogen werden. Sollte es im Extremfall einige Volkswirtschaften geben, die bedeutende Exporteure mehrerer gefälschter Produkte mit geringer Propensität sind, sowie von Produkten, deren Propensität als hoch gilt, würde das zu niedrig angesetzte Niveau tendenziell durch die große Anzahl von Volkswirtschaften aufgewogen werden, deren Exportvolumen gefälschter Waren zu hoch geschätzt wird.

detaillierte Beschlagnahmedaten erforderlich (Anhang 4.A1). Der hier als GTRIC bezeichnete kombinierte Index ist daher ein globaler Index, der einer groben Schätzung der relativen Propensitäten dient, mit denen aus einigen spezifischen Volkswirtschaften importierte Produkte bestimmter Kategorien gefälscht und/oder unerlaubt kopiert werden (Anhang 4.A4).

Der Index selbst kann als eine Matrixtabelle dargestellt werden, in der die Herkunftsvolkswirtschaften in den Zeilen aufgeführt sind und die zweistelligen HS-Kapitel in den Spalten (Anhang 4.A4). Jedes Matrixelement, d.h. jeder GTRIC-Wert, steht für die relative Propensität einer gegebenen Herkunftsvolkswirtschaft, rechtsverletzende Produkte eines gegebenen HS-Kapitels zu exportieren. Besonders hervorzuheben ist, dass es sich bei diesen Propensitäten um relative Werte handelt, die ihr Verhältnis zueinander zum Ausdruck bringen, und dass GTRIC somit an sich keinerlei Information über das absolute Ausmaß der Produkt- und Markenpiraterie im Welthandel liefert. Der Index sollte stattdessen als ein Instrument betrachtet werden, mit dem es möglich ist, zu einer genaueren Einschätzung des Problems zu gelangen.

4.2 Verwendung der Propensitätsgrade zur Messung der Produkt- und Markenpiraterie im internationalen Handel

Mit GTRIC lässt sich das Gesamtausmaß der Produkt- und Markenpiraterie im Welthandel zwar nicht direkt messen, doch liefert dieser Index Relationen, die diesbezüglich hilfreich sein können. Insbesondere wäre es möglich, anhand einer Evaluierung des GTRIC auf der Basis von Inputs in Form der Exportraten spezifischer gefälschter Waren sämtlicher Produktkategorien und Herkunftsvolkswirtschaften Gesamtschätzungen durchzuführen (die alle Produkte und alle Volkswirtschaften erfassen). Leider sind derartige Exportraten, die im Folgenden als Modellierungsfixpunkte bezeichnet werden, nicht ohne weiteres verfügbar.

GTRIC kann indessen dazu genutzt werden, eine „Obergrenze“ des internationalen Handels mit gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten zu schätzen. Dieser Ansatz stützt sich auf die Bestimmung eines Fixpunkts, der die Obergrenze der Exporte gefälschter Waren (in Prozent) aus den Volkswirtschaften bildet, in denen die Produkt- und Markenpiraterie am stärksten ausgeprägt war¹³. Dem Modell entsprechend bezieht sich der Fixpunkt generell auf gefälschte Kleidung, Lederwaren und Tabakwaren, die von sich entwickelnden Volkswirtschaften Asiens exportiert werden. Ursprünglich wurde den betreffenden Warenkategorien ein relativ hoher Exportanteil gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte in Höhe von 20% zugeschrieben, und auf dieser Basis wurden dann die Implikationen für andere Produktkapitel und Volkswirtschaften geschätzt.

Das Augenmerk lag vor allem auf den Implikationen für die Produkte des HS-Kapitels 85, das nicht nur einen hohen Anteil am Welthandel stellt (über 14%), sondern auch eine ganze Reihe von Warenarten einschließt, deren Handelsvolumen beachtlich ist, deren Fälschungspropensität theoretisch als gering gilt und für die es kaum Befunde über weit verbreitete Produkt- und Markenpiraterieaktivitäten im Welthandel gibt. Beispiele für solche Produkte sind u.a. elektronische integrierte Schaltkreise, Übertragungs- und Radarausrüstungen, elektrische Kabel, Fernsehgeräte, TV-Kameras und Teile davon, die als Gruppe gesehen über 50% des Gesamthandels der in Kapitel 85 enthaltenen Produkte ausmachen¹⁴.

Ein Fixpunkt von 20% würde bedeuten, dass durchschnittlich 20% der von rechtsverletzungsintensiven Volkswirtschaften exportierten Kleidung, Lederwaren und Tabakwaren gefälscht wären. An der GTRIC-Basis würde dies implizieren, dass die Exporte von in Kapitel 85 enthaltenen gefälschten Produkten durchschnittlich zu 12-13% aus Volkswirtschaften wie China, Hongkong (China), den Philippinen und Chinesisch Taipeh kommen. Die Exporte gefälschter Produkte aus Italien und Spanien würden durchschnittlich einem Anteil von etwa 5% bzw. 3% entsprechen.

-
13. Der Fixpunkt ermöglicht die Schätzung einer absoluten Propensität zum Export gefälschter Waren aller HS-Kapitel und aller Volkswirtschaften. Die Ermittlung der Propensität erfolgt im Wesentlichen durch Multiplikation des Fixpunkts mit dem Produkt aus der Fälschungspropensität für Produkte (wie in Abb. 4.3 durch GTRIC-p gegeben) und der Fälschungspropensität für die betreffende Volkswirtschaft (in Abb. 4.4 durch GTRIC-e gegeben). So würde sich im Fall Hongkongs (China), dessen GTRIC-e-Wert nahezu 1 beträgt, bei Multiplikation der linken Achse mit dem Fixpunkt für GTRIC-p z.B. ein Prozentsatz gefälschter Exportgüter ergeben, der genau dem Wert entspricht, wie er in Abbildung 4.3 für diese Volkswirtschaft angegeben ist (d.h. 20% anstatt 1, wenn der Fixpunkt 20% wäre).
 14. Beispiele für in Kapitel 85 enthaltene Produkte sind: Teile von Elektromotoren, elektrische Transformatoren, Elektromagnete, Batterien, von Hand zu führende Elektrowerkzeuge und elektromechanische Haushaltsgeräte, Rasierapparate, Scheibenwischer, Leuchten, Warmwasserbereiter, Mikrofone, Lautsprecher, Tonverstärkereinrichtungen, Videogeräte zur Bild- und Tonaufzeichnung oder -wiedergabe, Schallplatten, Bänder und ähnliche Aufzeichnungsträger, Computer-Software, Fernsehempfangsgeräte, Monitore, Sendegeräte und Radargeräte, Halbleiter, elektronische Schaltkreise usw.

Da die relativ hohen Raten von Exporten gefälschter Produkte sowohl theoretisch als auch auf der Basis anderer Befunde überzeichnet erschienen, wurde der Fixpunkt von 20% für unwahrscheinlich befunden und wurden weitere Simulationen mit 15%, 10% und 5% durchgeführt.

Bei einem Fixpunkt von 5% ergeben sich glaubwürdigere Exportprozentanteile gefälschter Produkte. Beim Handel mit Produkten des HS-Kapitels 85 würden z.B. die durchschnittlichen Exportanteile gefälschter Produkte der sich entwickelnden Volkswirtschaften Asiens bei rd. 3% liegen, und die der westlichen Volkswirtschaften zwischen 0,1% und 1,2%. Zu erwähnen ist, dass es sich bei diesen Anteilen um Durchschnittswerte aller in Kapitel 85 enthaltenen Produkte handelt; die Anteile einzelner Artikel innerhalb des Kapitels könnten daher wesentlich höher (oder geringer) sein. Bei den Waren, über die die meisten Befunde vorliegen, können die hohen Anteile gefälschter Exportprodukte daher aufrechterhalten werden.

Angesichts der modellbedingten Implikationen könnte ein Fixpunkt von 5% ein angemessenes Niveau sein, um das Ausmaß des Handels mit gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten zu bestimmen; es könnte aber auch größer sein. Da hier eine glaubwürdige „Obergrenze“ ermittelt werden sollte und zugleich das Problem der erheblichen Informationsdefizite in diesem Bereich zu lösen war, wurde ein Fixpunkt von 10% in Betracht gezogen.

Bei einem Fixpunkt von 10% würden die gefälschten Produkte aus China, Hongkong (China), Chinesisch Taipeh und den Philippinen, die in HS-Kapitel 85 enthalten sind, (auf GTRIC-Basis evaluiert) ausnahmslos nahe 6% erreichen.

Betrachtet man die spezifische Exportstruktur der Kapitel-85-Produkte dieser Volkswirtschaften, so fällt auf, dass sie ein sehr hohes Volumen von Produkten aufweist, die theoretisch eine geringe Fälschungspropensität haben, was vermuten lässt, dass ein mit 10% angesetzter Fixpunkt hoch ist. Die impliziten Exportraten gefälschter Waren für China und Hongkong (China) könnten z.B. dem überwiegenden Teil des gesamten Exportvolumens dieser beiden Volkswirtschaften entsprechen, was CDs, DVDs (mit und ohne Aufzeichnungen), Software, Fernsprechapparate, Mikrofone, Lautsprecher, Verstärker und Batterien betrifft, und noch Raum lassen für nicht unerhebliche Exportmengen gefälschter Produkte anderer Kategorien des HS-Kapitels 85.

Tabelle 4.5 sind die durchschnittlichen (Basis-)Exportraten der in HS-Kapitel 85 enthaltenen gefälschten Produkte zu entnehmen, die sich je nach dem gewählten Fixpunktniveau ergeben.

Globaler betrachtet würde ein Fixpunktniveau von 10% bedeuten, dass etwa 5% aller aus Hongkong (China) und China exportierten Güter gefälscht sind. Entsprechend würden die gefälschten Exportprodukte Chinesisch Taipehs und der Philippinen einen durchschnittlichen Anteil von 3% und 4% aller Waren ausmachen. Abbildung 4.6 zeigt für mehrere Volkswirtschaften die durchschnittlichen (Basis-)Exportanteile gefälschter Waren sämtlicher HS-Kapitel anhand eines Fixpunktniveaus von 10%.

Bei einem Fixpunktniveau von 10% würde die Obergrenze des Werts sämtlicher gefälschter und unerlaubt kopierter Waren im Welthandel im Jahr 2005 etwa bei 100 Mrd. US-\$ liegen. Diese Schätzung bezieht sich indessen auf das Basisniveau des GTRIC ungeachtet der statistischen Variabilität des Index. Die Einbeziehung dieser statistischen Unsicherheit könnte zwar eine niedrigere Obergrenze ergeben, sie legt aber auch den Schluss nahe, dass die Obergrenze des Werts der gefälschten und unerlaubt kopierten Waren im internationalen Handel im Jahr 2005 bei bis zu 200 Mrd. US-\$ gelegen haben könnte (Anhang 4.A4).

Tabelle 4.5 Exporte und geschätztes (Basis-)Exportvolumen gefälschter Waren des HS-Kapitels 85

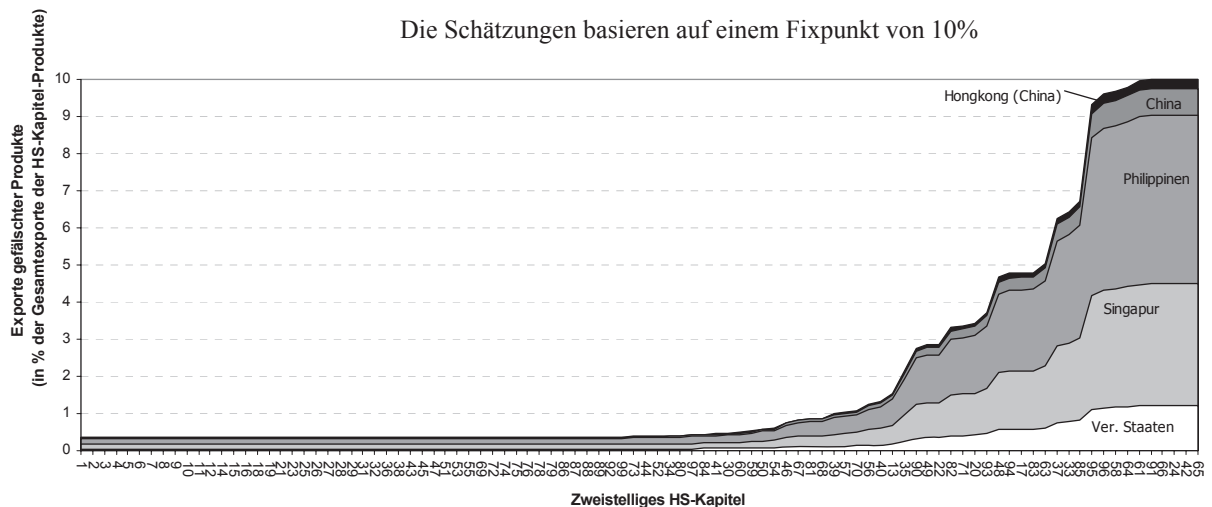
Herkunftsvolkswirtschaft	Registrierte Exporte von HS-85-Produkten (in % des gesamten Exportvolumens)	Durchschnittlicher (Basis-)Exportanteil gefälschter Produkte (in % des Handels mit HS-85-Produkten)		
		20%	Fixpunkt 10%	5%
China	25.1	13.1	6.6	3.3
Frankreich	8.6	1.0	0.5	0.2
Deutschland	10.6	0.6	0.3	0.1
Hongkong (China)	29.0	13.4	6.7	3.4
Italien	6.7	4.9	2.5	1.2
Philippinen	56.8	12.2	6.1	3.0
Singapur	32.7	6.1	3.0	1.5
Spanien	6.3	2.6	1.3	0.6
Chinesisch Taipeh	38.4	11.5	5.7	2.9
Vereinigtes Königreich	9.3	1.5	0.7	0.4
Vereinigte Staaten	14.7	1.6	0.8	0.4

Anmerkung: Die Tabelle zeigt die Exporte (in % des Gesamtexportvolumens) der in HS-Kapitel 85 enthaltenen Waren und die Höhe der durchschnittlichen Exportrate gefälschter Produkte (in % des Handels mit HS-Kapitel-85-Produkten) bei einem Fixpunktniveau von 5%, 10% und 20%. Die Exportraten gefälschter Produkte sind für die Basis- und für die Obergrenze-Arbeitshypothese angegeben.

Quelle: OECD und UNSD-OECD-Comtrade-Datenbank.

Die auf GTRIC-Basis approximierte Obergrenze der weltweit gehandelten gefälschten und unerlaubt kopierten Waren ist mit den allgemein niedrigen Raten der von den Zollbehörden aufgegriffenen gefälschten Waren kompatibel. Stützt man sich beispielsweise auf das Datenmaterial, das im Rahmen der OECD/WZO-Zollerhebung zur Verfügung gestellt wurde, so würde ein Welthandelsanteil gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte in Höhe von 200 Mrd. US-\$ bedeuten, dass von den Zollbehörden durchschnittlich nur 0,5% aller rechtsverletzenden die Grenze überschreitenden Produkte aufgegriffen werden.

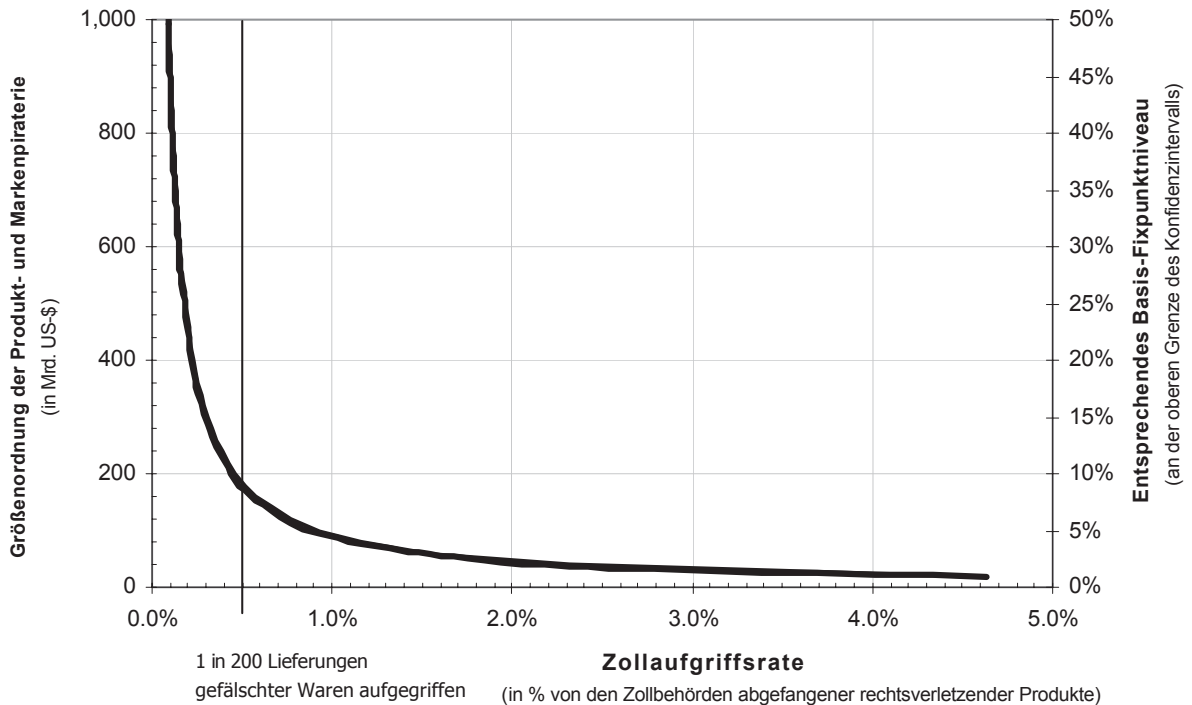
Abbildung 4.6 Durchschnittliches (Basis-)Exportvolumen gefälschter Produkte der HS-Kapitel, ausgewählte Volkswirtschaften



Anmerkung: Basis-Exportprozentätze gefälschter HS-Code-Produkte von: Hongkong (China), China, Philippinen, Singapur und Vereinigte Staaten. Diese Volkswirtschaften wurden hier nur zur Veranschaulichung gewählt.

Abbildung 4.7 zeigt die Relation zwischen den verschiedenen Aufgriffsraten und das Ausmaß, das gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte dementsprechend im Weltmarkt erreichen würden. Aus der Abbildung ist auch der jeweilige Fixpunkt ersichtlich, aus dem sich die an der oberen Grenze des Konfidenzintervalls evaluierte Obergrenze der Produkt- und Markenpiraterie ergeben würde.

Abbildung 4.7 **Größenordnung und Aufgriffsraten gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte**



Anmerkung: Die Berechnung der Relation zwischen der Höchstgrenze des Ausmaßes gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte im internationalen Handel und der Aufgriffsraten basiert auf der Erkenntnis, dass vom Zoll durchschnittlich 0,01% aller Importe abgefangen werden (vgl. Kapitel 3). Die Abbildung zeigt auch das Basis-Fixpunktniveau, das an der oberen Grenze des Konfidenzintervalls mit der geschätzten Größenordnung assoziiert ist.

4.2.1 Schätzung des weltweiten Ausmaßes der Produkt- und Markenpiraterie

Die Schätzung des weltweiten Ausmaßes der Produkt- und Markenpiraterie auf der Basis des internationalen Handels spiegelt die Situation nicht vollständig wider, da in ihr nicht die gefälschten und unerlaubt kopierten Produkte enthalten sind, die im Inland hergestellt und konsumiert werden, und auch nicht das enorme Volumen der unerlaubt kopierten digitalen Produkte, die über das Internet vertrieben werden. Fügt man diese Erzeugnisse hinzu, so könnte das Gesamtvolumen die oben genannten 200 Mrd. US-\$ durchaus um mehrere Hundert Milliarden übersteigen.

Eine genauere Erfassung des gesamten Ausmaßes der Produkt- und Markenpiraterie, unter Einbeziehung des Binnen- und Außenhandels, ist derzeit nicht möglich, was größtenteils durch die mangelnde Datenverfügbarkeit bedingt ist. Im Gegensatz zu den grenzüberschreitenden Märkten, wo die Zollbehörden als wertvolle Informationsquelle über die tatsächlichen Rechtsverletzungsaktivitäten fungieren, stehen nicht genügend Informationen über die Produkt- und Markenpiraterieaktivitäten auf den Inlandsmärkten zur Verfügung.

Wenn mehr Datenmaterial verfügbar wäre, könnten anhand des in Kapitel 2 vorgestellten, bei der obigen Analyse für den internationalen Handel angewendeten Propensitätsrahmens auf der Basis der nationalen Ausgabenstatistiken genauere Angaben zum Gesamtumfang der Produkt- und Markenpiraterie erarbeitet werden. Um diese Analyse zu erleichtern, müssten die Arbeiten zur Ermittlung von Propensitäten indessen vertieft werden.

Literaturverzeichnis

- Hald, A. (1952), *Statistical Theory with Engineering Applications*, John Wiley and Sons, New York.
- Ostergard, Robert L. (2000), "The Measurement of Intellectual Property Rights Protection", *Journal of International Business Studies*, Vol. 31, No. 2: 349-360.
- Rapp, R. und R. Rozek (1990), "Benefits and Costs of Intellectual Property Protection in Developing Countries", *Journal of World Trade*, Vol. 24, Ausgabe 5.
- Transparency International (2005), *Annual Report 2005*.

Kapitel 5

UNTERSUCHUNG DER WIRTSCHAFTLICHEN AUSWIRKUNGEN DER PRODUKT- UND MARKENPIRATERIE

5.1 Zusammenfassung

In diesem Kapitel werden die Auswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie auf die Wirtschaft untersucht. Zunächst wird ein Überblick über die allgemeinen sozioökonomischen Effekte gegeben, gefolgt von den Auswirkungen auf Rechteinhaber, Verbraucher und Staat. Anschließend werden die spezifischen Auswirkungen auf Entwicklungsländer erörtert.

Wie in Tabelle 5.1 gezeigt wird, sind die Effekte von Produkt- und Markenpiraterie vielfältiger Natur. Die Produkt- und Markenpiraterie kann weitreichende gesamtwirtschaftliche Auswirkungen in den Bereichen Handel, Auslandsinvestitionen, Beschäftigung, Innovation, Kriminalität und Umwelt haben. Auf mikroökonomischer Ebene hat sie Einfluss auf Umsatzvolumen, Preise und Kosten der Rechteinhaber sowie auf Investitionen, Lizenzgebühren und Markenwert. Für die Verbraucher stellen gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte u.U. eine kostengünstige Alternative zu den Originalprodukten dar, sie sind aber meist von minderer Qualität. Bei bestimmten Arten von rechtsverletzenden Produkten kann für den Verbraucher ein erhebliches Gesundheits- und Sicherheitsrisiko gegeben sein. Auf staatlicher Ebene wirkt sich die Produkt- und Markenpiraterie auf die Steuereinnahmen, die staatlichen Ausgaben und im Fall von Korruption auf die Effektivität der öffentlichen Institutionen aus.

Die in Tabelle 5.1 zusammengefassten potenziellen Auswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie sind in ihrer Art unterschiedlich; einige zeigen sich sofort, während andere mit zeitlicher Verzögerung und längerfristig zu Tage treten, also eher indirekter Natur sind. In Tabelle 5.2 ist der Zeithorizont angegeben, in dem die Effekte in den wichtigsten betroffenen Bereichen, die in Tabelle 5.1 aufgeführt sind, zum Tragen kommen.

Aufschlüsse über die relative Bedeutung der Effekte brachten Erhebungen bei staatlichen Stellen und einzelnen Branchen (OECD, 2005a und b). Sowohl von staatlichen Stellen als auch Unternehmensvertretern wurden am häufigsten Rentabilitätseinbußen als Effekt genannt, gefolgt von Gesundheits- und Sicherheitsbedenken. An dritter Stelle rangierte bei den befragten staatlichen Stellen die Kriminalität und bei den Unternehmensvertretern der Verlust an Verbrauchervertrauen.

Tabelle 5.1 **Übersicht über die wichtigsten potenziellen Auswirkungen von Produkt- und Markenpiraterie**

Betroffene Bereiche	Wichtigste potenzielle Auswirkungen
Allgemeine sozioökonomische Auswirkungen	
Innovation und Wachstum	<ul style="list-style-type: none"> – Minderung von Innovationsanreizen – Mögliche negative Effekte auf die mittel- und langfristigen Wachstumsraten
Kriminalität	<ul style="list-style-type: none"> – Verstärkter Kapitalzufluss an kriminelle Netzwerke, wodurch deren Einfluss auf die Wirtschaft zunimmt
Umwelt	<ul style="list-style-type: none"> – Mögliche Umweltbelastungen durch nicht normgerechte rechtsverletzende Produkte – Umweltauswirkungen bei der Entsorgung von Fälschungen und Nachahmungen
Beschäftigung	<ul style="list-style-type: none"> – Beschäftigungsverlagerung vom Rechteinhaber zu rechtsverletzenden Unternehmen, bei denen oftmals schlechtere Arbeitsbedingungen herrschen
Ausländische Direktinvestitionen	<ul style="list-style-type: none"> – Geringfügige negative Effekte auf das Niveau der Zuflüsse an ausländischen Direktinvestitionen; möglicher Einfluss auf die Struktur ausländischer Direktinvestitionen
Handel	<ul style="list-style-type: none"> – Negative Effekte auf den Handel mit Produkten bei denen Gesundheits- und Sicherheitsaspekte eine große Rolle spielen
Auswirkungen auf Rechteinhaber	
Umsatzvolumen und Preise	<ul style="list-style-type: none"> – Verringerung des Umsatzvolumens der Rechteinhaber – Abwärtsdruck auf die Preise
Markenwert und Firmenimage	<ul style="list-style-type: none"> – Erosion von Marken- und Unternehmenswert
Lizenzgebühren	<ul style="list-style-type: none"> – Verminderte Einnahmen der Rechteinhaber aus Lizenzgebühren
Unternehmensinvestitionen	<ul style="list-style-type: none"> – Nachteilige Auswirkungen auf FuE- und andere kreative Aktivitäten – Verringerung der Unternehmensinvestitionen
Kosten der Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie	<ul style="list-style-type: none"> – Kosten fallen an für 1. Ermittlungen, 2. Initiativen zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit, 3. technische Unterstützung staatlicher Stellen, 4. Gerichtsverfahren wegen Rechtsverletzungen und 5. Veränderungen an Produktverpackungen zur Vorbeugung gegen Produkt- und Markenpiraterie
Umfang der Geschäftstätigkeit	<ul style="list-style-type: none"> – Einschränkung der Geschäftstätigkeit der Rechteinhaber – Erhöhtes Konkursrisiko
Auswirkungen auf Verbraucher	
Gesundheits- und Sicherheitsrisiko	<ul style="list-style-type: none"> – Nicht normgerechte Produkte sind mit geringfügigen bis hin zu lebensgefährdenden Gesundheits- und Sicherheitsrisiken behaftet
Verbrauchernutzen	<ul style="list-style-type: none"> – Für Verbraucher, die unwissentlich gefälschte/unerlaubt kopierte Produkte kaufen, ist der Verbrauchernutzen in der Regel vermindert – Verbraucher, die wissentlich gefälschte/unerlaubt kopierte Produkte erwerben, sind in der Regel nicht in der Lage, die Qualität des Produkts richtig einzuschätzen; es besteht ein erhebliches Risiko, dass der Nutzen nicht den Erwartungen entspricht
Auswirkungen auf staatlicher Ebene	
Steuereinnahmen	<ul style="list-style-type: none"> – Geringere Abführung von Steuern und sonstigen Zahlungen (wie Sozialabgaben) durch die Rechteinhaber – Schwache Einnahmen aus Steuern und sonstigen Zahlungen von Fälschern/Produktpiraten
Kosten für Maßnahmen zur Bekämpfung von Produktpiraterie	<ul style="list-style-type: none"> – Kosten entstehen in Verbindung mit Maßnahmen zur Rechtsdurchsetzung und Initiativen zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit sowie für die Einrichtung und Unterhaltung eines Rechtsrahmens
Korruption	<ul style="list-style-type: none"> – Bestechung und Erpressung von öffentlichen Amtsträgern zur Unterstützung des Piraterie-Geschäfts schwächen die Effektivität öffentlicher Institutionen, die mit der Rechtsdurchsetzung und damit verbundenen staatlichen Aktivitäten betraut sind.

Tabelle 5.2 **Zeitprofil der wichtigsten potenziellen Auswirkungen von Produkt- und Markenpiraterie in Schlüsselbereichen**

	Kurzfristig	Mittel- und langfristig
Allgemeine sozioökonomische Auswirkungen		Innovation und Wachstum Kriminalität Umwelt Beschäftigung Ausländische Direktinvestitionen Handel
Auswirkungen auf Rechteinhaber	Umsatzvolumen und Preise Lizenzgebühren	Umsatzvolumen und Preise Markenwert und Firmenimage Unternehmensinvestitionen Kosten der Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie Umfang der Geschäftstätigkeit
Auswirkungen auf Verbraucher	Gesundheits- und Sicherheitsrisiko Verbrauchernutzen	Verbrauchernutzen
Auswirkungen auf staatlicher Ebene		Steuereinnahmen Kosten für Maßnahmen zur Bekämpfung von Produktpiraterie Korruption

5.2 Allgemeine sozioökonomische Auswirkungen

Die Produkt- und Markenpiraterie kann allgemeine sozioökonomische Auswirkungen haben, u.a. in folgenden Bereichen: 1. Handel, 2. ausländische Direktinvestitionen (ADI), 3. Innovation und Wachstum, 4. Beschäftigung, 5. Umwelt und 6. Kriminalität.

Die allgemeinen Auswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie auf die Wirtschaft wurden bisher nur in wenigen Studien untersucht. Das liegt z.T. daran, dass aus den einzelnen Bereichen der Wirtschaft keine konsistenten Datensätze zu diesem Problem vorliegen. Einen gewissen Einblick in die Materie liefern aber zumindest empirische Studien, in denen die Auswirkungen der Regulierungen in Bezug auf den Schutz geistiger Eigentumsrechte (IPR) auf gesamtwirtschaftlicher Ebene untersucht werden. Doch wenn gleich zwischen der Produkt- und Markenpiraterie und der Qualität dieser Regulierungen ein Zusammenhang besteht, geht es dabei streng genommen nicht um die gleiche Sache (Kasten 5.1); die Ergebnisse dieser Studien lassen sich folglich nicht direkt auf das Problem der Produkt- und Markenpiraterie übertragen. In den genannten Studien wird die Qualität des Schutzes geistiger Eigentumsrechte anhand einer Reihe von Indizes quantifiziert (Rapp und Rozek, 1990; Ginarte und Park, 1997; Ostergard, 2000); die Indizes werden anschließend in makroökonomischen Analysen angewandt.

Zur Unterstützung des OECD-Projekts über Produkt- und Markenpiraterie wurden Anstrengungen unternommen, die Zusammenhänge zwischen Produkt- und Markenpiraterie und den Wirtschaftsergebnissen expliziter zu beleuchten, und zwar durch die Entwicklung eines ökonomischen Modells, das die Auswirkungen in zwei Schlüsselbereichen – ausländische Direktinvestitionen und Handel – untersucht. Das verwendete Modell stützt sich hauptsächlich auf Angaben von Zollbehörden zu Beschlagnahmen (Kasten 5.2).

Kasten 5.1 Lässt ein schwacher Schutz geistiger Eigentumsrechte automatisch auf ein hohes Maß an Produkt- und Markenpiraterie schließen?

Zwar liegen mehrere Studien vor, die die Stärke der Regulierungen zum Schutz geistigen Eigentums zu den Wirtschaftsergebnissen in verschiedenen Ländern der Welt in Bezug setzen, doch ist bei Heranziehung der jeweiligen Ergebnisse zur Evaluierung des Ausmaßes von Produkt- und Markenpiraterie Vorsicht geboten. Der Zusammenhang zwischen der Stärke der Schutzrechte und der Produkt- und Markenpiraterie ist komplex, und Indikatoren für den bestehenden Grad der Durchsetzung geistiger Eigentumsrechte lassen nicht unbedingt auf Rahmenbedingungen schließen, die der Produkt- und Markenpiraterie förderlich sind. Ein Land mit einem niedrigen Wert bezüglich des Schutzgrads erweist sich nicht zwangsläufig als Herkunftsort zahlreicher Produktfälschungen. Umgekehrt könnten in einem Land, dessen Rechtssystem einen hohen Schutzgrad bietet, Produkt- und Markenpiraterie durchaus in größerem Rahmen betrieben werden.

Der Zusammenhang zwischen einer Reihe von Indikatoren für die Schutzrechte und dem Ausmaß der Produkt- und Markenpiraterie in einem gegebenen Land kann auf Grund von mindestens drei Faktoren variieren. Erstens sind für ein kommerziell betriebenes Piraterie-Geschäft neben durchlässigen Schutzbestimmungen weitere Elemente erforderlich, wie Kapitalstock, Infrastruktur und Vertriebskanäle. Zweitens kann es selbst in Ländern mit relativ starken Schutzrechten an einer hinreichend strikten Durchsetzung der Bestimmungen zur Verhinderung von Produkt- und Markenpiraterie mangeln; in den Indizes für die Schutzrechte spiegelt sich der Grad der Rechtsdurchsetzung nicht unbedingt wider. Drittens wird ein Index für den Schutz geistigen Eigentums vielleicht die allgemeine Qualität von Institutionen erfassen, was im Hinblick auf bestimmte Auswirkungen von Bedeutung sein kann, jedoch u.U. Dimensionen außer acht lassen, die für Produkt- und Markenpiraterie besonders relevant sind.

Eine quantitative Bewertung der Korrelation zwischen verschiedenen für die geistigen Eigentumsrechte erstellten Indizes und den handelsbezogenen Indizes der Produkt- und Markenpiraterie ist in Kapitel 4 enthalten.

Kasten 5.2 Der ATRIC-Index

Untersuchung der Auswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie auf Handel und ADI

Auf der Basis von Angaben der Zollbehörden zu Beschlagnahmen wurde mit dem ATRIC (Aggregated Trade-Related Index of Counterfeiting and Piracy) ein aggregierter handelsbezogener Index der Produkt- und Markenpiraterie entwickelt. Dieser Index dient zur Erfassung *a)* der Intensität, *b)* des Spektrums und *c)* der Dauer des Handels mit gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten in einem gegebenen Land. Er ist ein Hilfsindikator für die Messung der Produkt- und Markenpiraterie.

Dieser Index ist etwas anders konzipiert als der GTRIC-Index, der in Kapitel 4 vorgestellt wurde. Die zwei wichtigsten Unterscheidungsmerkmale zwischen den beiden Indizes sind folgende:

Der ATRIC-Index erstreckt sich nur auf vier Volkswirtschaften. Während der GTRIC eine große Anzahl von Ländern abdeckt, bleibt der Erfassungsbereich des ATRIC begrenzt, weil hierfür sehr ausführliche Daten benötigt werden, die in hinreichendem Umfang nur für einige wenige Volkswirtschaften zur Verfügung standen. Dies engt zwar den Geltungsbereich des ATRIC ein, erhöht aber die Genauigkeit der Messungen beträchtlich.

Der ATRIC untersucht die Zusammenhänge mit der jeweiligen Volkswirtschaft und dem jeweiligen Produkt von Anfang an gleichzeitig; der GTRIC hingegen befasst sich mit diesen Zusammenhängen jeweils einzeln. Der bei dem ATRIC-Index verwendete detaillierte Ansatz ermöglicht eine spezifischere und robustere Untersuchung der Effekte von Produkt- und Markenpiraterie auf Handel und Investitionen (wie bereits dargelegt, wird der GTRIC dafür verwendet, das Gesamtausmaß der Rechtsverletzungen in diesem Bereich zu schätzen).

Weitere Informationen zum Index sind Anhang 5.A1 zu entnehmen.

5.2.1 *Innovation und Wachstum*

Seit langem wird anerkannt, dass Innovation eine Hauptantriebskraft für Wirtschaftswachstum und somit für Wohlstand ist. Stimuliert wird Innovation zum großen Teil durch die Entwicklung und Umsetzung von Ideen in neue Produkte und Prozesse, die die Innovatoren durch Patente, Urheberrechte, Musterrechte und Marken schützen lassen. Dieser Schutz ist für die Förderung von Innovationen essentiell, da diese häufig mit hohen Risiken und großem Zeit- und Kostenaufwand verbunden sind. Den besten Schutz für geistiges Eigentum bieten Patente, durch die den Innovatoren ein zeitlich befristetes Exklusivrecht für die Nutzung ihrer Innovation eingeräumt wird. Weniger eng mit Innovation verbunden sind eingetragene Marken, die hauptsächlich zur Unterscheidung von Produkten dienen, sowie Urheberrechte, die sich auf kreative Werke statt auf Ideen beziehen. In dem Maße, wie Produkt- und Markenpiraterie die Bemühungen von Innovatoren untergräbt, kann sie die FuE-Intensität und das Wachstum erheblich beeinträchtigen.

Es gibt einige sektorbezogene Forschungsarbeiten über die Zusammenhänge zwischen Piraterie und Wachstum. So haben sich Bezmen und Depken (2005) z.B. mit der Situation im Bereich der Softwarepiraterie befasst. Die Studie untersucht für die drei Jahre 1995, 2000 und 2002 den Einfluss der Softwarepiraterie (gestützt auf Schätzungen der Business Software Alliance) auf die wirtschaftliche Entwicklung in 77 Ländern (unter Verwendung des von den Vereinten Nationen veröffentlichten Index für die menschliche Entwicklung – HDI). In einer zweistufigen Regressionsanalyse wird zunächst die Softwarepiraterie unter Eingabe verschiedener makroökonomischer Werte geschätzt, und dann wird der HDI zur Softwarepiraterie, zum Index der ökonomischen Freiheit von Simon-Fraser und zum Pro-Kopf-BIP in Beziehung gesetzt. Die Ergebnisse lassen erkennen, dass die Softwarepiraterie die wirtschaftliche Entwicklung zumindest kurzfristig negativ beeinflusst.

In der bereits erwähnten Studie des CEBR (2000) wurden die Auswirkungen der Produktpiraterie in ausgewählten Branchen der Europäischen Union analysiert. Gestützt auf Schätzungen über unterlassene Investitionen simulierte das CEBR mit Hilfe eines selbst entwickelten makroökonomischen Modells der europäischen Wirtschaft die damit verbundenen BIP-Effekte. Nach Erkenntnissen des Zentrums kann der aus der verminderten Investitionstätigkeit resultierende negative Effekt auf das BIP für den gesamten EU-Raum auf etwa 8 Mrd. Euro beziffert werden.

Ähnliche Modelltechniken wurden von der Allen Consulting Group (2003) für die australische Wirtschaft angewendet, die sich insbesondere auf die Spielzeugbranche sowie die Bereiche Software, Computer- und Videospiele konzentrierte. Nach ihrem Modell würde eine Eindämmung der Produktpiraterie um 33% über einen Zeitraum von fünf Jahren zu einer Erhöhung des BIP um 41 Mio. \$A pro Jahr führen. Eine von der International Data Corporation (IDC) durchgeführte Studie kam zu dem Schluss, dass sich bei einer Senkung der Piraterie-Rate im Softwaresektor um 10% das weltweite BIP um 400 Mrd. US-\$ erhöhen würde (IDC, 2005). Bei diesen Schätzungen wird weitgehend von einer Eins-zu-eins-Beziehung (oder einer perfekten Substituierbarkeit) zwischen raubkopierter Software und entgangenen legitimen Verkäufen ausgegangen, was die Endergebnisse erheblich beeinflussen kann und die Unterschiede zwischen den Ergebnissen von Allen und IDC teilweise erklären würde.

Auf aggregierter Ebene wurden ebenfalls entsprechende Arbeiten über den Zusammenhang zwischen dem Grad der Durchsetzung geistiger Eigentumsrechte und dem Wirtschaftswachstum durchgeführt. Da dieser Grad lediglich als Hilfsindikator für das Ausmaß der Produkt- und Markenpiraterie in einer Volkswirtschaft herangezogen werden

kann (vgl. Kasten 5.1), ist bei Anwendung der entsprechenden Ergebnisse auf die Produkt- und Markenpiraterie jedoch Vorsicht geboten.

Ein Beispiel für Untersuchungen über den Zusammenhang zwischen Schutzrechten und Wirtschaftswachstum ist die Studie von Gould und Gruben (1996), die unter Verwendung von länderübergreifenden Daten von Heston, Summers und Aten die Auswirkungen des Patentschutzes auf das jahresdurchschnittliche Wirtschaftswachstum im Zeitraum 1960-1988 analysiert. Nach ihren Erkenntnissen hat die Stärke des Patentschutzes einen signifikant positiven Effekt auf das Wirtschaftswachstum – vor allem in offenen Volkswirtschaften. Gleichzeitig stellen sie aber auch fest, dass der Schutz geistiger Eigentumsrechte in weniger wettbewerbsorientierten und geschlossenen Volkswirtschaften geringere Wirkung zeigen kann.

Ebenso gelangten Rushing und Thompson (1996) anhand der Untersuchung jahresdurchschnittlicher BIP-Wachstumsraten für 112 Volkswirtschaften im Zeitraum 1970-1985 zu dem Schluss, dass ein stärkerer Patentschutz zum Wirtschaftswachstum beitragen kann, aber nur in Ländern mit einem über einer gewissen Schwelle liegenden Einkommen. Jüngere Studien haben gezeigt, dass der Effekt der Schutzrechte auf das Wirtschaftswachstum nichtlinear und vom jeweiligen Entwicklungsstand abhängig ist. Während beispielsweise ein starker Patentschutz in Volkswirtschaften, die einen hohen Entwicklungsgrad erreicht haben, das Wachstum stimulieren kann, trifft dieser Zusammenhang nicht auf Volkswirtschaften mit mittleren Einkommen zu (Greenaway et al., 2004). Laut der Greenaway-Studie wirkt sich ein starker Patentschutz offenbar auch in den am wenigsten entwickelten Volkswirtschaften positiv aus – vermutlich weil ein solcher Schutz den Wissenstransfer durch andere Kanäle fördert. Volkswirtschaften mit mittleren Einkommen haben oftmals Fähigkeiten zur Produktimitation entwickelt, die den positiven Effekt von Schutzrechten zumindest teilweise wieder aufheben können.

Allerdings ist hervorzuheben, dass die aggregierten Effekte auf das Wirtschaftswachstum bisher im Allgemeinen nur für die geistigen Eigentumsrechte ermittelt wurden und nicht für die Produkt- und Markenpiraterie. Wie bereits dargelegt, ist die Qualität der Regulierung in Bezug auf geistige Eigentumsrechte lediglich einer der Bestimmungsfaktoren für Produkt- und Markenpiraterie (vgl. Kasten 5.1). Bisher gibt es keine einheitliche Theorie zum Wirtschaftswachstum, in die der Aspekt der Produkt- und Markenpiraterie einfließt. Dennoch lässt der relativ enge Zusammenhang zwischen der Qualität der Schutzstandards in Bezug auf geistiges Eigentum und den Wachstumsraten in offenen Volkswirtschaften darauf schließen, dass für die Produkt- und Markenpiraterie ähnliche Muster zu erwarten sein könnten.

5.2.2 Kriminelle Aktivitäten

Wie in Kapitel 3 dargelegt, hat die Produkt- und Markenpiraterie die Aufmerksamkeit krimineller Netzwerke auf sich gezogen, da die Aktivitäten hochrentabel und mit einem relativ geringen Risiko behaftet sind. Da durch Produkt- und Markenpiraterie ökonomische Renten an die Anbieter illegaler Waren transferiert werden, kann davon ausgegangen werden, dass zumindest ein Teil dieser Renten für weitere kriminelle Aktivitäten genutzt wird.

Die zunehmende Rolle krimineller Netzwerke im Bereich Produkt- und Markenpiraterie ist für die Volkswirtschaften ein Problem, da dies die Zivilgesellschaft untergraben kann, indem es solchen Netzwerken die notwendigen Ressourcen zur Finanzierung eines Spektrums von ungesetzlichen Aktivitäten auf der Grundlage von Korruption und organisiertem Verbrechen verschafft.

5.2.3 Umwelt

Mit Produkt- und Markenpiraterie können negative Effekte auf die Umwelt verbunden sein. Hier kommen zweierlei Aspekte ins Spiel. Erstens ergeben sich durch die Beschlagnahme von gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten ökologische Probleme, da bei ihrer Vernichtung u.U. erhebliche Abfallmengen entstehen, die nur unter großem Kostenaufwand entsorgt werden können. Im Jahr 2005 wurden in der Europäischen Union z.B. 76 Millionen Artikel beschlagnahmt¹.

Zweitens können nicht normgerechte, nachgeahmte Produkte ökologisch schädlich sein. Aus der Chemiebranche liegen dokumentierte Fälle vor, bei denen der Einsatz gefälschter Düngemittel erhebliche Umweltschäden verursacht hat. Einige Umfrageteilnehmer aus der Chemieindustrie (CropLife und DuPont) nannten Beispiele, bei denen infolge des Einsatzes gefälschter Chemikalien große Teile der Ernten in China, Russland, der Ukraine und Italien vernichtet wurden (OECD, 2005a).

5.2.4 Beschäftigung

Auf gesamtwirtschaftlicher Ebene kann die Beschäftigung durch Produkt- und Markenpiraterie in verschiedener Weise beeinträchtigt werden. Erstens ergibt sich, da Arbeit einer der wichtigsten Input-Faktoren der Produktion ist, eine Beschäftigungsverlagerung von den Rechteinhabern zu den rechtsverletzenden Parteien. Auf internationaler Ebene führt eine solche Verlagerung dazu, dass Arbeitsplätze in den Ländern geschaffen werden, in denen die Produkt- und Markenpiraterie generell weit verbreitet ist, und damit in anderen Volkswirtschaften verloren gehen. Innerhalb einzelner Länder kommt es zu einer Verlagerung der Beschäftigung von anerkannten, traditionellen Arbeitgebern zu anderen Unternehmen, die häufig illegal operieren. Wie im Kapitel über den pharmazeutischen Sektor dargestellt, können in solchen Betrieben katastrophale Arbeitsbedingungen herrschen. Ein weiterer Punkt ist, dass zusätzlich zum Gesundheits- und Sicherheitsrisiko infolge ungesunder und oftmals gefährlicher Arbeitsbedingungen auch die ständige Gefahr einer Entdeckung und Verhaftung wegen Beteiligung an der kriminellen Tätigkeit besteht. Außerdem dürften Löhne und Lohnnebenleistungen ebenso wie die Arbeitsplatzsicherheit in solchen illegalen Einrichtungen weit geringer sein als in legalen Unternehmen.

Es gibt eine Reihe von Studien, die die Auswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie auf die Beschäftigung im Herkunftsland der Rechteinhaber analysieren.

In der bereits erwähnten CEBR-Studie wurden die Effekte der Produktpiraterie auf die Beschäftigung in der EU untersucht². Es zeigte sich, dass die verminderte Investitionstätigkeit in den vier analysierten Branchen³ einem Verlust von 17 000 Stellen entsprach. Im Modell wurden die insgesamt entgangenen Investitionen über den Betrachtungszeitraum als vierteljährliche negative Schocks auf die Investitionsausgaben behandelt. Sie wurden für jedes Quartal mit einem konstanten Betrag von 978 Mio. Euro veranschlagt.

Ausführlichere Evaluierungen wurden für eine Reihe von Sektoren durchgeführt. Die Allen Consulting Group (2003) kam auf der Grundlage des oben vorgestellten Prognosemodells zu dem Schluss, dass bei einem Rückgang der Produkt- und Markenpiraterie um 33% in den betreffenden Sektoren 403 Voll- und Teilzeitstellen über einen Zeitraum von fünf Jahren geschaffen würden. Landesweit betrachtet, scheinen die Effekte gemessen an der Gesamtbeschäftigung in den Branchen relativ gering zu sein.

-
1. Europäische Union, Steuern und Zollunion (2006).
 2. Einzelheiten zur CEBR-Studie (2000) sind Anhang 5.A1 zu entnehmen.
 3. Bekleidung und Schuhe, Parfüms und Kosmetika, Spielwaren und Sportausrüstung, Pharmazeutika.

Die IDC hat in einer Analyse die spezifischen Auswirkungen in der Softwarebranche untersucht. Ihren Schätzungen zufolge könnten bei einem Rückgang der weltweiten Piraterie um 10 Prozentpunkte von 40% auf 30% über einen Zeitraum von vier Jahren 1,5 Millionen zusätzliche Arbeitsplätze entstehen (IDC, 2005). Wie bereits ausgeführt, wird in der IDC-Studie von einer perfekten Substituierbarkeit zwischen Verkäufen raubkopierter Software und entgangenen legitimen Verkäufen ausgegangen und außerdem unterstellt, dass die Käufer der niedrigpreisigen Raubkopie das Originalprodukt erwerben würden, wenn es keine Raubkopie gäbe⁴.

Darüber hinaus ist nach Schätzungen der amerikanischen Filmindustrie die Produktpiraterie in den USA für den unmittelbaren Verlust von 120 085 Stellen in dieser Branche und für weitere 20 945 Stellen in anderen betroffenen Sektoren verantwortlich (IPI, 2006). Die Schätzungen basieren auf Erhebungsdaten zu legal hergestellten und rechtsverletzenden Produkten. Ausgehend von den geschätzten Umsatzeinbußen wurden die entsprechenden Beschäftigungsverluste mit Hilfe einer Reihe von Multiplikatoren berechnet.

Im Rahmen der OECD-Erhebung wurden auch von Umfrageteilnehmern aus der Musik- und der Textilbranche Belege für die Auswirkungen auf die Beschäftigung vorgelegt, wobei Fälle von Firmenschließungen, Kapazitätsverringerung und Entlassungen infolge von Produkt- und Markenpiraterie berichtet wurden (OECD, 2005a). Zudem wurden bei der Beantwortung des Länderfragebogens entsprechende Auswirkungen auf die Gesamtwirtschaft genannt. Genauere Angaben über die Basis für diese Schätzungen und die Art der Beschäftigungsverluste wurden nicht gemacht.

Anzumerken ist, dass sich die Analysen auf Sektorebene auf den Verlust von Arbeitsplätzen in den betroffenen Unternehmen konzentrieren und die Dynamik am nationalen Arbeitsmarkt unberücksichtigt lassen. Arbeitsplatzverluste in einem Sektor können die Beschäftigung (und die Arbeitslosigkeit) in der Gesamtwirtschaft beeinflussen, was jedoch davon abhängig ist, in welchem Maße die Betroffenen in andere Beschäftigungsverhältnisse überwechseln oder nicht.

5.2.5 Ausländische Direktinvestitionen

Eine ökonometrische Analyse des Zusammenhangs zwischen Produkt- und Markenpiraterie und ausländischen Direktinvestitionen (ADI) unter Verwendung des ATRIC-Index liefert Anhaltspunkte dafür, dass die Produkt- und Markenpiraterie effektiv Auswirkungen hat. Die Analyse wurde für drei große Volkswirtschaften durchgeführt, die wichtige Herkunftsländer von ADI sind – Deutschland, Japan und die Vereinigten Staaten –, und kam zu dem Ergebnis, dass umfangreichere ADI aus diesen Ländern positiv mit niedrigeren Quoten bei Produkt- und Markenpiraterie (nach dem ATRIC-Index) in den ADI-Empfängerländern korrelierten (wegen Einzelheiten vgl. Anhang 5.A4). Allerdings erklärt der ATRIC-Index einen relativ kleinen Teil der ADI-Variabilität, was bedeutet, dass die handelsbezogene Produkt- und Markenpiraterie für die Erklärung der gesamten ADI-Einbußen nur eine geringe Rolle spielt. So gibt es zwar Anzeichen dafür, dass eine Eindämmung der Produkt- und Markenpiraterie für mehr ADI-Zuflüsse sorgen kann, doch ist dieser Effekt im Vergleich zu anderen wichtigen Faktoren eher begrenzt.

Wie im Bereich des Handels wurden umfangreiche Analysen zur Untersuchung des Zusammenhangs durchgeführt, der zwischen dem Grad der Durchsetzung geistiger Eigentumsrechte und – in diesem Fall – den ADI besteht. Auch hier sind die Indizes für die

4. Wie in Kapitel 2 ausgeführt, ist dies bei den meisten Produkten unwahrscheinlich.

Schutzrechte kein genauer Hilfsindikator für das Ausmaß der Produktpiraterie (vgl. Kasten 5.1), so dass diese Studien lediglich eine grobe Schätzung der potenziellen Auswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie auf die ADI liefern. Eine auf Umfragen gestützte Studie von Mansfield (1994) kommt zu dem Schluss, dass der Schutz geistiger Eigentumsrechte für Unternehmen bei der Einrichtung von FuE-Zentren von entscheidender Bedeutung ist, während dieser Aspekt bei der Einrichtung von Verkaufs- und Vertriebsstellen weniger ins Gewicht fällt. Die Studien von Markusen und Maskus (2001) sowie von Nunnenkamp und Spatz (2003), bei denen an Gravitationsmodelle angelehnte Gleichungen verwendet wurden, lassen darauf schließen, dass die Qualität der Regulierungen zum Schutz geistigen Eigentums auf die ADI einen schwachen, aber positiven Effekt hat. Eine weitere Studie von Smarzynska Javorcik (2004) kommt am Beispiel einiger Transformationsländer zu dem Erkenntnis, dass diese Regulierungen einen gewissen Effekt auf die Zusammensetzung der ADI-Zuflüsse haben. Eine Ausweitung der Studie von Smarzynska Javorcik auf die Produkt- und Markenpiraterie lässt vermuten, dass Verstöße gegen die geltenden Bestimmungen zum Schutz geistigen Eigentums gewisse Auswirkungen auf die Struktur der ADI-Ströme haben könnten.

Einem Bericht von A.T. Kearny (2005) zufolge scheinen die Auswirkungen des Schutzes geistiger Eigentumsrechte auf die ADI insbesondere Einfluss auf die Standortwahl für FuE-Investitionen zu haben, die nur ein Teil der gesamten Direktinvestitionsströme sind. Das unterstreicht die Tatsache, dass der Schutz geistiger Eigentumsrechte nur einer von vielen bei ADI-Entscheidungen maßgeblichen Faktoren ist, und verdeutlicht die Notwendigkeit, detailliertere kontextbezogene Analysen durchzuführen.

Die Attraktivität für ausländische Direktinvestitionen könnte daher eher durch andere Faktoren wie das Qualifikationsniveau der Arbeitskräfte und die Investitionskosten bestimmt werden. ADI-Statistiken bestätigen diese Annahme. So ist China eines der Hauptherkunftsländer für gefälschte Produkte, aber gleichzeitig auch eines der bedeutendsten Zielländer für ausländische Direktinvestitionen (A.T. Kearny, 2005). Daher ist es wahrscheinlich, dass bei ausländischen Direktinvestitionen andere Faktoren mehr ins Gewicht fallen als die negativen Auswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie.

5.2.6 Handel

Bisher liegen keine Studien vor, die die Auswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie auf den Handel (d.h. die Handelsvolumina) schätzen, was zumindest z.T. auf den Mangel an verfügbaren Daten zurückzuführen ist. Die mit Hilfe des ATRIC-Index durchgeführte Analyse der Effekte der Produkt- und Markenpiraterie auf den Handel brachte kein definitives und schlüssiges Ergebnis bezüglich einer möglichen Korrelation zwischen Produktpiraterie und Gesamtvolumina des internationalen Handels.

Es gibt aber Hinweise darauf, dass die Produkt- und Markenpiraterie die Struktur des Handels beeinflussen könnte. Eine einfache Korrelation nach dem ATRIC lässt darauf schließen, dass Volkswirtschaften, die als bedeutende Herkunftsländer von gefälschten Produkten bekannt sind, weniger Güter exportieren, die, wenn sie von minderwertiger Qualität sind, die Gesundheit der Verbraucher beeinträchtigen könnten (wegen weiterer Einzelheiten vgl. Anhang 5.A2). Vor allem pharmazeutische Produkte scheinen einen weit geringeren Anteil an den Gesamtexporten von Volkswirtschaften zu haben, die als bedeutende Herkunftsländer von gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten gelten.

Was bei der Analyse des Exportsektors festgestellt wurde, scheint sich bei Betrachtung der Importe zu bestätigen. Der Zusammenhang zwischen dem Volumen der Importe, die die einzelnen Sektoren aus verschiedenen Ländern beziehen, und dem in diesen Ländern

bestehenden Ausmaß der Produkt- und Markenpiraterie wurde nach dem Gravitationsansatz untersucht. Die Analyse erfolgte am Beispiel der Vereinigten Staaten, da dort umfangreiche und qualitativ hochwertige Daten zur Produktpiraterie vorlagen. Im Mittelpunkt der Untersuchung stand der pharmazeutische Sektor. Die Ergebnisse legen nahe, dass die Produkt- und Markenpiraterie mit dem Volumen der US-Importe von Medikamenten negativ korreliert ist. Dies könnte die Zurückhaltung der Importeure widerspiegeln, bestimmte die Gesundheit beeinflussende Produkte aus Ländern einzuführen, in denen ein hohes Risiko der Herstellung nicht normgerechter Produktfälschungen besteht.

Die ATRIC-Ergebnisse sind jedoch als sehr vorläufig anzusehen, da sie sich auf eine extrem dünne Datenbasis stützen. Qualitativ bessere Daten würden die Robustheit der Tests und die Kausalitätsanalyse potenziell verbessern.

Leider liegen keine weiteren Studien vor, die sich auf die Relation zwischen Produkt- und Markenpiraterie und Handel konzentrieren. Es gibt aber einige relevante empirische Studien, die den Zusammenhang zwischen der Qualität der Regulierungen zum Schutz geistigen Eigentums und dem Handel untersuchen. Einige dieser Studien sind in Tabelle 5.3 aufgeführt. Eine ausführlichere Präsentation dieser Studien ist Anhang 5.A3 zu entnehmen.

Wie in Kasten 5.1 beschrieben, dient ein Index für den Schutz geistigen Eigentums nicht in erster Linie der Approximierung des Ausmaßes von Produkt- und Markenpiraterie. Daher sind die genannten Studien lediglich ein Anhaltspunkt dafür, welche Auswirkungen die Produkt- und Markenpiraterie auf den Handel haben könnte.

Tabelle 5.3 **Empirische Studien zu den Auswirkungen des Schutzes geistiger Eigentumsrechte auf den Handel**

Studie	Wichtigste Schlussfolgerungen
Maskus und Penubarti, 1995	Intensiver Patentschutz in Volkswirtschaften wirkt sich positiv auf den bilateralen Handel mit Industriegütern aus
Primo Braga und Fink, 1999	Ein stärkerer Schutz geistiger Eigentumsrechte in Volkswirtschaften wirkt sich signifikant positiv auf die bilateralen Handelsströme aus
Smith, 1999	Geringere US-Ausfuhren in Länder, in denen infolge eines schwachen Schutzes geistiger Eigentumsrechte eine hohe Gefahr der Produktnachahmung besteht
Smith, 2001	Höherer Umsatz von US-Tochterfirmen und stärkere Lizenzvergabe an Unternehmen in Ländern mit starkem Schutz geistiger Eigentumsrechte

5.3 Auswirkungen auf Rechteinhaber

Im folgenden Abschnitt werden die Auswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie auf die Rechteinhaber betrachtet. Abgesehen von den formellen Rechteinhabern können diese Effekte auch andere Branchenakteure betreffen, die an der Produktion und dem Vertrieb der legal hergestellten Produkte beteiligt sind, wie Vertriebs- und Einzelhändler.

5.3.1 Umsatzvolumen und Preise

5.3.1.1 Umsatzeinbußen

Von Produkt- und Markenpiraterie betroffene Firmen erleiden direkte Einbußen beim *Umsatzvolumen*.

Während Patentverletzungen sozusagen zu mehr Wettbewerbsdruck für den Rechteinhaber und damit zu einem kleineren Marktanteil führen, hängen die Auswirkungen, die Marken- oder Urheberrechte verletzende Produkte auf die Umsatzzahlen haben, zum

großen Teil von den Merkmalen der betreffenden Produkte/Branchen ab – insbesondere von 1. dem Grad der Täuschung des rechtsverletzenden Produkts und 2. der Qualität des gefälschten/unerlaubt kopierten Produkts im Vergleich zum Originalprodukt.

Bei den Umsatzeinbußen kommen zwei Komponenten ins Spiel: 1. entgangene Verkäufe an Verbraucher, die ein gefälschtes/unerlaubt kopiertes Produkt kaufen, in dem guten Glauben, dass es sich um das Originalprodukt handelt (d.h. Umsatzverluste auf dem Primärmarkt), und 2. entgangene Verkäufe an Verbraucher, die wissentlich ein gefälschtes/unerlaubt kopiertes Produkt statt eines Originalprodukts kaufen, weil es billiger ist (d.h. Umsatzverluste auf dem Sekundärmarkt)⁵.

Die Auswirkungen bei den entgangenen Verkäufen infolge erfolgreicher Täuschung sind hoch, da nahezu jedes gekaufte gefälschte Produkt für den legitimen Hersteller einen entgangenen Verkauf darstellt.

Die Effekte entgangener Verkäufe auf dem Sekundärmarkt, wo rechtsverletzende Produkte wissentlich und bewusst gekauft werden, lassen sich schwerer quantifizieren. Manche Verbraucher, die die preisgünstigere Fälschung erwerben, hätten das teurere Originalprodukt gekauft, wenn die Fälschung nicht angeboten worden wäre; andere hätten das nicht getan⁶.

Ferner sind Aspekte in Verbindung mit den kurz- und langfristigen Auswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie auf den Umsatz zu betrachten. Zum einen können Produkt- und Markenpiraterie die zeitlich abgestimmten Marketingstrategien von Unternehmen untergraben. Die audiovisuelle Branche z.B. hat darauf hingewiesen, dass die Einführung miteinander verbundener Produkte (z.B. Kinofilmstarts, Video-Kassetten, DVD und Video-Online-Verleih) oftmals zeitlich so geplant ist, dass den unterschiedlichen kommerziellen und wettbewerblichen Interessen Rechnung getragen wird. Die Existenz eines unerlaubt kopierten Produkts könnte erhebliche Konsequenzen haben, die es schwierig – wenn nicht gar unmöglich – machen, Marketingpläne erfolgreich umzusetzen, so dass Umsatzeinbußen entstehen. Zum anderen besteht nach der aktuellen Wirtschaftstheorie die Möglichkeit, dass der Verkauf von niedrigpreisigen unerlaubt kopierten Produkten auf dem Sekundärmarkt unter gewissen Umständen langfristig die Märkte für die Originalprodukte expandieren lässt (Slive und Bernhardt, 1998; Shy und Thisse, 1999). Die Software-Industrie wird oft als einschlägiges Beispiel hierfür angeführt. Möglicherweise liegt der Einzelhandelspreis für Signatur-Softwareprodukte für bestimmte Kunden auf einem Niveau, das sie von deren Erwerb Abstand nehmen lässt. In diesem Fall könnte der Verkauf von raubkopierter Software zu einem deutlich niedrigeren Preis den Einsatz dieses Softwareprodukts verstärken und dazu beitragen, dessen Position als marktrelevantes oder marktdominierendes Produkt zu sichern, was letztlich zu einem höheren Absatz der Originalversionen führen könnte. Die Studien, die zu solchen Externalitäten durchgeführt wurden, sind jedoch meist theoretischer Natur und stützen sich nicht auf eine solide empirische Basis.

5. Nach der in Kapitel 2 eingeführten formellen Methode (vgl. den Anhang zu Kapitel 2 wegen einer Beschreibung) kommt es im Fall einer Täuschung der Verbraucher zu einem Rückgang der Gesamtnachfrage q^* . Die Verbraucher, die sich wissentlich für das illegale Ersatzprodukt entscheiden, werden durch die Größe q' repräsentiert.

6. Das ist darauf zurückzuführen, dass der Wert des Produkts für einige Verbraucher im Vergleich zum vom Rechteinhaber geforderten Preis zu gering ist. Formell trifft dieser Fall zu, wenn $v(j) < p(j)$ (vgl. den Anhang zu Kapitel 2).

5.3.1.2 Preisdruck

Da die Fälscher und Produktpiraten keine Entwicklungskosten in Verbindung mit der Konzipierung neuer Verfahren und Produkte (z.B. Kosten für Forschung und Entwicklung) zu tragen haben, können sie die Produkte zu einem niedrigeren Preis rentabel anbieten. Daher entsteht durch die Präsenz von gefälschten Produkten für die Rechteinhaber an den Primärmärkten *Preisdruck*.

Im Fall von Patenten bewirkt die unbefugte Herstellung eines ähnlichen Produkts ein zusätzliches Warenangebot am Markt und übt dadurch Abwärtsdruck auf die Preise aus. Im Fall von Marken und Urheberrechten setzen die niedrigeren Preise von rechtsverletzenden Produkten am Sekundärmarkt (wo den Käufern bewusst ist, dass mit den Produkten geistige Eigentumsrechte verletzt werden) die Rechteinhaber in der Regel unter Druck, ihre Preise zu senken. Das gilt vor allem für Wirtschaftszweige, in denen Urheberrechte eine große Rolle spielen und wo die rechtsverletzenden Produkte gewöhnlich weitgehend austauschbar sind. In diesem Fall könnte ein starker Rückgang der Nachfrage nach Originalprodukten eine drastische Änderung der Preispolitik seitens des Rechteinhabers erfordern⁷.

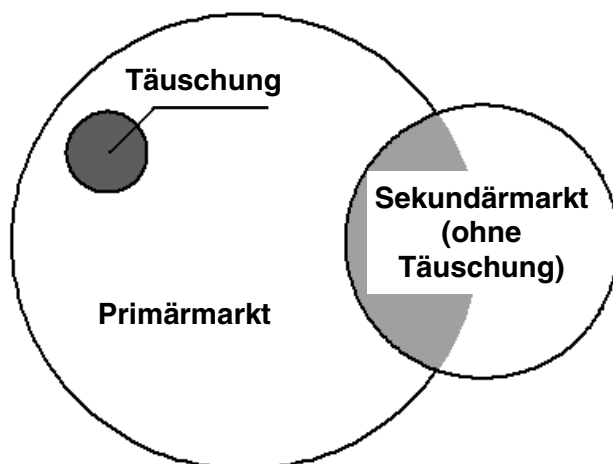
5.3.1.3 Illustration

Die Dynamik der Primär- und Sekundärmärkte sowie die kurzfristigen Auswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie auf die Rechteinhaber sind in Abbildung 5.1 dargestellt. Der Rechteinhaber setzt zunächst unter Annahme eines bestimmten Umsatzvolumens einen Preis für das Originalprodukt fest. Diese Menge ist durch den größeren Kreis auf der linken Seite abgebildet („Primärmarkt“), der den gesamten Markt für Originalprodukte ohne die Präsenz von gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten darstellt⁸.

Anschließend wird der von gefälschten/unerlaubt kopierten Produkten ausgehende Wettbewerb eingebracht; er wirkt sich auf den Rechteinhaber in zweierlei Weise aus. Erstens bildet sich ein Markt für niedrigpreisigere rechtsverletzende Produkte heraus, die von Kunden in dem Wissen gekauft werden, dass es sich bei den Produkten nicht um Originale handelt⁹; dieser Markt wird durch den kleineren Kreis auf der rechten Seite („Sekundärmarkt“) dargestellt. Die Überlappung der beiden Märkte – in der Abbildung schattiert – stellt das Umsatzvolumen dar, das Fälscher/Produktpiraten den Rechteinhabern wegnehmen.

Zusätzlich verliert der Rechteinhaber Umsätze an Fälscher/Produktpiraten, die die Kunden mit ihren Produkten erfolgreich täuschen. Dieser Teil wird durch den kleinen dunklen Kreis „Täuschung“ dargestellt.

-
7. Unter bestimmten Bedingungen gibt die Verletzung von Urheberrechten den Rechteinhabern in einigen Sektoren die Möglichkeit, zwischen Kunden, die den Preis für die Originalprodukte zu zahlen bereit sind, und anderen zu differenzieren. Wenn es Kunden gibt, die nicht geneigt sind, den geforderten Preis zu zahlen, und sich für den Kauf der kostengünstigeren Fälschung entscheiden, kann der Rechteinhaber den Preis für das Originalprodukt erhöhen und sich auf eine zahlungswilligere Kundschaft ausrichten. Auf diese Weise kann es effektiv zu Preissteigerungen bei den Originalprodukten kommen (bei gleichzeitigem Rückgang des Umsatzvolumens).
 8. Formell wird der Bereich des Kreises „Primärmarkt“ durch die Gleichung A2.1 im Anhang zu Kapitel 2 repräsentiert.
 9. Der Bereich des Kreises „Sekundärmarkt“ repräsentiert die Nachfrage nach rechtsverletzenden Produkten ohne Täuschungskomponente und wird formell durch die Gleichung A2.3 im Anhang zu Kapitel 2 dargestellt.

Abbildung 5.1 **Rechtsverletzungen am Primär- und am Sekundärmarkt**

5.3.1.4 Schätzung der Volumen- und Preiseffekte

Es ist nicht möglich, die Auswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie auf Umsatzvolumen und Preise auf aggregierter Ebene zu schätzen, solche Schätzungen können aber auf Sektorebene unter Berücksichtigung der jeweiligen branchenspezifischen Merkmale effizient durchgeführt werden. Folgende Elemente müssen dafür bekannt sein:

- Kenntnis der Nachfragefunktion für das betreffende Produkt (einschließlich Elastizitäten);
- Kenntnis der Nachfragefunktionen der Teilmärkte für: 1. gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte insgesamt (d.h. den Sekundärmarkt), 2. Kunden, die das höherpreisige Originalprodukt gekauft hätten, wenn das gefälschte/unerlaubt kopierte Produkt nicht verfügbar gewesen wäre, und 3. Kunden, die das höherpreisige Originalprodukt nicht gekauft hätten, wenn das gefälschte/unerlaubt kopierte Produkt nicht verfügbar gewesen wäre;
- der Preis, zu dem der Rechteinhaber das betreffende Produkt verkauft;
- der Preis (die Preise), zu dem (denen) das gefälschte/unerlaubt kopierte Produkt verkauft wird, und
- das Ausmaß, in dem es den Fälschern und Produktpiraten gelungen ist, die Kunden durch Täuschung zum Kauf ihres Produkts zu bewegen.

Schätzungen auf Sektorebene würden über den Rahmen des laufenden Projekts hinausgehen, da keine hinreichenden Daten vorliegen. Es gibt jedoch andere Studien mit entsprechenden Untersuchungen in verschiedenen Bereichen.

Eine der ersten Studien dieser Art wurde von Feinberg und Rousslang (1990) durchgeführt, die mit Hilfe von Simulationstechniken die gesamten durch Produktpiraterie bedingten Gewinneinbußen für eine Reihe von Sektoren schätzten (siehe unten). Ähnlich methodische Ansätze wurden bei späteren Studien von folgenden Institutionen angewandt: International Trademark Association (INTA, 1998); Centre for Economic and Business Research (CEBR, 2000); Business Software Alliance (BSA); International

Federation of the Phonographic Industry (IFPI); Entertainment Software Association (ESA) für Unterhaltungssoftware; Motion Picture Association (MPA) sowie Studien von Hui und Png (2003) und von L.E.K. Consulting (2006). Ein Überblick über diese Studien ist in Anhang 5.A5 enthalten.

Alle diese Studien stützen sich auf Marktmodelle, bei denen die Verbrauchernachfrage ex ante geschätzt wird. Die letztlichen Auswirkungen der Produktpiraterie werden durch einen Vergleich der tatsächlichen Marktergebnisse mit den zu erwartenden Ergebnissen bei nicht vorhandener oder geringerer Produkt- und Markenpiraterie ermittelt. Dieser Ansatz erfordert ein hohes Maß an Genauigkeit bei der Quantifizierung der Markteigenschaften, insbesondere der Nachfrageelastizitäten, die schwer zu schätzende Parameter sind. Hinzu kommt, dass diese Parameter in den verschiedenen Sektoren und Volkswirtschaften erheblich variieren, wodurch sich die Schätzung der Gesamtergebnisse besonders schwierig gestaltet.

5.3.2 Markenwert und Firmenimage

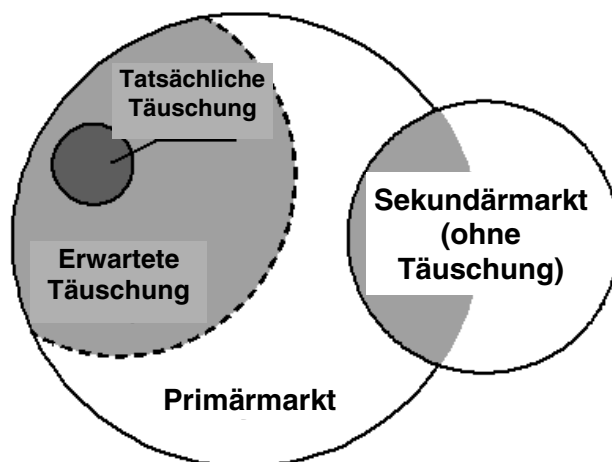
Gefälschte Produkte können mit der Zeit den Wert der Marke und das Ansehen der OriginalproduktHersteller schädigen. So werden Kunden, die glaubten, das Original zu kaufen, aber in Wirklichkeit eine Fälschung bekamen, die dann ihren Erwartungen nicht entspricht, wahrscheinlich den Hersteller des Originalprodukts dafür verantwortlich machen, wodurch dessen Firmenwert sinkt. Wenn die Kunden nicht erfahren, dass sie getäuscht wurden, sind sie in Zukunft u.U. nicht geneigt, ein weiteres Produkt desselben Herstellers zu erwerben und geben diese Information eventuell auch an andere potenzielle Käufer weiter.

Dieser dynamische Effekt des Vertrauensverlusts beim Verbraucher ist ein von Akerloff (1970) beschriebenes bekanntes ökonomisches Phänomen. Wenn die Verbraucher den Wert eines bestimmten Produkts niedriger einschätzen, weil sie davon ausgehen, dass es manchmal von geringerer Qualität ist, so ist dies durch eine asymmetrische Information am Markt bedingt. In Abbildung 5.2 ist das dynamische Szenario dargestellt, wenn ein großer Teil der Verbraucher davon ausgeht, getäuscht zu werden, wenngleich das tatsächliche Ausmaß der Täuschung relativ gering ist. Dennoch sind alle Verbraucher, die eine Täuschung erwarten, weniger geneigt, das legal hergestellte Produkt zu kaufen, was wiederum eine weitere Markterosion zur Folge hat.

Effekte dieser Art wurden von mehreren Umfrageteilnehmern bei der OECD-Erhebung genannt, die von „Erosion des Firmennamens“ oder „Zerstörung des Markenimage“ sprachen. Solche Angaben kamen aus zahlreichen Sektoren, wie Unterhaltungselektronik, Informatik, Elektrogeräte, Nahrungsmittel und Getränke, Luxusgüter, Sportbekleidung, Autoersatzteile und Autozubehör sowie Arzneimittel (OECD, 2005a).

5.3.3 Lizenzgebühren

Lizenzgebühren sind die Einnahmen, die Inhaber von geistigen Eigentumsrechten für die anderen Parteien gewährte Erlaubnis, derartige Rechte auszuüben, erhalten. Rechtsverletzungen bringen den Rechteinhaber um diese Einnahmen. Darüber hinaus können mehreren Parteien Einbußen infolge entgangener Verkäufe des Originalprodukts entstehen, da u.U. für verschiedene Bestandteile des Produkts Lizenzgebühren zu zahlen sind, wenn solche Rechte in Lizenz und nicht durch Kauf erworben wurden. Der Umfang dieser Verluste lässt sich schwer quantifizieren, da für diesen Markt nicht ohne weiteres Datensätze verfügbar sind.

Abbildung 5.2 **Dynamische Effekte einer Täuschung am Primärmarkt**

5.3.4 Investitionen¹⁰

Häufig wird argumentiert, dass ein starker Schutz geistiger Eigentumsrechte Anreize für Investitionen, Erfindungen und Innovationen setzt.

Wengleich der prädierte Zusammenhang zwischen Schutzrechten und Investitionen darauf schließen lässt, dass ein hohes Maß an Produkt- und Markenpiraterie die Innovations- und Investitionstätigkeit wahrscheinlich dämpft, sind bisher nur wenig empirische Untersuchungen zur Erhärtung dieses Arguments durchgeführt worden. Das CEBR (2000) beispielsweise schätzt, dass sich die unterlassenen Investitionen im Zeitraum 2003-2005 in der Europäischen Union in nur sechs Sektoren auf 19,6 Mrd. Euro belaufen¹¹.

Angesicht des Mangels an Daten über Produkt- und Markenpiraterie befassten sich die Studien vorwiegend mit dem Zusammenhang zwischen der Investitionstätigkeit und dem Grad der Durchsetzung geistiger Eigentumsrechte (an Stelle der Rechtsverletzungen). Bei einer potenziellen Anwendung der hier gewonnenen Erkenntnisse auf die Produkt- und Markenpiraterie ist Vorsicht geboten, da die Indizes für den Schutz geistigen Eigentums lediglich eine grobe Approximierung für das Ausmaß der Produkt- und Markenpiraterie liefern.

Die Ergebnisse von Untersuchungen zum Zusammenhang zwischen bestehenden Regulierungen und Investitionen legen nahe, dass ein starker Schutz geistiger Eigentumsrechte Anreize für Investitionen in die Entwicklung neuer Produkte und Verfahren bietet. Kanwar und Evenson (2003) kamen anhand von im Zeitraum 1981-1995 erhobenen Paneldaten für 32 Länder zu der Erkenntnis, dass sich ein starker Patentschutz positiv auf die FuE-Ausgaben auswirkt (die als Hilfsindikator für die Innovationstätigkeit dienen). Lerner (2002) stellt bei der Untersuchung wesentlicher Änderungen der Patentpolitiken in 60 Volkswirtschaften fest, dass die Stärkung der Patentschutzregelungen eine gewisse

10. Der Begriff *Investitionen* ist hier breiter gefasst als die herkömmliche Vorstellung von Investitionen in Sachkapital. Dazu zählen auch Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten und andere Formen kreativer Tätigkeiten, die einen künftigen Renditefluss bringen könnten.

11. Schätzungen für die folgenden Sektoren: Bekleidung und Schuhe, Parfüm und Kosmetika, Spielwaren und Sportausrüstungen, Arzneimittel.

positive Auswirkung auf die Anzahl der eingereichten Patentanmeldungen hatte. Bei Berücksichtigung von Veränderungen im Patentumfeld – wie den negativen Auswirkungen der Großen Depression der 1930er Jahre – ergibt sich jedoch ein signifikant negativer Zusammenhang zwischen dem verstärkten Patentschutz und der Zahl der im Inland eingereichten Patentanmeldungen. Der Effekt auf die Patentanmeldungen im Ausland war hingegen stark positiv. Das letztgenannte Ergebnis wird von Branstetter et al. (2004) bestätigt, die US-Unternehmensdaten für den Zeitraum 1982-1999 betrachteten.

5.3.5 Kosten der Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie

Den Rechteinhabern können erhebliche Kosten für Maßnahmen zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie entstehen, wie Veränderungen am Produktdesign, besondere Verpackung, Rechtsstreitigkeiten, Ermittlungen und Nachforschungen, Unterstützung für staatliche Stellen, Kampagnen zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit sowie Kosten im Zusammenhang mit kulantem Verhalten bei Reklamationen durch Kunden, die defekte gefälschte Ware gekauft haben (Tabelle 5.4).

Für den Schutz von Produkten vor Fälschern und Markenpiraten können erhebliche Investitionen in die diesbezügliche technologische Entwicklung erforderlich sein. Dazu können Veränderungen am Produkt gehören, die dessen Fälschung erschweren, wie Hologramme oder Wasserzeichen. Ferner kann die Entwicklung einer schwer zu fälschenden Verpackung umfangreiche Ressourcen erfordern. In der Spirituosenindustrie z.B. werden jedes Jahr erhebliche Beträge investiert, um Produkte durch die Entwicklung und den Einsatz nicht nachfüllbarer Behälter, ausgefallener Verpackungen und anderer Vorrichtungen fälschungssicherer zu machen.

Den Inhabern geistiger Eigentumsrechte entstehen außerdem Kosten in Verbindung mit der Durchsetzung ihrer Rechte und mit der Regulierung von durch Fälscher und Produktpiraten entstandenen Schäden. Solche Kosten fallen an im Zusammenhang mit gerichtlichen Schritten gegen Fälscher, privat finanzierten Ermittlungen zur Aufdeckung von Produktpiraterie und der Kooperation mit staatlichen Stellen bei Maßnahmen zur Bekämpfung von Produktpiraterie wie z.B. Schulungsangeboten für Zollbehörden zur Unterstützung von Zollbeamten bei ihrer einschlägigen Tätigkeit.

Ferner entstehen Kosten bei der Sensibilisierung der Öffentlichkeit für die Problematik der Produkt- und Markenpiraterie. Dazu gehört die Aufklärung der Öffentlichkeit und des Gesetzgebers durch Informationskampagnen oder durch Aktionsgruppen auf nationaler, internationaler oder Sektorebene.

Tabelle 5.4 **Zusätzliche Kosten in Verbindung mit der Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie**

Art der Kosten	Merkmale
Produktschutz	Veränderungen am Produkt zum Schutz vor Produktpiraterie
Verpackung	Spezielle, schwer zu fälschende Verpackung
Rechtsstreitigkeiten	Gerichtliche Schritte gegen Fälscher
Ermittlungen und Nachforschungen	Privat finanzierte Ermittlungen zur Aufdeckung von Produktpiraterie
Zusammenarbeit mit staatlichen Stellen	Bereitgestellte Ressourcen für die Zusammenarbeit mit staatlichen Stellen bei Maßnahmen zur Bekämpfung von Produktpiraterie
Sensibilisierung der Öffentlichkeit	Sensibilisierung der Öffentlichkeit für die Problematik der Produkt- und Markenpiraterie
Produkthaftung	Kulanz im Hinblick auf Schadensregulierung

Wie aus den Antworten auf den von der OECD versandten Unternehmensfragebogen hervorgeht, können die Kosten für Maßnahmen zum Schutz vor Produktpiraterie beträchtlich sein. Ein Umfrageteilnehmer aus der Elektronikbranche schätzte die jährlichen Kosten für derartige Schutzmaßnahmen (Hologramme usw.) auf rd. 20 Mio. Euro. Im Nahrungsmittel- und Getränkektor wurden die Kosten für Gerichtsverfahren mit etwa 20 000 US-\$ pro Fall angegeben. Andere Umfrageteilnehmer aus der Nahrungsmittel- und Getränkebranche bezifferten die jährlichen Kosten für den Schutz vor Produktpiraterie auf 75 Mio. US-\$ (OECD, 2005a).

Und schließlich entstehen auch Kosten in Verbindung mit Garantieleistungen bei gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten. Laut einer Studie des Economist Corporate Network von 2005 kommen zwei Drittel der IT-Hersteller für die Kosten von Garantieleistungen im Zusammenhang mit gefälschten Produkten auf (ECN, 2005).

Es ist nachdrücklich darauf hinzuweisen, dass sämtliche oben beschriebenen Kosten keinen Qualitätsgewinn beim Originalprodukt bewirken. Die Ausgaben für Maßnahmen zum Schutz gegen Produktpiraterie könnten für die Verbesserung der Produktqualität oder für zusätzliche produktive und nützliche Investitionen eingesetzt werden. Allgemein betrachtet sind diese Kosten also als reiner Verlust für die Gesellschaft einzustufen, da niemandem zu irgendeinem Zeitpunkt aus diesen Ausgaben ein unmittelbarer Nutzen entsteht.

5.3.6 Umfang der Geschäftstätigkeit

Die Produkt- und Markenpiraterie kann auch den Umfang der Geschäftstätigkeit eines Unternehmens beeinflussen. Einige Umfrageteilnehmer nannten z.B. Fälle, in denen Unternehmen infolge von verminderter Rentabilität und Verlusten beim Markenwert aus dem Geschäft gedrängt wurden bzw. ihre Geschäftstätigkeit einschränken mussten. Ein Vertreter der Musikbranche führte einen Fall von durch Produkt- und Markenpiraterie verursachten Konkurs an; und ein anderer aus demselben Sektor berichtete von Schließungen infolge von Verletzungen der Urheberrechte (OECD, 2005a).

5.4 Auswirkungen auf Verbraucher

5.4.1 Gesundheit und Sicherheit

Fälscher und Produktpiraten, die sich zur Erzielung maximaler Gewinne auf den Primärmarkt konzentrieren, haben wenig oder gar kein Interesse daran, die Qualität, Effizienz bzw. Sicherheit ihrer Produkte zu gewährleisten. Dadurch erhöht sich das Potenzial negativer Auswirkungen auf die Gesundheit und Sicherheit der Verbraucher. Besorgnis hierüber kommt in den Antworten auf die OECD-Fragebogen häufig zum Ausdruck (OECD, 2005a). Zu Branchen, in denen Gesundheits- und Sicherheitseffekte auftreten, zählen Automobilbau, Elektroteile, Nahrungsmittel und Getränke, Chemikalien, Toilettenartikel und Haushaltsgeräte, Arzneimittel und Tabakwaren.

Im Kraftfahrzeugsektor haben sich minderwertige Ersatzteile, die mit dem Markennamen renommierter Hersteller versehen wurden, als problematisch erwiesen. Gefälschte Bremsbelege, Hydraulikschläuche, Motor- und Chassisteile, Aufhängungs- und Lenkteile sowie Airbag-Konstruktionen gehören zu den Komponenten, für die Fälschungen auf dem Markt sind. In einigen Fällen könnten die Fehler und Mängel, die bei diesen Produkten festgestellt wurden, die Sicherheit der Fahrzeuge ernsthaft gefährden¹². In der Elektro-

12. Weitere Einzelheiten finden sich in den Sektorkapiteln in Teil III.

industrie wurde bei gefälschten Schutzschaltern festgestellt, dass sie falsch kalibriert oder aus minderwertigem Material hergestellt waren. Derartige Mängel haben zu Bränden und zu tödlichen elektrischen Schlägen geführt.

Bei Nahrungsmitteln und Getränken würden nur wenige Verbraucher wissentlich gefälschte Produkte kaufen, z.T. wegen der damit potenziell verbundenen Gesundheitsrisiken. Solche Risiken reichen von allgemeinem Unwohlsein bis zu ernsthaften Erkrankungen. Wie in dem Teil über die einzelnen Sektoren erörtert, war dies bei unsauber destillierten Spirituosen und gefälschter Babynahrung bereits der Fall.

Gefälschte Medikamente sind im Gegensatz zu Markenprodukten nicht zugelassene Präparate und daher potenziell gesundheitsgefährdend. Arzneimittelfälschungen können die richtigen Wirkstoffe in falschen Dosierungen enthalten oder falsche Wirkstoffzusammensetzungen aufweisen. Unter Umständen enthalten die Produkte überhaupt nur unwirksame Substanzen oder sogar giftige Stoffe. In allen Fällen bleiben Beschwerden, die sich mit den Originalprodukten heilen lassen, unbehandelt oder verschlimmern sich; in extremen Fällen können sie sogar zum Tod führen. Vor allem aber haben gefälschte Medikamente bei einigen der weltweit verheerendsten Infektionskrankheiten wie Malaria, Tuberkulose und HIV/AIDS nachweislich zu einer Verstärkung der Arzneimittelresistenz geführt. So wird der Krankheitserreger bei Einnahme gefälschter antiretroviraler Medikamente, bei denen die aktiven Wirkstoffe falsch dosiert sind, schneller gegen First-Line-Therapien resistent, weshalb die Ärzte dann auf Second-Line- und potenziell toxischere Therapien zurückgreifen müssen, wodurch wiederum die Behandlungskosten steigen und damit der Zugang zu lebenswichtigen Medikamenten eingeschränkt wird (vgl. IMPACT, 2006, wegen näherer Einzelheiten). Patienten und Erbringer von Gesundheitsleistungen, die diese Produkte am Primärmarkt kaufen, sind sich wahrscheinlich gar nicht bewusst, dass sie einer Täuschung zum Opfer gefallen sind. Eine Reihe von pharmazeutischen Unternehmen (z.B. GlaxoSmithKline, Pfizer, VFA) führten die Gefährdung von Gesundheit und Sicherheit als einen der wichtigsten negativen Effekte von Produkt- und Markenpiraterie an.

Da die Daten nicht systematisch gesammelt werden, gibt es meist nur punktuelle Belege für negative Gesundheits- und Sicherheitsauswirkungen, und weitere Untersuchungen sind erforderlich, um die Effekte auf breiter Ebene zu messen. Erbringer von Gesundheitsleistungen und Patienten merken meistens gar nicht, dass ein Medikament gefälscht ist, und führen ein Mislingen der Behandlung auf die individuelle Reaktion jedes Patienten zurück. Daher bleiben Fälle gefälschter Medikamente oftmals unentdeckt und werden nicht gemeldet. Darüber hinaus erfassen nur wenige staatliche Datenbanken, die Informationen über die öffentliche Gesundheit, Gesundheitsschädigung, Krankheiten und Produktsicherheit registrieren, auf lokaler und nationaler Ebene spezifische Daten zu fälschungsbedingten Fällen (Forzley, 2003). Daher ist eine präzise Messung der Auswirkungen von gefälschten Medikamenten auf die öffentliche Gesundheit derzeit praktisch unmöglich.

Aus den verfügbaren Studien zu diesem Thema geht hervor, dass gefälschte Medikamente vor allem in Entwicklungsländern auf dem Markt sind, in denen keine hinreichende Kontrolle der Medikamentenlieferkette durchgeführt wird. Den Ergebnissen von IMPACT (2006) zufolge ist in Industrieländern, die allgemein über ein effizientes Regulierungssystem und eine wirksame Marktkontrolle verfügen (z.B. USA, EU, Australien, Kanada, Japan und Neuseeland), der Prozentsatz an gefälschten Medikamenten gering, d.h. er liegt unter 1% des Marktwerts. In Entwicklungsländern dürfte es sich hingegen bei 10-30% der verkauften Medikamente um Fälschungen handeln. Dort, wo die Kontrolle der Arzneimittelsicherheit schwach ausgeprägt ist, darunter in Teilen Asiens, Lateinamerikas und Afrikas, gibt es Gebiete, in denen vermutlich mehr als 30% der angebotenen Medikamente gefälscht sind. In vielen ehemaligen Sowjetrepubliken soll der Prozentsatz der Medikamentenfälschungen

bei über 20% des Marktwerts liegen. Durch den Vertrieb über unregulierte Internetseiten, über die Verbraucher in jedem Markt erreichbar sind, hat die Präsenz gefälschter Medikamente sowohl in den Industrie- als auch in den Entwicklungsländern zugenommen. Im Internet gekaufte Medikamente, auf deren Website keine tatsächliche physische Adresse angegeben ist, sind Berichten zufolge in mehr als 50% aller Fälle gefälscht. Zu betonen ist, dass sich diese Zahlen weitgehend auf punktuelle Belege stützen und daher eher als Anhaltspunkt denn als exakte Schätzung zu betrachten sind¹³.

Eine weitere Studie, die sich mit den Auswirkungen der Produktpiraterie auf Gesundheit und Sicherheit befasst, wurde von Forzley (2003) durchgeführt. Die Autorin untersucht Datenmaterial, das im Rahmen einer umfassenden Überprüfung verfügbarer Informationen zusammengestellt wurde. Diese Informationen beziehen sich auf den Zeitraum 1995-2001 und stammen zum großen Teil, aber nicht ausschließlich aus folgenden Quellen: punktuellen Belegen, Medienberichten, Pressemitteilungen von Unternehmen/Interessenverbänden sowie Berichten und Studien von Organisationen und staatlichen Stellen zu allen Arten von körperlichen Schäden, die durch irgendeine Form von Produktfälschung verursacht wurden. Anhand von Daten über die Beschlagnahmen von US- und EU-Zollbehörden als Indikator der am häufigsten gefälschten Waren mit potenziell schädlichen Gesundheitseffekten konzentrierte sich Forzley auf Arzneimittel, Flugzeug- und Autoteile, Konsumgüter und Tabakwaren. Zur Validierung der Quelle wurde jeder Vorfall unter Heranziehung von sechs Kriterien überprüft: 1. der Identifizierung eines spezifischen Produkts, 2. einer spezifischen Schädigung oder Erkrankung, 3. dem Ort, an dem sich der Vorfall ereignete, 4. der Anzahl der betroffenen Personen, 5. dem Datum des Vorfalls und 6. einer nachweislichen Quelle für den Bericht. Trotz des langen Erhebungszeitraums konnten nur wenige Berichte (21 von 120) nach mindestens vier dieser Kriterien validiert werden. Tabelle 5.5 liefert eine Übersicht über diese Vorfälle.

Im Bereich Luftfahrt erfasst die Federal Aviation Administration (FAA) Daten über nicht zugelassene Flugzeugteile, darunter gefälschte Teile, aber nicht über die durch sie verursachten Schäden. Die meisten Informationen zu diesen Aspekten der Produktpiraterie lassen sich daher nur aus Medienberichten und anderen Einzelberichten beziehen. Anhand der Datenbank des National Transportation Safety Board (NTSB), die Informationen zu jährlichen Unfallberichten in der zivilen Luftfahrt und aus anderen Verkehrsbereichen in den Vereinigten Staaten enthält, stellte Forzley fest, dass bei Unfällen oder Abstürzen im Jahr 1998, bei denen 110 Menschen zu Schaden kamen, gefälschte Teile gefunden wurden.

5.4.2 Verbrauchernutzen

Unter Verbrauchernutzen versteht man den Wert oder die Zufriedenheit, die der Verbraucher mit einem Produkt verbindet. Er ergibt sich hauptsächlich aus der Qualität des Produkts und/oder seiner Leistung unter Berücksichtigung des Kaufpreises. Verbraucher, die – wissentlich oder unwissentlich – gefälschte oder unerlaubt kopierte Produkte erwerben, sind 1. einem erhöhten Gesundheits- und Sicherheitsrisiko ausgesetzt und werden 2., sofern sie beim Kauf getäuscht wurden, in der Regel wahrscheinlich in verschiedener Hinsicht einen geringeren Verbrauchernutzen vorfinden. Für Verbraucher, die wissentlich ein rechtsverletzendes Produkt erwerben, wird der *Verbrauchernutzen* nuanciert ausfallen; bei manchen Produkten ist er besser, bei anderen schlechter.

13. Darüber hinaus ist zu beachten, dass die pharmazeutische Industrie für Produktpiraterie eine breiter gefasste Definition verwendet als die vorliegende Studie; sie umfasst auch nicht normgerechte Produkte, mit denen nicht unbedingt gegen Rechte an geistigem Eigentum verstoßen wird. Es wird davon ausgegangen, dass statistische Angaben über gefälschte Produkte im Allgemeinen auf der breiteren Definition basieren.

Tabelle 5.5 Gesundheitsschädigungen durch gefälschte Produkte

	Ort	Schädigung	Anzahl der Vorfälle	Jahr
Arzneimittel				
Insulin	Wolograd, Russland	Krankenhauseinweisung	1 000	2001
Antibabypille	Brasilien	Ungewollte Schwangerschaft	12	1998
AIDS-Dreifachkombinationstherapie	Brasilien	Panikzustände	120	1998
Androcur	Brasilien	Tod	10	1998
Medikamentenfälschungen, unaufgeschlüsselt	China	Tod	192 000	2001
Viagra	China	Unzufriedene Kunden	Internetkunden	2001
Serostim	USA	Schwellung/Hautausschlag	Einige Patienten	2001
Meningitis-Impfstoff	Niger	Tod	2 500	1995
Medikamente	Vietnam	Tod (Erwachsene)	27	1997
Babypuder	Vietnam	Tod (Kinder)	300	1997
Alkohol				
Schnaps	Vietnam	Tod (Erwachsene)	100	1997
Wodka	Russland	Tod	22	–
Wein	Ägypten	Tod	1	1996
Wodka	Vereinigtes Königreich	Erbblindung	1	1999
Bier	China	Tod	Dutzende	–
Alkohol	China	Tod	Dutzende	Jedes Jahr
Nahrungsmittel/Nährstoffe				
Nahrungsergänzungsmittel	Texas, USA	Gegenteilige Reaktion	Beschwerden	2000
Enfamil	USA	Erkrankung	2	2000
Mit verbotenen Pestiziden besprühte Nahrungsmittel	China	Tod	69	1999
Konsumgüter				
Waschpulver	Vereinigtes Königreich	Kann Verbrennungen verursachen	Keine Angabe	2000
Zigaretten	China	Kopfschmerzen	Keine Angabe	–

Quelle: Forzley (2003).

Da die Qualität und/oder die Leistung gefälschter oder unerlaubt kopierter Produkte in der Regel geringer ist als die der Originalprodukte, sind die negativen Auswirkungen von Produkt- und Markenpiraterie auf den Verbrauchernutzen am Primärmarkt meist besonders ausgeprägt. Der Verbrauchernutzen ist mit Sicherheit für die Verbraucher niedriger, die in der Überzeugung, das Originalprodukt zu erwerben, den vollen Kaufpreis bezahlen. So wird z.B. ein Kunde, der unwissentlich den vollen Preis für ein minderwertiges, gefälschtes Computerbauteil bezahlt, das nicht ordnungsgemäß funktioniert, einen weit geringeren Verbrauchernutzen erhalten als jemand, der das Originalteil erwirbt, das in seiner Funktionsweise den Erwartungen entspricht.

Nuancierter ist die Situation bei Käufern, die das gefälschte oder unerlaubt kopierte Produkt wissentlich am Sekundärmarkt erwerben. Diese Verbraucher, die sich für den Kauf eines rechtsverletzenden Produkts am Sekundärmarkt entscheiden, nehmen für den geringeren Preis bewusst einen Qualitätsabschlag in Kauf; somit sind die Auswirkungen von Produkt- und Markenpiraterie auf den Verbrauchernutzen für diese Verbrauchergruppe eher differenziert.

Sie erwarten bei den am Sekundärmarkt verkauften Fälschungen einen geringeren als den von den Rechteinhabern am Primärmarkt geforderten Preis, wodurch sich wiederum der Verbrauchernutzen erhöht. Sind die Fälschungen von guter Qualität, ergibt sich u.U. ein höherer Verbrauchernutzen als beim teureren Originalprodukt.

Ist die Qualität und/oder die Leistung des am Sekundärmarkt angebotenen rechtsverletzenden Produkts geringer, was in der Regel der Fall ist, könnte der Verbrauchernutzen jedoch geringer sein. Eine minderwertige Uhrenfälschung, die nicht die korrekte Zeit anzeigt und schnell verschleißt, kann für den Verbraucher mit einem geringeren Wert verbunden sein als das Original, selbst wenn die Fälschung zu einem Bruchteil des Preises des Originalprodukts erworben wurde. Diesbezüglich ist hervorzuheben, dass es für Verbraucher oft schwierig ist, die Qualität eines bestimmten, am Sekundärmarkt angebotenen Produkts im Vorfeld einzuschätzen. Sie kennen zwar den Preis, zu dem das gefälschte/unerlaubt kopierte Produkt verkauft wird, können aber die Qualität der meisten gefälschten/unerlaubt kopierten Produkte nur ganz begrenzt abschätzen. Haben sie sich verschätzt, können sie kaum Regressansprüche geltend machen, da für gefälschte/unerlaubt kopierte Produkte in der Regel keine Garantien und Kundendienstleistungen angeboten werden.

Neben den zuvor beschriebenen kurzfristigen Effekten können gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte tiefgreifendere längerfristige Auswirkungen haben. Weniger Innovation seitens der Rechteinhaber kann eine Verlangsamung bei der Verbesserung der Produktqualität bewirken. Dies wiederum verlangsamt auf längere Sicht die Steigerung des Verbraucherswerts. Außerdem werden Verbraucher, die sich des Risikos bewusst sind, unwissentlich nicht normgerechte gefälschte oder unerlaubt kopierte Produkte zu erwerben, u.U. ihre Erwartungen in Bezug auf künftige Käufe senken und dadurch den Verbrauchernutzen verringern, der für sie mit dem Kauf und der Verwendung des betreffenden Produkts verbunden wäre.

Ein weiterer Effekt der Produkt- und Markenpiraterie auf die Kundenzufriedenheit besteht in einem Verlust an Verbrauchervertrauen in bestimmte Marken oder Produktgruppen. Das gilt insbesondere für die Verletzung von Marken- und Urheberrechten und geht mit einem ähnlichen Effekt auf die Rechteinhaber einher (vgl. Kapitel 2, Abschnitt 2.3.3.3 über Markenwert und -image). Soweit sich die Verbraucher der potenziellen Täuschung am Primärmarkt bewusst sind, könnten sie ihre Erwartungen für den künftigen Konsum anpassen. Folglich verringert sich der Gesamtnutzen, der sich für die Verbraucher aus dem Kauf und der Verwendung der Produkte ergibt.

Schließlich zahlen die Verbraucher infolge der Präsenz gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte langfristig u.U. niedrigere Preise für die am Primärmarkt verkauften Originalprodukte. Das ergibt sich aus dem starken Wettbewerbsdruck, den die Rechteinhaber sozusagen vonseiten der Fälscher erfahren können und der letztlich bei den Originalprodukten zu Preissenkungen führen kann. Diese Annahme wird durch die Antworten auf den OECD-Unternehmensfragebogen erhärtet, denn mehr als ein Drittel der Umfrageteilnehmer nannte Preisdruck als eine wesentliche Konsequenz von Produkt- und Markenpiraterie (OECD, 2005a).

5.5 Auswirkungen auf staatlicher Ebene

Auf staatlicher Ebene zeigen sich die Effekte von Produkt- und Markenpiraterie hauptsächlich in Form entgangener Steuereinnahmen und zusätzlicher Kosten für die Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie. Ein weiterer indirekter Effekt betrifft die Schwächung der öffentlichen Institutionen, zu der es kommt, wenn kriminelle Netzwerke öffentliche Amtsträger durch Korruption für ihre illegalen Aktivitäten einspannen.

5.5.1 Steuereinnahmen

Durch das geringere Umsatzvolumen und die niedrigeren Preise infolge von Produkt- und Markenpiraterie verringern sich die Gewinne der Rechteinhaber, so dass weniger Körperschaftsteuereinnahmen anfallen. Auf Grund der niedrigeren Preise verringern sich auch die Umsatz- und Mehrwertsteuerabgaben auf den vom Rechteinhaber realisierten Absatz. Ferner entgehen dem Staat z.T. auch vom Arbeitnehmer zu zahlende Steuern und Abgaben sowie die Zolleinnahmen bei Schmuggelware. Es gibt Fälle, in denen die Steuerverluste z.T. durch höhere Steuerzahlungen der Fälscher und Produktpiraten kompensiert werden können. Der Steuereinzug bei diesen Marktakteuren scheint aber eher schwach zu sein.

Außerdem kann das inländische Steueraufkommen durch aus dem Ausland stammende gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte weiter vermindert werden, da jegliche von den rechtsverletzenden Parteien gezahlten Einkommensteuern einer anderen Steuerbehörde zukommen. Die dem Staat entstehenden Steuerausfälle sind vor allem bei Tabakwaren und alkoholischen Getränken hoch, da für diese Produkte hohe Verbrauchsteuern gelten und der Schmuggel zur Umgehung dieser Steuern weit verbreitet ist.

In den meisten zur Schätzung der Steuereinbußen durchgeführten empirischen Untersuchungen (Kasten 5.3) wird davon ausgegangen, dass die Fälscher und Produktpiraten entweder gar keine Steuern zahlen oder wesentlich weniger als die Rechteinhaber zahlen würden. In Anbetracht der Beteiligung krimineller Netzwerke dürfte diese Vermutung in vielen Fällen zutreffen. Wahrscheinlich nicht zutreffend ist diese Annahme hingegen bei Parteien, die Patente verletzen, da es sich dabei in der Regel um angesehene Konzerne handelt, bei denen erst im Rahmen einer gerichtlichen Auseinandersetzung die Verletzung eines Rechts an geistigem Eigentum festgestellt wird.

Bei den Schätzungen sind eine Reihe von Faktoren zu berücksichtigen: 1. dass kein totaler Steuerverlust entsteht, denn je nach Verkaufsbedingungen und -ort werden u.U. doch Umsatzsteuern und damit verbundene Verbrauchsteuern gezahlt, und wie bereits erwähnt, werden manche Hersteller von rechtsverletzenden Produkten Einkommen- und andere Steuern entrichten, wenn auch in geringerem Umfang, und 2. dass die einem Staat entgangenen Steuern möglicherweise zumindest in gewissem Umfang anderswo gezahlt werden – das ist wahrscheinlich dann der Fall, wenn die Produktion der Fälschungen in einem anderen Sitzland als dem des legalen Herstellers erfolgt.

5.5.2 Kosten für Maßnahmen zur Bekämpfung von Produktpiraterie

Abgesehen von Steuereinbußen entstehen dem Staat auch gewisse andere Kosten im Zusammenhang mit Produkt- und Markenpiraterie. Dazu zählen Ausgaben für Zoll- und sonstige Rechtsdurchsetzungsbehörden sowie Ressourcen, die für die Abwicklung von Gerichtsverfahren benötigt werden. Ferner investieren die Staaten oftmals in Initiativen zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie, beispielsweise in Kampagnen zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit für dieses Problem. Schließlich entstehen erhebliche Kosten in Verbindung mit der Behandlung beschlagnahmter Waren.

5.5.3 Korruption

Wie in Kapitel 3 beschrieben, versuchen kriminelle Netzwerke gelegentlich, durch Bestechung und Erpressung von öffentlichen Amtsträgern Unterbrechungen ihrer Vertriebskanäle und das Risiko einer Bestrafung für ihre illegalen Aktivitäten zu vermindern. Derartige Methoden untergraben die Effektivität der öffentlichen Institutionen, die mit der Rechtsdurchsetzung und anderen staatlichen Aktivitäten (wie Überwachung und Zertifizierung) betraut sind, auf Kosten der gesamten Gesellschaft.

Kasten 5.3 Empirische Untersuchungen zu den Auswirkungen von Produkt- und Markenpiraterie auf die Steuereinnahmen

Ermittlung der entgangenen Steuereinnahmen

Es wurden mehrere Studien durchgeführt, die sich mit den Auswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie unter dem Aspekt der hierdurch entgangenen Steuereinnahmen befassen.

Bei einer für Australien erstellten Untersuchung, in deren Mittelpunkt die Bereiche Spielwaren, Software sowie Computer- und Videospiele standen, hat die Allen Consulting Group (ACG, 2003) die Effekte eines Rückgangs der Produktpiraterie um 33% modelliert. Den Schätzungen der Studie zufolge würde dieser Rückgang dem Staat zusätzliche Steuereinnahmen in Höhe von 34,4 Mio. \$A pro Jahr einbringen. Eine ähnliche Studie über Softwarepiraterie wurde von der IDC (2003) durchgeführt. Ausgehend von einem etwas anderem Ansatz projizierte die IDC Auswirkungen eines Rückgangs der Softwarepiraterie von 2002 bis 2006 um 37% und schätzte die in diesem Zeitraum entstehenden zusätzlichen Steuereinnahmen auf 437 Mio. \$A. Diese Studien sind allerdings sehr eng gefasst und auf einen einzigen Markt und eine Volkswirtschaft begrenzt. Darüber hinaus wurden bei den geschätzten Steuerausfällen hauptsächlich die gewinnabhängigen Unternehmensteuern betrachtet, nicht aber die Mindersteuern im Zusammenhang mit anderen Steuern (z.B. Umsatzsteuer, vom Arbeitnehmer zu zahlende Lohnsteuer).

Bei anderen Studien wurde von Marktmodellen ausgegangen, bei denen die Verbrauchernachfrage ex ante geschätzt wird. Die letztlichen Auswirkungen der Produktpiraterie werden durch einen Vergleich der tatsächlichen Marktergebnisse mit den zu erwartenden Ergebnissen bei nicht vorhandener oder geringerer Produkt- und Markenpiraterie ermittelt. Dieser Ansatz erfordert ein hohes Maß an Genauigkeit bei der Quantifizierung der Markteigenschaften, insbesondere der Nachfrageelastizitäten, die sehr schwer zu schätzende Parameter sind. Hinzu kommt, dass diese Parameter in den verschiedenen Sektoren und Volkswirtschaften erheblich variieren, wodurch sich die Berechnung eines Schätzwerts für das Gesamtergebnis besonders schwierig gestaltet. Dieser Ansatz wurde von Thompson (2004) verwendet, der die Verluste für New York auf 1,03 Mrd. US-\$ schätzte, sowie von der US Chamber of Commerce (2006), die die jährlichen Steuerausfälle in Brasilien infolge der Produktpiraterie im Bekleidungs- und Spielzeugsektor auf mindestens 12 Mrd. Real bezifferte.

5.6 Entwicklungsländer

Wie in Kapitel 3 und 4 dargelegt, erreicht die Produkt- und Markenpiraterie in Entwicklungsländern in der Regel ein größeres Ausmaß, so dass die zuvor geschilderten Auswirkungen in diesen Volkswirtschaften wahrscheinlich stärker ausgeprägt sind. Diese stärkere Verbreitung von Produkt- und Markenpiraterie erklärt sich zum Teil durch die relativ schwache Durchsetzung der geltenden Regelungen zum Schutz geistiger Eigentumsrechte in diesen Ländern (Ostergard, 2000). Da die Handelspartner nun mehr Augenmerk auf die Durchsetzung dieser Rechte legen, werden die Entwicklungsländer unter besonders intensivem Druck stehen, ihre Anstrengungen in diesem Bereich zu verstärken, da es anderenfalls durchaus zu Handelsfraktionen kommen könnte.

Wenngleich die Produkt- und Markenpiraterie keine speziell in Entwicklungsländern auftretenden Auswirkungen hat, sollten doch einige Aspekte hervorgehoben werden. Allerdings beziehen sich diese eher auf die Art der Regulierungen zum Schutz geistiger Eigentumsrechte als speziell auf die Produkt- und Markenpiraterie, da bisher keine Studien zur Analyse des potenziellen Zusammenhangs zwischen dem Ausmaß der Produkt- und Markenpiraterie und der Entwicklung durchgeführt wurden.

Einige Analysen zum Schutz geistiger Eigentumsrechte in Entwicklungsländern befassten sich insbesondere mit den potenziellen Nachteilen starker Schutzrechte (d.h. einem hohen Schutzgrad in Verbindung mit einer strikten Durchsetzung). Nach diesen

Studien können schwache Schutzrechte (oder eine laxer Durchsetzung strenger Vorschriften) in weniger entwickelten Volkswirtschaften diesen helfen, die Technologielücken gegenüber fortgeschrittenen Ländern zu schließen, da wichtige Spillover-Effekte entstehen können, die dazu beitragen, das Wachstum zu stimulieren und den gesellschaftlichen Wohlstand zu verbessern. Die Verfechter dieser Ansicht (z.B. Helpman, 1993; Grossman und Lai, 2004) haben wiederholt auf den Wert verwiesen, den qualitativ hochwertige, patentverletzende Arzneimittel – die zu relativ niedrigen Preisen verkauft werden – für Volkswirtschaften mit niedrigem Einkommensniveau haben können, und auf den Wert, den kostengünstige raubkopierte Software und Bücher für Personen haben können, die sonst keinen Zugang zu diesen Produkten gehabt hätten. Ein weiterer häufig genannter Faktor ist der Effekt, den die Produktion von rechtsverletzenden Produkten auf die Schaffung von Arbeitsplätzen haben kann (ein Überblick dazu findet sich in Dutfield, 2003).

Allerdings wird bei der Auffassung, schwache Schutzrechte könnten den technologischen Aufholprozess beschleunigen, davon ausgegangen, dass mit solchen Transfers keine Kosten verbunden sind. Es gibt jedoch zahlreiche Belege dafür, dass dies nicht der Fall ist (Coe und Helpman, 1995; Benhabib und Spiegel, 2002). Zum Beispiel sind Volkswirtschaften u.U. nur in enger Zusammenarbeit mit ausländischen Zulieferern in der Lage, Technologietransfers zu absorbieren und von ihnen zu profitieren; so bietet ein starker Schutz geistiger Eigentumsrechte einen zusätzlichen Anreiz für ausländische Unternehmen, ihr Know-how weiterzugeben. Überdies können schwache Schutzrechte, wie bereits erwähnt, den Umfang und die Struktur von ADI-Strömen beeinflussen. Unternehmen könnten abgeneigt sein, modernere und interessantere Technologien in Länder zu transferieren, in denen ein hohes Maß an Produktpiraterie herrscht, vor allem wenn es dafür realistische Alternativen gibt. Den Wert starker Schutzrechte für die Förderung von ADI haben Fink und Maskus (2004) sowie Park und Lippoldt (2003) untersucht und dabei einen positiven Zusammenhang festgestellt.

Was die Beschäftigung angeht, so wurde bereits darauf hingewiesen, dass die Verlagerung von Arbeitskräften hin zu Aktivitäten, die mit Produkt- und Markenpiraterie in Verbindung stehen, nicht unbedenklich ist, da die Arbeitsbedingungen dort schlecht sein können; darüber hinaus profitieren von den rechtsverletzenden Operationen hauptsächlich kriminelle Netzwerke, die an einer Vielzahl illegaler Aktivitäten beteiligt sind. Die der Gesellschaft entstehenden Kosten in Verbindung mit der Bereitstellung zusätzlicher finanzieller Ressourcen für solche Netzwerke können die scheinbaren Vorteile, die sich aus der Schaffung zusätzlicher Stellen ergeben, bei weitem überwiegen.

Schließlich sind die Regulierungen bezüglich der Schutzrechte sowohl für inländische als auch ausländische Rechteinhaber von Bedeutung. Schwache Systeme, die Produkt- und Markenpiraterie tolerieren, untergraben unweigerlich die Innovationstätigkeit vor Ort. In Entwicklungsländern sind die Leidtragenden schwacher Schutzrechte wahrscheinlich vor allem innovative kleine und mittlere Unternehmen, die in den meisten Volkswirtschaften einen Großteil der neuen Arbeitsplätze schaffen.

Literaturverzeichnis

- A.T. Kearney (2005), *Foreign Direct Investment Confidence Index*, Global Business Policy Council, Vol. 8.
- Akerloff, G. (1970), "The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism", *Quarterly Journal of Economics*, S. 488-500.
- ACG (2003), "Counterfeiting of Toys, Business Software, and Computer and Video Games", Bericht an die Australian Toy Association, the Business Software Association of Australia and the Interactive Entertainment Association of Australia, Allen Consulting Group, Sydney.
- Benhabib, J. und M. Spiegel (2002), "Human Capital and Technology Diffusion", *FRSBF Working Paper*, No. 2003-02.
- Bezmen, T.L. und C.A. Depken (2005), "The Impact of Software Piracy on Economic Development", Konferenzunterlagen, Academy of Economics and Finance.
- Branstetter, L.G. et al. (2004), "Do Stronger Intellectual Property Rights Increase International Technology Transfer? Empirical Evidence from U.S. 50 Firm-Level Panel Data", *World Bank Policy Research Working Paper*, No. 3305.
- BSA (2005), *Second Annual BSA and IDC Global Piracy Study*, Business Software Alliance.
- CEBR (2000), *The Impact of Counterfeiting on Four Key Sectors in the European Union*, Centre for Economic and Business Research, London.
- Coe, D. und E. Helpman (1995), "International R&D Spillovers", *European Economic Review*, 39: 859-887.
- Dutfield, G. (2003), *Literature Survey on Intellectual Property Rights and Sustainable Human Development*, Department for International Development (DFID), Vereinigtes Königreich.
- ECN (Economist Corporate Network) (2005), *China: Intellectual Property Rights. Protecting assets in the information, communications and entertainment market*, Branchenberichte exklusiv für KPMG in China and Hong Kong SAR, ECN.
- Europäische Union, Steuern und Zollunion (2006), *Gemeinschaftsweite Statistiken 2005*, http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/customs/customs_controls/counterfeit_piracy/statistics/counterf_comm_2005_en.pdf.
- Feinberg, R.M. und D.J. Rousslang (1990), "The Economic Effects of Intellectual Property Rights Infringements", *The Journal of Business*, Vol. 63, No. 1, Part 1.
- Fink C. und K.E. Maskus (Hrsg.) (2004), *Intellectual Property and Development: Lessons from Recent Economic Research*, Oxford University Press und Weltbank, Oxford and Washington D.C.
- Forzley, M. (2003), *Counterfeit Goods and The Public's Health And Safety*, International Intellectual Property Institute, Washington D.C.
- Ginarte, J.C. und W.G. Park (1997), "Determinants of Intellectual Property Rights: a Cross-National Study", *Research Policy*, Vol. 26.
- Gould, D.M. und W.C. Gruben (1996), "The Role of Intellectual Property Rights in Economic Growth," *Journal of Economic Development*, 48: 323-350.
- Greenaway, D., R. Falvey und N. Foster (2006) "Intellectual Property Rights and Economic Growth" *Journal of Economic Development*, Vol. 10, Issue 4.
- Grossman, G. und E. Lai (2004), "International Protection of Intellectual Property", *American Economic Review*, Vol. 94, Issue 5.
- Helpman, E. (1993), "Innovation, Imitation, and Intellectual Property Rights", *Econometrica*, 61: 1247-80.
- Heston, A., R. Summers und B. Aten (2006), *Penn World Table Version 6.2*, Center for International Comparisons of Production, Income and Prices, University of Pennsylvania.
- Hui, K. L. und I. Png (2003), "Piracy and the Legitimate Demand for Recorded Music", *Contributions to Economic Analysis & Policy*, Vol. 2, Issue 1.
- IACC (2005), *The Negative Consequences of International Intellectual Property Theft: Economic Harm, Threats to the Public Health and Safety, and Links to Organized Crime and Terrorist Organizations*, White Paper of the International Anti-Counterfeiting Coalition, verfügbar unter http://www.iacc.org/resources/IACC_WhitePaper.pdf.

- IDC (2003), *Expanding Global Economies: The Benefits of Reducing Software Piracy*, IDC.
- IDC (2005), Internet Commerce Market Model (ICMM) v.10.1, Oktober, International Data Group
- IFPI (2005), *The Recording Industry 2005 Commercial Piracy Report*, International Federation of Phonographic Industries.
- INTA (1998), *The Economic Impact of Trademark Counterfeiting and Infringement*, International Trademark Association, New York.
- IPI (2006), *The True Cost of Motion Picture Piracy to the U.S. Economy*, IPI Policy Report # 186, Institute for Policy Innovation.
- Kanwar, S. und R. Evenson (2003), "Does intellectual property protection spur technological change?", *Oxford Economic Papers*, Oxford University Press, Vol. 55(2), S. 235-264.
- Lerner, J. (2002), "Patent Protection and Innovation over 150 Years", *NBER Working Paper*, No. 8977.
- Mansfield, E. (1994), "Intellectual Property Protection, Foreign Direct Investment, and Technology Transfer", *International Finance Corporation Discussion Paper*, No. 19, International Finance Corp.
- Markusen, J.R. und K. Maskus (2001), "A Unified Approach to Intra-Industry Trade and Direct Foreign Investment", *NBER Working Papers*, 8335, National Bureau of Economic Research.
- Maskus, K.E. und M. Penubarti (1995), "How trade-related are intellectual property rights?", *Journal of International Economics*, Elsevier, Vol. 39(3-4), S. 227-248, November.
- Nunnenkamp, P. und J. Spatz (2003), "Intellectual Property Rights and Foreign Direct Investment: The Role of Industry and Host-Country Characteristics", *Kiel Working Paper*, No. 1167.
- Stephens, W., A. Calder, J. Newton (2005), "Source and Health Implications of High Toxic Metal Concentrations in Illicit Tobacco Products", *Environ. Science, Technology*, 39: 479-488.
- Ostergard, R.L. (2000), The Measurement of Intellectual Property Rights Protection, *Journal of International Business Studies*, Vol. 31, No. 2: 349-360.
- OECD (2005a), Antworten auf den OECD-Unternehmensfragebogen, nicht veröffentlicht.
- OECD (2005b), Antworten auf den OECD-Länderfragebogen, nicht veröffentlicht.
- OECD (2006), Antworten auf den OECD-Fragebogen für die Zollverwaltungen, nicht veröffentlicht
- Park, W.G. und D. Lippoldt, (2003), "The Impact of Trade-Related Intellectual Property Rights on Trade and Foreign Direct Investment in Developing Countries", *OECD Papers: Special Issue on Trade Policy*, Vol. 4, No. 11, Issue 294.
- Primo Braga, C. und C. Fink, (1999), "How Stronger Protection of Intellectual Property Rights Affects International Trade Flows", *World Bank Policy Research Working Paper*, No. 2051.
- Rapp, R.T. und R.P. Rozek (1990), "Benefits and costs of intellectual property protection in developing countries", *Journal of World Trade*, Vol. 24, No. 5.
- Rushing, F.W. & M.A. Thompson (1996), "An Empirical Analysis of the Impact of Patent Protection on Economic Growth", *Journal of Economic Development*, Vol. 21, Issue 2.
- Shy, O. und J.-F. Thisse (1999), "A Strategic Approach to Software Protection", *Journal of Economics & Management Strategy*, Blackwell Publishing, Vol. 8(2), S. 163-190.
- Slive J. und D. Bernhardt (1998), "Pirated for Profit", *Canadian Journal of Economics*, Canadian Economics Association, Vol. 31(4), S. 886-899, November.
- Smarzynska Javorcik, B. (2004), "The composition of foreign direct investment and protection of intellectual property rights: Evidence from transition economies", *European Economic Review*, Vol. 48(1), S. 39-62, Februar.
- Smith, P.J. (1999), "Are Weak Patent Rights a Barrier to U.S. Exports?", *Journal of International Economics*, 48.
- Smith, P.J. (2001), "How do foreign patent rights affect U.S. exports, affiliate sales and licenses?", *Journal of International Economics*, 55.
- Thompson, Jr., W.C. (2004), *Bootleg Billions – The Impact of the Counterfeit Goods Trade on New York City*, City of New York Office of the Comptroller, November.
- US Chamber of Commerce (2006), *Global anti-Counterfeiting and Piracy Initiative*.

Kapitel 6

VERBESSERUNG DER INFORMATIONEN UND ANALYSEN

Die verfügbaren Informationen über Produkt- und Markenpiraterie sind weit von dem entfernt, was für robuste Analysen und die politische Entscheidungsfindung benötigt wird. Daher befasst sich dieses Kapitel mit Möglichkeiten für eine Verbesserung und Verbreiterung der diesbezüglichen Informationsgrundlagen. Es enthält auch Vorschläge in Bezug darauf, wie die Messtechniken verfeinert werden könnten, um exaktere globale und sektorspezifische Schätzungen über Ausmaß, Spektrum und Effekte der Rechtsverletzungen auf die Volkswirtschaften zu liefern. Abschließend werden drei Bereiche herausgestellt, denen Priorität gelten sollte: 1. Verbesserung der Informationen, die von den Rechtsdurchsetzungsbehörden (d.h. den Zollverwaltungen und anderen für die Rechtsdurchsetzung zuständigen Behörden) erhältlich sind, 2. Entwicklung eines Rahmenkonzepts für die Erfassung von Informationen über die Effekte, die gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte auf die Gesundheit und die Sicherheit der Verbraucher ausüben, sowie 3. verstärkter Einsatz von Erhebungen, um grundlegende Informationen von Rechteinhabern, Verbrauchern und staatlichen Stellen zu sammeln.

Weitaus mehr zusätzliche Analysen können und sollten vorgenommen werden, um das Ausmaß von Produkt- und Markenpiraterie und deren Effekte auf die Gesamtwirtschaft sowie die Rechteinhaber, die Verbraucher und den Staat besser zu verstehen. Bei der Durchführung solcher Untersuchungen sollten die den Ansätzen zu Grunde liegenden Annahmen wie auch die ökonomischen Argumente klar definiert sein; Transparenz ist hier oberstes Gebot. Die Ergebnisse sollten auf ihre Plausibilität überprüft und soweit möglich Sensitivitätsanalysen unterzogen werden, um festzustellen, wie Veränderungen der wichtigsten Annahmen die Ergebnisse beeinflussen.

6.1 Informationsgewinnung

Informationen über Ausmaß, Spektrum, Effekte und Bestimmungsfaktoren der Produkt- und Markenpiraterie sind unerlässlich, um sich ein Bild von der Art der hier bestehenden Probleme und der Entwicklung der Situation zu verschaffen. Solche Informationen bilden eine wesentliche Grundlage für die Konzipierung und Umsetzung wirksamer Politiken und Maßnahmen zur Bekämpfung der illegalen Aktivitäten.

Wie nachstehend erörtert, gibt es zahlreiche Möglichkeiten, die Qualität und Quantität der Informationen über Produkt- und Markenpiraterie zu verbessern. Um ihren Wert und ihre Nutzbarkeit zu maximieren, sollte die Informationsgewinnung 1. systematisch, 2. vergleichbar und 3. umfassend sein. Darüber hinaus sollten die Informationen soweit wie möglich, allen interessierten Parteien zugänglich gemacht werden.

- *Systematisch.* Untersuchungen zu Entwicklungen und Trends in der Produkt- und Markenpiraterie setzen voraus, dass Daten regelmäßig im Zeitverlauf gesammelt werden.

- *Vergleichbar.* Eine konsistente Datensammlung ist wesentlich, um die Datenvergleichbarkeit zwischen den Unternehmen, Sektoren und Volkswirtschaften zu gewährleisten. Die Möglichkeiten zur Durchführung ökonomischer Analysen im Rahmen dieses Projekts wurden durch die Inkompatibilität der Datensätze zwischen den einzelnen Volkswirtschaften ernsthaft eingeschränkt.
- *Umfassend.* Anstrengungen zum Erhalt grundlegender Informationen sollten umfassend angelegt sein und sich auf so viele verschiedene Messstellen wie möglich stützen. Bei der Gewinnung von Informationen über Ausmaß und Spektrum sollten potenzielle Quellen z.B. Daten liefern, die in vier Stadien, d.h. bei Produktion, Vertrieb, Verkauf und Konsum, erfasst werden könnten (Kasten 6.1).

Kasten 6.1 **Potenzielle Quellen für Informationen über Ausmaß und Spektrum von Produkt- und Markenpiraterie**

Die Gewinnung von Informationen über Ausmaß und Spektrum sollte sich möglichst auf mehrere Messstellen stützen.

Produktion: Informationen über die Produktion können sich aus unterschiedlichen Quellen zusammensetzen, wobei auch Faktorinputs aufschlussreich sein können. Wenn die Herstellung eines gefälschten Produkts einen spezifischen Input erfordert, der relativ einfach zu erfassen oder zu berücksichtigen ist, erleichtern Informationen über seinen Einsatz u.U. die Schätzung der Produktion von Fälschungen. Ein Beispiel könnte die Verwendung von beschreibbaren CDs bei der Herstellung von illegal kopierten Musik-CDs sein. Aufschlüsse über die Produktion von Fälschungen lassen sich auch anhand von Informationen über rechtliche Schritte gegen illegale Hersteller sowie Informationen über Fahndungsaktionen, Ermittlungen und Beschlagnahmen vor Ort gewinnen.

Vertrieb: Ferner können Informationen beim Transit von Waren innerhalb der Länder oder beim Grenzübertritt gewonnen werden. Grenzüberschreitende Lieferungen sind eine besonders vielversprechende Informationsquelle, da sie den Kontrollen der Zollbehörden in dem Empfänger- und/oder dem Herkunftsland unterliegen. In vielen Fällen stellen die Zollbehörden die einzige offizielle Instanz dar, die Informationen über gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte auf einer systematischen Basis sammelt.

Verkauf: Der Verkauf von gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten bezieht sich auf die tatsächliche Transaktion zwischen dem Verkäufer und dem Endkunden. Informationen können dabei aus Stichproben hervorgehen, z.B. anhand von Stichprobenkäufen auf Märkten, die im Verdacht stehen, rechtsverletzende Waren anzubieten, aus Erhebungen bei Endverbrauchern sowie aus Angaben über Produkte, die bei Razzien auf Märkten beschlagnahmt wurden. Eine andere potenzielle Quelle könnte die Erfassung von gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten darstellen, die über das Internet verkauft werden.

Konsum: Aufschlüsse über die Produkt- und Markenpiraterie sind zudem durch eine Fokussierung auf den tatsächlichen Konsum, die Produktverbreitung oder den Austausch von rechtsverletzenden Produkten unter den Verbrauchern erhältlich. Der Konsum kann auch als guter Ausgangspunkt für die Gewinnung besserer Informationen über nicht normgerechte Fälschungen dienen, die vermarktet werden, soweit sich die Verbraucher darüber im Klaren sind, dass es sich bei dem Produkt um eine Kopie handelt.

6.1.1 Informationen über Produktverletzungen

Informationen über Produktverletzungen sind eine hervorragende Quelle für die Ermittlung des Spektrums von Produkt- und Markenpiraterie. Wie in Kapitel 4 und 5 gezeigt wird, können Daten über Rechtsverletzungen überdies dafür herangezogen werden, indirekte Messgrößen für das Ausmaß und die Effekte von Produkt- und Markenpiraterie zu etablieren. Bedauerlicherweise sind die derzeit verfügbaren Datensätze inkonsistent und unvollständig.

Das *Customs Enforcement Network* (CEN), ein Berichterstattungsrahmen, der von den Zollbehörden durch die Weltzollorganisation (WZO) entwickelt wurde, bietet einen der vielversprechendsten Ansätze zur Verbesserung der Informationen über Rechtsverletzungen. Der Rahmen legt die Parameter für die Berichterstattung über beschlagnahmte/aufgegriffene Produkte fest (Kasten 6.2).

Kasten 6.2 Wichtigste Elemente des WZO-Berichterstattungsrahmens

- Detaillierte Beschreibung der betreffenden Produkte
- Datum der Beschlagnahme/des Aufgriffs
- Einzelhandelspreis des Produkts
- Menge des Produkts (Anzahl der Artikel oder Gewicht usw.)
- Art der IPR-Verletzung (Patent, Marke, Urheberrecht usw.)
- Herkunft des Produkts
- Transportweg des Produkts (vom Herkunfts- ins Zielland)
- Art des Verstecks (sofern relevant) und
- Aufdeckungsmethode

Die WZO veröffentlichte 2006 ihre erste globale Studie über Produkt- und Markenpiraterie, die sich ausschließlich auf Informationen aus dem CEN-Netzwerk stützte (WZO, 2006). Darin stellt die WZO fest, dass die Nutzung des Systems mit der stärkeren Betonung der Bedeutung von CEN deutlich zugenommen hat; einige Länder sind bei der Berichterstattung jedoch noch immer inaktiv.

Mit relativ wenigen Änderungen könnte der Rahmen als Muster übernommen und genutzt werden von 1. anderen Rechtsdurchsetzungsbehörden für die Erfassung von Verstößen gegen geistige Eigentumsrechte und 2. der Industrie für die Zusammenstellung damit zusammenhängender Informationen. Das Harmonisierte System der WZO bietet z.B. eine kodierte Nomenklatur für über 5 200 Artikel; die Verwendung dieser Nomenklatur auf der detaillierten sechsstelligen Gliederungsebene würde dringend benötigte Einzelheiten über die aufgegriffenen/beschlagnahmten Produkte liefern.

Neuere Initiativen zur Datengewinnung umfassen den Aufbau einer Interpol-Datenbank¹, die durch Informationen von Privatunternehmen gespeist wird. Die darin aufgenommenen Daten sollen den Rechtsdurchsetzungsbehörden weltweit zugänglich gemacht werden, um sie bei ihren Ermittlungen über die Kriminalität im Bereich geistiger Eigentumsrechte zu unterstützen.

6.1.2 Informationen über Gesundheits- und Sicherheitseffekte

Es gibt zahlreiche Berichte über die negativen Auswirkungen, die gefälschte Produkte auf die öffentliche Gesundheit und Sicherheit haben können. Die Berichte weisen jedoch einen begrenzten Untersuchungsrahmen auf. Daher bedarf es eines systematischeren und weitreichenderen Ansatzes zur Datengewinnung in diesem Bereich, wie dies auf der ersten OECD/WIPO-Sachverständigentagung über Produkt- und Markenfälschung hervorgehoben wurde.

1. www.interpol.int/Public/FinancialCrime/IntellectualProperty/Default.asp.

Auf dieser Tagung wurde ein System zur Gewinnung von Informationen über gefälschte Arzneimittel vorgestellt (Liang, 2005). Danach sollen Patienten, Ärzte und Lieferanten Inputs für ein Berichtssystem über Patientensicherheit (*Patient Safety Reporting System*) zur Verfügung stellen. Die Berichterstattung würde sich mithin nicht auf Fachkräfte und Rechteinhaber beschränken, sondern auch die Verbraucher mit einbeziehen. Zur Erleichterung der Berichterstattung sollten Vorkehrungen getroffen werden, um Inputs per E-Mail, Internet (über webbasierte Formulare), Post oder Fax zu übermitteln. Wenngleich dieses System speziell auf Arzneimittel ausgerichtet ist, könnte es doch breitere Anwendung finden.

Eine weitere von Forzley (2003) vorgebrachte Idee bestünde darin, eine bessere Plattform für die allgemeine Datengewinnung zu schaffen, und zwar durch Einrichtung eines Systems, das den Verbrauchern durch gefälschte Produkte zugefügte Schäden im Rahmen der Krankheitsklassifikationen im öffentlichen Gesundheitswesen als unbeabsichtigte Verletzungen registriert. Der erste Schritt in diese Richtung würde die Einführung von Codes für durch gefälschte Produkte verursachte Schäden in der Internationalen Klassifikation der Krankheiten (ICD) implizieren. Dem sollte eine Verbesserung der Systeme folgen, die für Erstellung und Monitoring von statistischen Daten über Gesundheit und Sicherheit in den Bereichen Verkehr, Nahrungsmittel, Getränke, Arzneimittel und Konsumgüter eingesetzt werden. Diese Systeme sollten Unfälle, Verletzungen und Todesfälle erfassen, die durch gefälschte Produkte verursacht werden.

Gewisse Fortschritte konnten in Bezug auf eine systematischere Sammlung von Daten über die Effekte erzielt werden, insbesondere in der Pharmabranche. Die International Medical Products Anti-Counterfeiting Taskforce (IMPACT)², die kürzlich von der Weltgesundheitsorganisation (WHO) gegründet wurde, hat u.a. zum Ziel, zugängliche und verlässliche Informationen über Art und Ausmaß des Problems zu generieren. Die Taskforce hat das Verfahren und die Instrumente für die Berichterstattung über gefälschte Arzneimittel vereinfacht, und die Datensammlung wird nun durch das Rapid Alert System (RAS)³, eine webbasierte, für alle interessierten Parteien zugängliche Berichterstattungsplattform, erleichtert.

6.1.3 Zusätzliche Informationen durch Einsatz von Erhebungen, Stichprobenverfahren und ökonomischen Experimenten

Andere Arten von Informationen über Produkt- und Markenpiraterie könnten gewonnen werden durch: 1. Erhebungen, 2. Stichproben und 3. ökonomische Experimente.

6.1.3.1 Erhebungen

Erhebungen sind eine potenziell reichhaltige Quelle für die Gewinnung verschiedenartiger Informationen. Erhebungen können bei Verbrauchern, Rechteinhabern, Zwischenhändlern, staatlichen Stellen und Organisationen durchgeführt und zur Sammlung von Informationen über Spektrum, Ausmaß und Effekte von Produkt- und Markenpiraterie genutzt werden. Sie sind auch ein nützliches Instrument, um Informationen über Verbraucherverhalten und über Unternehmensansichten einzuholen.

Ein großer Vorteil der Erhebungen liegt in ihrer Flexibilität, d.h. darin, dass sie so konzipiert werden können, dass sie Informationen über eine sehr breite Palette von Faktoren liefern – sowohl in quantitativer als auch in qualitativer Hinsicht – und gleichzeitig den

2. www.who.int/medicines/services/counterfeit/en/

3. <http://218.111.249.28/ras/default.asp>

Einsatz zahlreicher Kontrollvariablen (z.B. Geschlecht, Alter und/oder Einkommen) ermöglichen. Dabei hängt jedoch viel von der Art der Fragestellung und der Bereitwilligkeit der Befragten ab, präzise Antworten zu geben; dies könnte ein Problem darstellen, da es den Befragten u.U. widerstrebt, in vollem Umfang über rechtswidriges Verhalten zu berichten. Darüber hinaus sind die Unternehmen möglicherweise nicht bereit, Informationen preiszugeben, die ihren kommerziellen Interessen schaden könnten. Erhebungen müssen daher sorgfältig konzipiert und so ausgerichtet sein, dass sie Informationen über diejenigen Merkmale liefern, die für die Analyse wichtig sind. Ein klar definiertes und messbares Forschungsziel ist mithin von entscheidender Bedeutung.

Um ihren Wert zu steigern, sollten Erhebungen in höchstmöglichem Maße standardisiert werden. Die Standardisierung würde länder- und sektorübergreifende Analysen erleichtern. Schließlich würden regelmäßige Wiederholungen der Erhebungen Möglichkeiten bieten, die Entwicklungen im Zeitverlauf zu verfolgen.

6.1.3.2 Erhebungen bei Verbrauchern

Verbrauchererhebungen können eingesetzt werden, um Informationen über die Erfahrung zu gewinnen, die Verbraucher mit gefälschten/unerlaubt kopierten Produkten und ihren Effekten gemacht haben, ob sie diese nun wissentlich gekauft haben oder getäuscht worden sind. Solche Erhebungen vermitteln zudem Aufschlüsse darüber, 1. welche gefälschten/unerlaubt kopierten Produkte wie oft und in welcher Menge von den Verbrauchern wissentlich gekauft wurden, 2. welche Motive hinter solchen Käufen standen und 3. auf welchen Wegen die Produkte erworben wurden. Schließlich können Verbrauchererhebungen auch dazu dienen, Informationen über das Verhalten und die Einstellung der Verbraucher einzuholen.

6.1.3.3 Erhebungen bei Rechteinhabern

Erhebungen bei Rechteinhabern können eingesetzt werden, um Informationen zu folgenden Punkten zu erhalten: 1. die Situation im Bereich Produkt- und Markenpiraterie insgesamt und auf verschiedenen Produktmärkten, 2. die Auswirkungen, die Produkt- und Markenpiraterie auf Umsätze, Investitionen, Kosten, Markenwert usw. hat, 3. die Aktionen, die die Wirtschaft zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie unternimmt, und 4. die Situation im Bereich Produkt- und Markenpiraterie in verschiedenen Volkswirtschaften.

6.1.3.4 Erhebungen bei staatlichen Stellen

Erhebungen bei staatlichen Stellen können ebenfalls als ein Instrument dienen, mit dem Informationen über die Situation im Bereich Produkt- und Markenpiraterie gewonnen werden können. Werden die Erhebungen in regelmäßigen Abständen durchgeführt, können sie Aufschlüsse darüber geben, wie sich die Politiken und Programme entwickeln, und als Monitoring-Instrument für die Wirksamkeit solcher Politiken und Programme in den betreffenden Volkswirtschaften eingesetzt werden. Schließlich könnten derartige Erhebungen Inputs liefern, die als Grundlage für eine Stärkung des internationalen Dialogs genutzt werden können. Sie könnten auch als Katalysator für Verbesserungen der nationalen und internationalen Politiken dienen.

6.1.4 Stichproben

Durch gezielte oder zufällige Stichproben zu überprüfen, ob gekaufte Produkte Rechte des geistigen Eigentums verletzen, ist in Theorie eine der besten Techniken, die angewandt werden können, um exakte Messungen über das Ausmaß von Produkt- und

Markenpiraterie zu erhalten. Diese Technik setzt bei den Verkaufsstellen an und ist somit nicht konsumorientiert, sondern vielmehr auf den Vertrieb und die allgemeine Produktverfügbarkeit ausgerichtet. Von daher gesehen ist sie besonders nützlich, um Informationen über Produktbereiche zu gewinnen, in denen das Verbraucherbewusstsein gering ist oder in denen es keine (oder nur begrenzte) Möglichkeiten gibt, Erhebungsergebnisse zu validieren.

Ebenso wie Erhebungen weisen Stichprobenverfahren Grenzen auf. Um valide Schätzungen zu erzielen, muss eine Stichprobe für eine bestimmte Produktkategorie vorgenommen werden. Darüber hinaus muss sich die Stichprobenahme auf einen repräsentativen Kreis von Verkaufs-/Vertriebsstellen erstrecken. Andernfalls sind die Ergebnisse verzerrt. Vorabinformationen über die Märkte für gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte sind daher nützlich. Die Ziehung von Stichproben bei nur wenigen Produkten ist schon eine umfassende Aufgabe, und eine Ausdehnung des Analyserahmens würde einen beträchtlichen Zeit- und Kostenaufwand erfordern.

Die Stichprobenergebnisse liefern nicht nur Aufschlüsse über die Präsenz von Produktverletzungen, sie können auch zur Schätzung der Gesamtnachfrage nach den jeweiligen rechtsverletzenden Waren herangezogen werden. Dabei kann so vorgegangen werden, dass die Stichprobenquote der gefälschten und unerlaubt kopierten Produkte auf die tatsächlich verzeichneten oder die geschätzten Verkaufszahlen für jede relevante Verkaufs-/Vertriebsstelle bezogen wird. Als Beispiele für Untersuchungen, bei denen direkte Stichprobenmethoden verwendet wurden, sind die früheren Messungen der Motion Picture Association (MPA) im Bereich der Filmpiraterie (IACC, 2005) sowie Studien über gefälschte Medikamente in Myanmar und Vietnam (WHO, 1999) und China (Clark, 2003) zu nennen.

6.1.5 Ökonomische Experimente

Ein ökonomisches Experiment kann als eine Kombination aus einer klassischen Erhebung und einem Laborexperiment angesehen werden. Der experimentelle Teil besteht darin, dass die „Erhebung“ eine Art Anreizsystem⁴ beinhaltet, das darauf ausgerichtet ist, Präferenzen und/oder Verhaltensweisen der Teilnehmer zu enthüllen. In Bezug auf die Produkt- und Markenpiraterie können solche Mechanismen nützlich sein, um aufzuzeigen, wie die Probanden in dem Experiment Fälschungen gegenüber Originalprodukten bewerten; die Ergebnisse können dazu beitragen festzustellen, welche Beträge die Verbraucher für diverse gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte unter verschiedenen Umständen zu zahlen bereit sind.

Die Experimente werden durchgeführt, um individuelle Präferenzen unter kontrollierten Laborbedingungen zu identifizieren. Während eines Experiments werden die Probanden im Wesentlichen daraufhin getestet, unter welchen Bedingungen sie ein gefälschtes/unerlaubt kopiertes Produkt kaufen würden.

Die wichtigsten Elemente im Hinblick auf die Konzeption eines ökonomischen Experiments sind:

- *Transparenz.* Die Anweisungen und Regeln müssen einfach, klar und leicht nachzuvollziehen sein.
- *Keine Täuschung.* Die Teilnehmer sollten von der Person, die das Experiment durchführt, nicht getäuscht werden.

4. Diese Systeme oder Verfahren, die häufig als BDM-Mechanismus bezeichnet werden, wurden erstmals von Becker, DeGroot und Marschak (1964) eingesetzt und sind zusammen mit ihrer Anwendung in modernen Volkswirtschaften weiterentwickelt worden. Wegen allgemeiner Erläuterungen zur experimentellen Ökonomik vgl. Kagel und Roth (1995)

- *Kontextunabhängigkeit.* Das Umfeld, in dem das Experiment stattfindet, sollte so neutral wie möglich sein, um mögliche Framing-Effekte bei den Teilnehmern zu vermeiden.

Die aus solchen Experimenten gewonnenen Informationen können dazu verwendet werden, Reaktionen auf Veränderungen der Nachfrage nach Originalprodukten, die sich bei unterschiedlichen Piraterie-Raten ergeben würden, zu schätzen oder vorherzusagen. Die Kenntnis solcher Zusammenhänge spielt bei Analysen der Effekte von Produkt- und Markenpiraterie auf die Rechteinhaber eine wichtige Rolle, mit Hilfe traditioneller ökonomischer und ökonometrischer Instrumente ist sie aber schwer zu gewinnen.

6.2 Verbesserung der Analysen

Es können und sollten weitaus mehr Analysen vorgenommen werden, um zu einem besseren Verständnis in Bezug auf das Ausmaß von Produkt- und Markenpiraterie und ihre gesamtwirtschaftlichen Effekte sowie die Auswirkungen auf Rechteinhaber, Verbraucher und Staat zu gelangen. Diesbezüglich bieten sich vor allem auf Sektorebene vielversprechende Möglichkeiten. Solche Analysen sind für die Konzipierung wirksamer Politiken und Programme zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie von entscheidender Bedeutung.

Bei den Ansätzen für derartige Analysen sollte eine Reihe von grundlegenden Prinzipien Beachtung finden: 1. genaue Beschreibung der Annahmen, 2. klare Darlegung der ökonomischen Argumente, 3. soweit wie möglich, Überprüfung der Ergebnisse auf Plausibilität unter Verwendung alternativer Schätzverfahren, 4. Durchführung von Sensitivitätsanalysen, um Aufschlüsse über die potenzielle Variabilität der Ergebnisse zu erhalten, und 5. Austausch mit interessierten Parteien über Einzelheiten des analytischen Ansatzes mit dem Ziel einer Ausweitung und Verbesserung künftiger Analysen.

6.2.1 Untersuchung der Bestimmungsfaktoren

Wie in Kapitel 2 ausgeführt, spielen die Merkmale eines Produkts bei der Bestimmung des Umfangs, in dem es hergestellt und auf Primär- und/oder Sekundärmärkten konsumiert wird, eine wichtige Rolle. Desgleichen sind institutionelle Faktoren bei der Bestimmung des Umfangs von Produktion und Konsum in den einzelnen Volkswirtschaften von erheblicher Bedeutung. Eine Untersuchung der jeweiligen Faktoren (Determinanten), selbst auf einer qualitativen nichtempirischen Basis, kann Einblicke in die Situation im Bereich Produkt- und Markenpiraterie bei unterschiedlichen Erzeugnissen und in verschiedenen Volkswirtschaften verschaffen. Im Fall produktspezifischer Untersuchungen können die Ergebnisse 1. Aufschluss darüber geben, wie die Ansätze zur Messung des Ausmaßes strukturiert sein sollten, und 2. Bereiche aufzeigen, auf die sich Anstrengungen zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie konzentrieren sollten. Bei Untersuchungen auf der Ebene der Gesamtwirtschaft können die Ergebnisse die Identifizierung von Möglichkeiten erleichtern, mit denen sich die Wirksamkeit von Politiken zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie steigern lässt.

6.2.2 Sektorspezifische Analysen – Schätzung von Ausmaß und Effekten

Wie bereits erwähnt, sind die Möglichkeiten für die Schätzung des Ausmaßes von Produkt- und Markenpiraterie auf Unternehmens- und/oder Sektorebene größer als auf gesamtwirtschaftlicher Ebene; dies gilt ebenfalls im Hinblick auf die Effekte. Verbesserte Informationen können Aufschlüsse liefern, darüber hinaus kann aber auch die Analyse

durch die Entwicklung ökonomischer Modelle weiter verbessert werden. Solche Modelle müssen unter Berücksichtigung der Merkmale der betreffenden Sektoren konstruiert werden.

6.2.3 Schätzung des Ausmaßes

Es gibt zwei grundlegende Ansätze, die angewandt werden können, um das Ausmaß mit Hilfe von Modellen zu schätzen: den direkten und den indirekten Ansatz.

6.2.3.1 Direkter Ansatz

Eine einfache Technik zur Untersuchung des Ausmaßes von Produkt- und Markenpiraterie in einem gegebenen Sektor besteht in der direkten Schätzung der Herstellung und/oder des Konsums eines gegebenen rechtsverletzenden Produkts.

Dieses Schätzverfahren stützt sich auf Informationen, die über Produktverletzungen gewonnen wurden, z.B. durch beschlagnahmte Fälschungen oder Ergebnisse von Stichprobenahmen. Im Wesentlichen werden diese Informationen als Hilfsindikator für die rechtsverletzende Aktivität behandelt und können unter bestimmten Bedingungen auf die gesamte Population ausgedehnt werden, um eine Schätzung des Gesamtausmaßes zu erhalten. Ein Beispiel für diese Art von Analyse ist in der MPA-Studie dargestellt, in der die Piraterie-Rate für die Filmbranche geschätzt wird (IACC, 2005).

6.2.3.2 Indirekter Ansatz

Der indirekte Ansatz zur Untersuchung des Ausmaßes von Produkt- und Markenpiraterie erfordert die Schätzung des Gesamtverbrauchs (der Gesamtproduktion) eines gegebenen Produkts, was sowohl die authentischen als auch die rechtsverletzenden Erzeugnisse umfasst, sowie die Messung des legalen Konsums (der legalen Herstellung). Die Differenz zwischen diesen beiden Größen liefert dann einen Aufschluss über den Konsum (die Herstellung) von gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten. Die indirekte Analyse wurde bereits in einer Reihe empirischer Studien angewandt, darunter Arbeiten, die in der Softwarebranche durchgeführt worden sind (z.B. IDC-BSA, 2003).

Die grundlegende Voraussetzung für die Durchführung einer indirekten Analyse ist die Verfügbarkeit von Informationen, die 1. die Schätzung des Gesamtverbrauchs (der Gesamtproduktion) und 2. die Bestimmung des legalen Konsums (der legalen Herstellung) ermöglichen.

Die tatsächliche Schätzung würde sich in der Regel auf branchenspezifische Informationen wie auch länderspezifische Inputs stützen. Zwei gängige Methoden für den indirekten Ansatz sind in Anhang 6.A1 dargestellt: Bei der ersten wird die Herstellung als Ausgangspunkt (Input-Output-Schätzung) verwendet und bei der zweiten der Konsum (produktabhängige Schätzung).

6.2.3.3 Schätzung der Effekte

Eine Quantifizierung der Effekte von Produkt- und Markenpiraterie mit Hilfe ökonomischer Modelle ist ein komplexes Unterfangen. Sie hängt nicht nur in starkem Maße von exakten Angaben über das Ausmaß des Phänomens ab, hinzu kommt, dass die Effekte viele unterschiedliche Formen annehmen können, von denen einige sehr komplexe Kausalmechanismen aufweisen. Je komplexer die Auswirkungen sind, umso größer ist im Allgemeinen das Erfordernis einer soliden Datenbasis, um die Effekte zu quantifizieren.

Für die Rechteinhaber gehören Umsatzeinbußen zu den wichtigsten Effekten und über diesen Aspekt wurden die meisten Forschungsarbeiten durchgeführt. Bei einer Analyse, die sich primär mit den Effekten auf die Verkaufszahlen befasst, ist es wichtig, die Umsatzeinbußen auf dem Primärmärkte von jenen auf dem Sekundärmarkt zu unterscheiden.

Primärmarkt: Bei gefälschten und unerlaubt kopierten Waren, die auf Primärmärkten verkauft werden, handelt es sich definitionsgemäß um Täuschung. Da die Verbraucher getäuscht werden und daher ebenso gut ein echtes als ein gefälschtes Produkt erstehen könnten, impliziert dies, dass die Einbußen ihren potenziellen Höchstwert erreichen. Es bedeutet auch, dass bestimmte Messinstrumente, wie z.B. Verbrauchererhebungen, für Analysen der Effekte nicht relevant sind. Möglich ist zudem, dass die Präsenz von Produkt- und Markenpiraterie auf Primärmärkten Ähnlichkeiten zwischen verschiedenen Sektoren aufweist, was legitime Rechteinhaber, die nichts anderes verbindet als die Konfrontation mit einer starken Bedrohung ihrer Primärmärkte, zusammenführen könnte. So gesehen kann der Informationsaustausch über Aktivitäten der Produkt- und Markenpiraterie, selbst zwischen Unternehmen, die in verschiedenen Branchen tätig sind, erheblichen Nutzen bringen.

Sekundärmarkt: Die Quantifizierung der Produkt- und Markenpiraterie auf Sekundärmärkten scheint mit weniger Herausforderungen verbunden als die der Aktivitäten auf dem „noch schwerer zu durchschauenden“ Primärmarkt. Da die Verbraucher wesentlich gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte kaufen, sind nachfrageorientierte Techniken nützlich. Ganz wichtig ist auch die Unterscheidung zwischen Verbrauchern, die das Originalprodukt gekauft hätten, sich aber für die kostengünstigere Fälschung entschieden haben, und Verbrauchern, die ein rechtsverletzendes Produkt nur wegen des niedrigen Preises kaufen und die das teurere Originalprodukt sonst nicht erworben hätten⁵. Was den Sekundärmarkt betrifft, so können Informationen aus einer Vielfalt von Quellen gewonnen werden, darunter Verbrauchererhebungen, Experimente, Stichprobenverfahren, hedonische Regressionen sowie produktabhängige Schätzungen.

5. Die Nachfrage nach einer 5 000 US-\$ teuren Luxusmarkenuhr könnte sich z.B., sofern keine Fälschungen vorhanden sind, auf 100 Stück belaufen. Die Verkaufszahlen einer neu auf den Markt gebrachten Kopie zu 5 US-\$ könnten bei 1 000 liegen. In diesem Fall würden die Umsatzeinbußen auf Grund der Kopie von 0 (wenn keiner von dem Originalprodukt auf die Fälschung überwechselt) bis 100 reichen, wenn sich alle Verbraucher für das kostengünstigere rechtsverletzende Produkt entscheiden würden.

Literaturverzeichnis

- Becker, G.M., M.H. DeGroot und J. Marschak (1964), "Measuring utility by a single-response sequential method", *Behavioral Science*, 9, S. 226-232.
- Clark, D. J. (2003), *Product Counterfeiting in China and One American Company's Response: A Case Study*, Secretary of Defense Corporate Fellows Program.
- Forzley, M. (2003), *Counterfeit Goods and the Public's Health and Safety*, International Intellectual Property Institute.
- IACC (International Anti-Counterfeiting Coalition Inc.) (2005), "Submission of the International Anti-Counterfeiting Coalition, Inc. to the United States Trade Representatives: Special 301 Recommendations", Washington D.C.
- IDC-BSA (2003), *Expanding Global Economies: The Benefits of Reducing Software Piracy*, IDC.
- Kagel, J.H. und A.E. Roth (1995), *The Handbook of Experimental Economics*, Princeton University Press, Princeton, New Jersey.
- Liang, B. (2005), "Measuring the Impact of Counterfeit Drugs: Applying the Patient Safety Reporting System Approach", Präsentation auf der OECD/WIPO-Tagung über die Messung von Produkt- und Markenpiraterie, 17.-18. Oktober.
- WZO (2006), *Customs and Counterfeiting 2004*, Weltzollorganisation, Brüssel.
- WHO (1999), *Counterfeit and Substandard Drugs in Myanmar and Viet Nam*, Weltgesundheitsorganisation, Genf.

Teil II

BEKÄMPFUNG DER PRODUKT- UND MARKENPIRATERIE

Kapitel 7

ÜBERBLICK ÜBER INITIATIVEN VON STAAT UND WIRTSCHAFT

Staat und Wirtschaft bekämpfen sowohl einzeln als auch – was ebenso wichtig ist – gemeinsam die Produkt- und Markenpiraterie aktiv an mehreren Fronten. Neben Maßnahmen auf nationaler Ebene bemühen sich die Regierungen auch im Rahmen multilateraler Institutionen sowie auf bilateraler und regionaler Ebene um die Bewältigung dieses Problems. Auch die Wirtschaft ist in dieser Hinsicht auf nationaler und internationaler Ebene innerhalb einzelner Sektoren als auch branchenübergreifend aktiv geworden. Während in diesem Kapitel die bisherigen Initiativen skizziert und untersucht werden, enthält Anhang 7.A2 eine ausführlichere Beschreibung der Lage in 15 verschiedenen Volkswirtschaften.

7.1 Zwischenstaatliche Initiativen

Unter den zwischenstaatlichen Initiativen sind die Schaffung eines umfangreichen multilateralen Rechtsrahmens auf Ebene der Welthandelsorganisation (WTO) sowie Kooperationen in einer Reihe von spezifischen Bereichen zu nennen (Tabelle 7.1). Auf dem Gebiet der Rechtsdurchsetzung haben die Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO), Interpol und die Weltzollorganisation (WZO) spezifische Programme zur Verbesserung der Durchsetzung geistiger Eigentumsrechte aufgestellt. Im Gesundheitsbereich unterstützt die Weltgesundheitsorganisation (WHO) gezielte Initiativen zur Unterbindung der Fälschung von Arzneimitteln. Aspekte der Produkt- und Markenpiraterie wurden auch im Rahmen der G8 sowie des Weltkongresses zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie erörtert, der von mehreren multilateralen Institutionen mit Unterstützung der Wirtschaft organisiert wurde.

7.1.1 Multilateraler Rechtsrahmen

Wie bereits erwähnt, sind die grundlegenden Regelungen in Bezug auf die Rechte des geistigen Eigentums im TRIPS-Übereinkommen der WTO festgelegt. Das Übereinkommen befasst sich mit vier Hauptthemen:

- Anwendung der Grundprinzipien des Handelssystems und anderer internationaler Übereinkommen für den Schutz geistiger Eigentumsrechte;
- Gewährleistung des angemessenen Schutzes geistiger Eigentumsrechte;
- angemessene Durchsetzung dieser Rechte durch die Staaten in ihren Hoheitsgebieten;
- Beilegung von Rechtsstreitigkeiten zu geistigem Eigentum zwischen WTO-Mitgliedstaaten.

Tabelle 7.1 **Übersicht über zwischenstaatliche Aktivitäten im Bereich geistiger Eigentumsrechte**

Organisation	Hauptaktivitäten im Zusammenhang mit Produkt- und Markenpiraterie
G8	Die G8 hat eine Sachverständigengruppe eingerichtet, die nach Möglichkeiten zur verstärkten Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie sucht. Internet: www.fco.gov.uk/Files/kfile/PostG8_Gleneagles_CounterfeitingandPiracy.pdf en.g8russia.ru/docs/15.html
Weltkongress	Auf den Weltkongressen zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie kommen führende Vertreter staatlicher Stellen, internationaler Organisationen und des Privatsektors zusammen, um die internationale Koordination und Kooperation zu fördern und nach wirksameren Lösungen bei der Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie zu suchen. Der Kongress wird von Interpol, WZO und WIPO mit Unterstützung der Wirtschaft (GBLAAC, INTA, ICC und ISMA)* organisiert. Internet: www.ccapcongress.net
Interpol	Interpol unterstützt mit einem Programm gegen Kriminalität im Bereich geistiger Eigentumsrechte weltweit Rechtsdurchsetzungsbehörden bei der Bekämpfung dieser Art von Kriminalität. Einrichtung der Aktionsgruppe IIPCAG (Intellectual Property Crime Action Group), die sich aus Vertretern staatlicher Stellen und der Wirtschaft zusammensetzt und Beratung und Unterstützung für Initiativen erbringt. Internet: interpol.int/Public/FinancialCrime/IntellectualProperty/Default.asp
WZO	Die WZO stellt Schulungen und technische Unterstützung für staatliche Stellen zur Bekämpfung des Handels mit gefälschten und unerlaubt kopierten Produkten bereit. Sie fördert in Zusammenarbeit mit Staat und Wirtschaft durch Informationsaustausch und Ausarbeitung einschlägiger Richtlinien die wirksame Rechtsdurchsetzung. Einrichtung einer aus Vertretern staatlicher Stellen und der Wirtschaft bestehenden IPR-Strategiegruppe zur Unterstützung von Initiativen. Internet: www.wcoipr.org
WHO	Die WHO engagiert sich für den Aufbau koordinierter Netzwerke zur weltweiten Bekämpfung von Medikamentenfälschungen. Einrichtung der aus Vertretern staatlicher Stellen und der Wirtschaft bestehenden International Medical Products Anti-Counterfeiting Taskforce (IMPACT) zur Unterstützung der Anstrengungen in diesem Bereich. Veröffentlichung von Leitlinien für staatliche Maßnahmen zur Bekämpfung von Medikamentenfälschungen. Internet: www.who.int/medicines/services/counterfeit/en/index.html
WIPO	Überwachung bestimmter Verträge und Konventionen zum Schutz geistiger Eigentumsrechte, die Vorschriften zur Rechtsdurchsetzung enthalten; technische Unterstützung bei der Rechtsdurchsetzung und Schulungsmaßnahmen für staatliche Behörden. Einrichtung eines Advisory Committee on Enforcement (ACE) zur Unterstützung von Aktivitäten. Internet: www.wipo.int/enforcement/en
WTO	Überwachung des TRIPS-Übereinkommens, mit dem ein umfassender multilateraler Rechtsrahmen für den Schutz der Rechte des geistigen Eigentums geschaffen wurde; das Übereinkommen enthält Vorschriften für die Rechtsdurchsetzung, Beratung und Streitbeilegung. Ein TRIPS-Rat überwacht die Umsetzung des Übereinkommens und dessen Einhaltung von staatlicher Seite. Internet: www.wto.org/english/tratop_e/TRIPS_e/TRIPS_e.htm

* Global Business Leaders Alliance Against Counterfeiting, International Trademark Association, Internationale Handelskammer (Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy) und International Security Management Association.

Bezüglich der Rechtsdurchsetzung sind die Staaten im Rahmen des Übereinkommens in der Regel verpflichtet sicherzustellen, dass die Rechte des geistigen Eigentums nach den Gesetzen des jeweiligen Landes durchgesetzt werden können und das Strafmaß für Rechtsverletzungen derartigen Verstößen hinreichend vorbeugt (WTO, 2006). Die Verfahren müssen fair und gerecht sein. Sie dürfen nicht unnötig kompliziert oder kostenaufwendig sein und keine unangemessenen Fristen oder ungerechtfertigten Verzögerungen mit sich bringen. Die beteiligten Parteien müssen Gelegenheit erhalten, zur Überprüfung einer Verwaltungsentscheidung ein Gericht anzurufen oder gegen eine erstinstanzliche Entscheidung Berufung einzulegen.

Kasten 7.1 **Im TRIPS-Übereinkommen festgelegte Mindeststandards für die IPR-Rechtsdurchsetzung**

Zivilverfahren: Dem Rechteinhaber müssen Rechtsinstrumente zur Verfügung stehen wie Unterlassungsanordnungen, Schadensersatz, Beweismittel, Recht auf Auskunft und einstweilige Maßnahmen.

Strafverfahren: Die Mitglieder sehen Strafverfahren bei Nachahmung von Markenwaren und unerlaubter Herstellung urheberrechtlich geschützter Waren in gewerbsmäßigem Umfang vor.

Grenzmaßnahmen: Bedarf an Maßnahmen zur Unterbindung der Kommerzialisierung importierter Waren, die Marken- oder Urheberrechte verletzen.

Neben den allgemeinen Verpflichtungen enthält das Übereinkommen Vorschriften in Bezug auf die Beschaffung von Beweisen, einstweilige Maßnahmen, Unterlassungsanordnungen, Schadensersatz und sonstige Strafen (Kasten 7.1). Darin heißt es, dass die Gerichte befugt sind, unter bestimmten Bedingungen die Beseitigung oder Vernichtung der gefälschten oder unerlaubt kopierten Waren anzuordnen. Ferner sind die strafrechtliche Verfolgung der vorsätzlichen Nachahmung von Markenwaren oder der vorsätzlichen unerlaubten Herstellung urheberrechtlich geschützter Waren in gewerbsmäßigem Umfang und Grenzmaßnahmen zur Vorbeugung der Einfuhr von nachgeahmten Markenwaren oder unerlaubt hergestellten Waren vorzusehen. Die wesentlichen Vorschriften sind in Anhang 7.1 näher erläutert.

Das TRIPS-Übereinkommen enthält außerdem Vorschriften, wonach die Parteien einwilligen, sich gegenseitig zu Fragen in Bezug auf das Übereinkommen, einschließlich der Rechtsdurchsetzung, zu konsultieren. Jedes Mitglied hat auf schriftliche Anfrage eines anderen Mitglieds Auskunft über sein Rechtsdurchsetzungssystem (d.h. zu Gesetzen und sonstigen Vorschriften sowie rechtskräftigen gerichtlichen Entscheidungen und Verfügungen) zu geben. Von diesen Regelungen haben im Jahr 2005 bereits die Vereinigten Staaten, die Schweiz und Japan Gebrauch gemacht, um sich über die Durchsetzung von Rechten des geistigen Eigentums in China zu erkundigen. Das Übereinkommen enthält darüber hinaus Vorschriften für die Streitbeilegung.

7.1.2 Regionale und bilaterale Übereinkünfte

Neben dem TRIPS-Übereinkommen enthalten auch zahlreiche Übereinkünfte auf regionaler und bilateraler Ebene Bestimmungen über geistiges Eigentum; derartige Übereinkommen sind in Anhang 7.A1 näher beschrieben. Bei einer beachtlichen Anzahl von Übereinkommen sind strengere Verpflichtungen als in TRIPS festgeschrieben, was darauf schließen lässt, dass die WTO-Vorschriften in einigen Bereichen verschärft werden könnten (siehe unten). Dazu gehören die Ausweitung des Anwendungsbereichs von Grenzmaßnahmen sowie von zivil- und strafrechtlichen Rechtsbehelfen und die Ausweitung der strafrechtlichen Vorschriften zur Abdeckung einer größeren Bandbreite von Verletzungen geistiger Eigentumsrechte. Weitere Einzelheiten zu diesen und anderen möglichen Bereichen für eine Verschärfung der Vorschriften sind in Anhang 7.A1 enthalten.

7.2 Nationale Initiativen

Die zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie in insgesamt 15 OECD- und Nicht-OECD-Volkswirtschaften ergriffenen Maßnahmen sind in Anhang 7.A2 beschrieben. Die Beschreibungen basieren auf von den jeweiligen Volkswirtschaften gelieferten Informa-

tionen sowie auf unabhängigen Untersuchungen des Sekretariats¹. Bei Betrachtung der Lage wird ersichtlich, dass die Volkswirtschaften in den meisten Bereichen über Mechanismen zur angemessenen Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie verfügen und ihr Rechts- und Regulierungsrahmen den TRIPS-Vorschriften entspricht. Den Rechteinhabern stehen Zivilverfahren mit Rechtsbehelfen zur Verfügung, und es besteht eine allgemeine Tendenz, 1. die Schadensersatzansprüche im Fall einer IPR-Verletzung zu erhöhen und 2. die Fälle zügiger abzuschließen. In vielen Ländern erfolgte darüber hinaus eine Verschärfung der strafrechtlichen Regelungen, indem die Gefängnisstrafen verlängert und die Geldstrafen erhöht wurden. Die Schwachstelle sehen viele hingegen nach wie vor bei der Rechtsdurchsetzung. Kritisiert wird generell, dass die für die Rechtsdurchsetzung bereitgestellten Mittel unzureichend sind und dass Delikte im Bereich Produkt-/Markenpiraterie bei Aufdeckung nicht ausreichend bestraft werden.

Da die Ressourcenengpässe fortbestehen dürften, werden sich die Staaten u.U. gezwungen sehen, sich auf möglichst wirksame Rechtsdurchsetzungsmaßnahmen zu konzentrieren. Es kommt darauf an, die Produkt-/Markenpiraterieaktivitäten an den Punkten zu unterbinden, an denen die Rechtsverletzung stattfindet; sind die Produkte erst einmal im einheimischen oder internationalen Handel im Umlauf, verringern sich die Chancen, diesen Aktivitäten Einhalt zu gebieten, erheblich. Da sich rechtsverletzende Aktivitäten nicht immer an der Quelle stoppen lassen, ist außerdem eine wirksame Rechtsdurchsetzung an den Grenzen unbedingt erforderlich.

Die Sensibilisierung ist im Kampf gegen die Produkt- und Markenpiraterie ein wichtiger Aspekt und muss energisch vorangetrieben werden. Die Verbraucher müssen in Bezug auf das zunehmende Gesundheits- und Sicherheitsrisiko, das von nicht normgerechten gefälschten/unerlaubt kopierten Produkten ausgeht, angemessen informiert werden, und sowohl die Verbraucher als auch die Fälscher/Produktpiraten sollten sich darüber im Klaren sein, welche juristischen Konsequenzen die Verletzung von Rechten des geistigen Eigentums bzw. der wissentliche Kauf rechtsverletzender Produkte nach sich zieht. Die Sensibilisierung kann sich auch positiv auf die Einstellungen und das Verhalten der Verbraucher gegenüber Produkt- und Markenpiraterie auswirken und sie verstärkt davon abhalten, rechtsverletzende Produkte zu kaufen.

Im nachfolgenden Abschnitt werden einige der von den Volkswirtschaften ergriffenen Maßnahmen zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie untersucht – in Anhang 7.A2 sind diese eingehender beschrieben. Die Untersuchung wurde anhand eines analytischen Rahmens mit acht Schlüsselementen durchgeführt (vgl. Kasten 7.2), der sowohl als Basis für eine interne Evaluierung als auch als Ausgangspunkt für einen Peer Review dienen könnte.

7.2.1 Organisation und Koordination staatlicher Stellen

An der Verwaltung und Durchsetzung der Rechte des geistigen Eigentums sind in der Regel zahlreiche Ministerien und mit ihnen verbundene Regierungsstellen beteiligt. Eine effektive Koordination ist daher für eine verbesserte Planung und Durchsetzung unabdingbar. Die meisten der an der Erhebung beteiligten Volkswirtschaften haben die Koordination durch Bestimmung einer federführenden Stelle oder durch Einrichtung

1. Bei den Länder-Templates in Anhang 7.A2 handelt es sich um eine Kurzübersicht über die Regelungen für den in der jeweiligen Volkswirtschaft gebotenen Schutz der geistigen Eigentumsrechte, die allerdings keiner Überprüfung und Einschätzung durch OECD-Mitglieder oder andere interessierte Parteien unterzogen wurden. Diese Templates dienen daher nicht der Bewertung des jeweiligen Systems für den Schutz und die Durchsetzung von geistigen Eigentumsrechten oder der Maßnahmen des jeweiligen Landes zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie.

behördenübergreifender Arbeitsgruppen für den Schutz geistiger Eigentumsrechte gefördert. So hat z.B. Japan in der Kanzlei des Ministerpräsidenten eine Stelle eingerichtet, die die entsprechenden Maßnahmen plant und überwacht. Frankreich hat eine behördenübergreifende Arbeitsgruppe gegründet, die etwa dreimal pro Jahr zusammenkommt, um die Zusammenarbeit zwischen den an der Verbesserung der Rechtsdurchsetzung mitwirkenden Stellen zu intensivieren. Chinesisch Taipeh hat eine Task Force für die Durchsetzung geistiger Eigentumsrechte zusammengestellt, die die einschlägigen Maßnahmen prüft und die Kommunikation fördert. In China ist eine dem Handelsministerium angeschlossene Nationale Arbeitsgruppe für geistige Eigentumsrechte dafür zuständig, die entsprechenden Schutzmaßnahmen zu planen und zu koordinieren. In einigen der untersuchten Länder (z.B. Israel und Korea) haben die mit der Rechtsdurchsetzung betrauten Behörden – vor allem Zoll und Polizei – die Kooperation und den Informationsaustausch durch Verknüpfung ihrer Datenbanken verbessert.

7.2.2 Politik

Eine klare Politik zur Durchsetzung der Rechte des geistigen Eigentums, in der konkrete Ziele festgelegt sind, kann den zur Verbesserung der Ergebnisse erforderlichen Antrieb geben. Die Programme der untersuchten Länder sind hauptsächlich auf die Stärkung der Rechts- und Verwaltungsstrukturen sowie auf die Sensibilisierung ausgerichtet. Seit 2002 erstellt Japan ein jährliches Strategieprogramm für den Schutz geistiger Eigentumsrechte, in dem vorrangige Bereiche festgelegt sind. Chinas Aktionsplan für 2006 enthält eine Reihe von Initiativen in den Bereichen Gesetzgebung, Rechtsdurchsetzung, Fort- und Weiterbildung, internationale Zusammenarbeit sowie Sensibilisierung und sieht Kampagnen zur Rechtsdurchsetzung und die Durchführung von Razzien vor.

Nur wenige der untersuchten Volkswirtschaften haben Pläne mit detaillierten, messbaren Elementen entwickelt. In Frankreich wurde 2004 beispielsweise ein staatlicher 10-Punkte-Aktionsplan verabschiedet, in dem unter anderem konkrete Ziele für die Rechtsdurchsetzung zur Erhöhung der Anzahl der Beschlagnahmen von gefälschten/unerlaubt kopierten Produkten an den Landesgrenzen festgelegt sind. In Brasilien basiert die Arbeit auf einem Plan mit 99 Punkten für prioritäre Maßnahmen.

7.2.3 Rechts- und Regulierungsrahmen

Die Rechtsdurchsetzung erfolgt innerhalb der Parameter des Rechts- und Regulierungsrahmens. Wenngleich sich die Rechtsrahmen in den einzelnen Volkswirtschaften in wichtigen Aspekten ähneln, so gibt es doch gewisse Unterschiede. Nach französischem Strafrecht ist beispielsweise bereits der Kauf gefälschter Waren illegal und kann geahndet werden. Im Vereinigten Königreich gibt es wiederum ein Gesetz, wonach die Einkünfte aus kriminellen Handlungen im Bereich des geistigen Eigentums von den Rechtsdurchsetzungsbehörden eingezogen und verwendet werden dürfen, um die für die Finanzierung zusätzlicher Rechtsdurchsetzungsmaßnahmen verfügbaren Ressourcen zu erhöhen.

7.2.4 Rechtsdurchsetzung

Ein solider Rechts- und Regulierungsrahmen ist bei der Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie unabdingbar, aber allein noch nicht ausreichend. Vor allem geht es um die Bekämpfung solcher Delikte in der Praxis. Die meisten untersuchten Volkswirtschaften haben die Rechtsdurchsetzung zur Priorität erklärt und die dafür vorgesehenen Ressourcen in den vergangenen Jahren aufgestockt. In vielen Ländern sind die Maßnahmen zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie an Maßnahmen zur Bekämpfung der Organisierten Kriminalität gekoppelt.

Zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung werden in den Ländern u.a. öffentlichkeitswirksame Rechtsdurchsetzungsmaßnahmen organisiert, deren Ziel es ist, die Aktivitäten von Produkt- und Markenpiraten zu unterbinden. So führte China eine weitreichende intensive Rechtsdurchsetzungskampagne gegen die kriminelle Verletzung von Markenrechten mit Razzien in Büroräumen, Lagerhallen und Geschäften durch (die sogenannte Mountain-Eagle-Kampagne). In Brasilien fanden mehrere Operationen statt, bei denen zentralstaatliche, bundesstaatliche und kommunale Behörden in für den Verkauf gefälschter Produkte bekannten Einkaufszentren und Märkten zum Einsatz kamen. Die Europäische Kommission führte zwei große gemeinsame Zolloperationen durch, die über mehrere Wochen andauerten und auf die Beschlagnahme gefälschter Güter in Häfen ausgerichtet waren: die Operation DAN im Jahr 2006 und die Operation FAKE im Jahr 2005.

Verstärkte Grenzmaßnahmen sind wichtig, um zu verhindern, dass rechtsverletzende Waren in den freien Warenverkehr gelangen. In einigen der untersuchten Volkswirtschaften wurden Vorschriften verabschiedet, nach denen die Zollbehörden berechtigt sind, nicht nur die Einfuhren, sondern auch für die Ausfuhr bestimmte rechtsverletzende Waren zu kontrollieren. Solche Vorschriften bestehen beispielsweise in China, Korea und Chinesisch Taipeh. Zusätzlich zu den Ausfuhren werden in den Ländern der Europäischen Union auch Transit- und Umschlaggüter kontrolliert.

Die Staaten haben auf den Schutz geistiger Eigentumsrechte spezialisierte Polizei-/Zolleinheiten und Gerichte gebildet, um das Fachwissen des mit diesen Aufgaben betrauten Personals zu bündeln. Beim koreanischen Zoll gibt es beispielsweise Teams, die gezielt für die Durchsetzung geistiger Eigentumsrechte eingesetzt werden. Chinesisch Taipeh verfügt über eine entsprechende Polizeitruppe sowie über eine Sondereinheit für die Aufdeckung und Unterbindung illegaler Aktivitäten von Unternehmen, die optische Speichermedien herstellen. Mehrere Volkswirtschaften, darunter Japan, China, das Vereinigte Königreich, Korea und Brasilien, haben auf geistiges Eigentum spezialisierte Gerichte ins Leben gerufen.

Darüber hinaus wurden in vielen der untersuchten Volkswirtschaften die Schulungsmaßnahmen ausgeweitet. So hat Chinesisch Taipeh z.B. eine Bildungsakademie für Fachleute für den Schutz geistiger Eigentumsrechte gegründet, an der sich Richter, Staatsanwälte sowie Polizei- und Zollbeamte weiterbilden können. Ferner wurde den Vertretern der Justizbehörden mehr Handlungsspielraum bei ihrer Arbeit eingeräumt: In zahlreichen Volkswirtschaften sind Polizei und Zoll befugt, auf eigene Initiative (von Amts wegen) zu handeln und rechtsverletzende Waren ohne vorherige gerichtliche Anordnung zu beschlagnahmen. Dieser eigenverantwortliche Handlungsspielraum ist jedoch von Land zu Land sehr unterschiedlich.

Für eine wirksamere Rechtsdurchsetzung haben Volkswirtschaften wie Korea und Chinesisch Taipeh Belohnungsmechanismen für Informanten und Vollzugsbeamte eingeführt, die sich für die Beschlagnahme gefälschter Produkte engagieren.

7.2.5 Internationale Zusammenarbeit

Die Produkt- und Markenpiraterie ist ein weltweites Problem, das sich nur in Zusammenarbeit optimal lösen lässt. Die meisten Volkswirtschaften sind an internationalen Foren wie Interpol, WTO, WIPO und WZO beteiligt. Einige der untersuchten Volkswirtschaften sind darüber hinaus auf bilateraler und regionaler Ebene tätig und tauschen bewährte Praktiken aus, setzen sich für den Schutz geistiger Eigentumsrechte gemeinsame Ziele, organisieren Schulungen und beteiligen sich an gemeinsamen Aktivitäten zur Rechtsdurchsetzung. Frankreich hat mit Italien und Russland bilaterale interministerielle

Ausschüsse gebildet, um bewährte Praktiken auszutauschen, gemeinsame Jahresziele festzulegen und konzertierte Aktionen für den Schutz geistiger Eigentumsrechte zu organisieren. Brasilien hat mit anderen Mercosur-Partnern einen regionalen Schutzplan verabschiedet, mit dem der Schutz geistiger Eigentumsrechte verstärkt werden soll. Ferner startete Brasilien 2004 gemeinsam mit Paraguay und Argentinien die Operation Jupiter-South America, eine grenzüberschreitende Polizeiaktion gegen Produkt- und Markenpiraterie. Bei einem gemeinsamen Gipfeltreffen vereinbarten Japan, China und Korea 2004 eine Ausweitung des Dialogs und der Zusammenarbeit zwischen ihren Patentämtern. China, die Europäische Union und die Vereinigten Staaten haben Mechanismen für regelmäßige Beratungen zu Fragen des Schutzes geistiger Eigentumsrechte eingerichtet.

7.2.6 Sensibilisierung

Verbraucher, Rechteinhaber und öffentliche Amtsträger müssen 1. sich des Problems der Produkt- und Markenpiraterie bewusst sein, 2. die Auswirkungen auf die Gesamtwirtschaft als auch auf die einzelnen Akteure verstehen und 3. wissen, was die einzelnen betroffenen Parteien zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie tun können. In einer Reihe von Volkswirtschaften wurden weitreichende Schulungsprogramme entwickelt. In Indien hat die Regierung eine Institution eingerichtet, die Schulungen sowohl für Fachkräfte als auch die breitere Öffentlichkeit anbietet. Chinesisch Taipeh und das Vereinigte Königreich haben an den Schulen Aufklärungskurse über die Rechte des geistigen Eigentums eingeführt.

Im Rahmen der Sensibilisierungsbemühungen wurden außerdem Informationen mittels Umfragen gesammelt. Japan hat beispielsweise anhand detaillierter Erhebungen untersucht, inwieweit die Verbraucher über Produkt- und Markenpiraterie sowie deren potenzielle Auswirkungen auf die Rechteinhaber informiert sind. Schließlich haben einige Volkswirtschaften versucht, die Öffentlichkeit über Medienkampagnen und Ausstellungen stärker für das Problem zu sensibilisieren. In Korea wurde eine Ausstellung organisiert, auf der sich die Verbraucher informieren konnten, wie sich gefälschte Produkte vom Original unterscheiden lassen. Frankreich führt jedes Jahr große Medienkampagnen durch, bei denen die Verbraucher über Presse, Rundfunk und Fernsehen, das Internet und Informationsbroschüren zu dieser Problematik informiert werden. Diese Sensibilisierungsmaßnahmen wurden an bestimmten Orten durchgeführt, wie Flughäfen, Urlaubsstränden oder auch in Flugzeugen während des Fluges, zu den Zeiten, an denen Verbraucher am ehesten Gefahr laufen, rechtsverletzende Produkte zu kaufen. Einige Staaten haben versucht, die Rechtsdurchsetzungsmaßnahmen stärker publik zu machen. China bedient sich dazu vorzugsweise der Medien, und Brasilien lässt die beschlagnahmten Waren in der Öffentlichkeit zerstören.

7.2.7 Bewertung der Programme und ihrer Ergebnisse

Um die Programmfortschritte zu überwachen und den Veränderungen in der Produkt- und Markenpiraterie Rechnung zu tragen, müssen die Politiken und Programme regelmäßig überprüft werden. Zahlreiche Länder haben daher Systeme zur regelmäßigen Überprüfung und Berichterstattung entwickelt und veröffentlichen die Ergebnisse. Dies trägt wesentlich dazu bei aufzuzeigen, wo es Probleme gibt und welche Fortschritte erzielt wurden. Volkswirtschaften wie Brasilien, China, das Vereinigte Königreich und Korea arbeiten beispielsweise Jahresberichte über den Schutz und die Durchsetzung von geistigen Eigentumsrechten aus, und Chinesisch Taipeh veröffentlicht derartige Berichte zusätzlich auch quartalsweise.

Einige Länder haben spezifische Untersuchungen zur Entwicklung der Kriminalität im Bereich des geistigen Eigentums angestellt, z.B. Kanada im Rahmen der Projekte Sham 2004 und Saffron 2000. Im Vereinigten Königreich wurde das System zum Schutz geistiger Eigentumsrechte im Jahr 2006 einer unabhängigen Bewertung unterzogen. Die Gowers-Studie untersuchte die entsprechenden Instrumente (d.h. Patente, Urheberrechte, Muster und Marken), um festzustellen, ob sie wirksame Anreize setzen; im Schlussbericht wurden Empfehlungen gegeben, wie das System gestärkt werden könnte. In den Vereinigten Staaten führte das Government Accountability Office (GAO) 2007 eine unabhängige Untersuchung des Zollsystems durch und gab eine Reihe von Empfehlungen zur Verbesserung der Grenzkontrollen.

7.2.8 Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Staat

Die Wirtschaft spielt bei der Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie eine wichtige Rolle, da sie über die Erfahrung und das Wissen verfügt, um staatliche Aktionen wirksam zu ergänzen. Ihre Einbeziehung in die Rechtsdurchsetzung ist wesentlich, da 1. die Rechteinhaber über das Fachwissen zur Unterscheidung zwischen Fälschung und Originalprodukt verfügen und 2. die Wirtschaft u.U. zusätzliche Informationen über die Funktionsweise der Vertriebskanäle beisteuern kann. Darüber hinaus ist die Wirtschaft ein wichtiger Partner für Sensibilisierungsmaßnahmen. In einigen der untersuchten Länder wurden bereits Maßnahmen zur Intensivierung der Zusammenarbeit ergriffen. So hat die Europäische Union im Bereich Zoll kürzlich eine Arbeitsgruppe aus Vertretern von Unternehmen und Zollbehörden eingerichtet, die die Informationsweiterleitung von den Rechteinhabern an Häfen und Flughäfen rationalisieren soll. Im Vereinigten Königreich hat das für den Schutz der Rechte des geistigen Eigentums zuständige Intellectual Property Office ein entsprechendes Informationssystem entwickelt, das Informationen aus der Wirtschaft und von Rechtsdurchsetzungsbehörden sammelt. In Frankreich wurde ein nationaler Ausschuss für die Bekämpfung der Produktpiraterie (CNAC) eingerichtet, der als Forum für den Ideenaustausch mit dem Privatsektor dient; der Ausschuss organisiert in Zusammenarbeit mit der Wirtschaft Sensibilisierungskampagnen. In der Schweiz hat das Eidgenössische Institut für Geistiges Eigentum zusammen mit der Privatwirtschaft im Jahr 2005 eine öffentlich-private Partnerschaft („Stop Piracy“) gegründet, die den Informationsaustausch fördert und Sensibilisierungsmaßnahmen organisiert.

7.3 Initiativen der Wirtschaft

Die Wirtschaft bekämpft die Produkt- und Markenpiraterie auf vielfältige Art und Weise, u.a. durch 1. die Sammlung von Informationen, die Durchführung von Untersuchungen und Maßnahmen zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit bezüglich der Produkt- und Markenpiraterie, 2. die Verfolgung von Verstößen gegen geistige Eigentumsrechte mit juristischen Mitteln, 3. die Unterstützung staatlicher Behörden bei Aktionen gegen Produkt- und Markenpiraterie und 4. die Durchführung von Maßnahmen, die es Produkt- und Markenpiraten erschweren, Produkte zu fälschen und zu vermarkten (d.h. mittels Technologie usw.). Die Maßnahmen werden sowohl auf Unternehmens- und Branchenebene als auch sektorübergreifend durchgeführt. Mehrere sektorübergreifende Initiativen sind auch von internationaler Bedeutung (Tabelle 7.2).

Das Projekt BASCAP der ICC gehört zu den jüngeren (Anfang 2005) und umfassenderen Initiativen, die von der Wirtschaft weltweit ins Leben gerufen wurden. Ziel ist es, Unternehmen in ihrem Bemühen zu vereinen, einen einheitlichen Ansatz bei der Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie zu verfolgen. Im Rahmen des Projekts

Kasten 7.2 Fragenkatalog für die Analyse von Maßnahmen und Programmen zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie

1. Organisation und Koordination staatlicher Stellen

Welche staatlichen Stellen sind an Maßnahmen gegen die Produkt- und Markenpiraterie beteiligt? Sind ihre Maßnahmen ausreichend koordiniert? Könnte der institutionelle Rahmen weiter verbessert werden?

2. Politik

Wurde eine klare Politik zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie erarbeitet? Wenn ja, welche wesentlichen Maßnahmen sind darin vorgesehen? Enthalten die Maßnahmen konkrete Elemente, an denen sich die erzielten Fortschritte messen lassen?

3. Rechts- und Regulierungsrahmen

Durch welche wesentlichen Gesetze und Vorschriften werden geistige Eigentumsrechte geschützt und Verstöße gegen diese Rechte geahndet? Entspricht der Rechts- und Regulierungsrahmen den TRIPS-Standards oder ist er strenger? Welche Strafmaßnahmen können gegen Fälscher und Produktpiraten ergriffen werden? Inwiefern wirken diese Maßnahmen abschreckend?

4. Rechtsdurchsetzung

Wie werden Rechte des geistigen Eigentums durchgesetzt? Welche Art von Rechtsdurchsetzungsinitiativen/-maßnahmen wurden in letzter Zeit im Land durchgeführt und welche Ergebnisse wurden damit erzielt? Sind die für die Rechtsdurchsetzung bereitgestellten Human- und Finanzressourcen ausreichend? Sind die Rechtsdurchsetzungsbehörden befugt, von Amts wegen zu handeln? Könnten gerichtliche und administrative Maßnahmen weiter beschleunigt und transparenter gestaltet werden? Werden Statistiken zur Rechtsdurchsetzung angelegt?

5. Internationale Zusammenarbeit

Welche Initiativen der internationalen Zusammenarbeit zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie wurden abgesehen von der Beteiligung an Maßnahmen von WZO, WIPO, WTO, WHO, G8 und Interpol ergriffen? Besteht eine Beteiligung an bilateralen/regionalen Initiativen oder Maßnahmen? Besteht ein ausreichender Austausch von Informationen und Fachkenntnissen mit anderen Staaten?

6. Sensibilisierung

Welche Initiativen wurden zur Sensibilisierung gegenüber Produkt- und Markenpiraterie ergriffen (Aufklärungskampagnen in der Öffentlichkeit, Medienkampagnen, Informationskampagnen an Schulen und Universitäten, Umfragen, Schulungen usw.)? Welche Ergebnisse wurden damit erzielt?

7. Bewertung der Programme und ihrer Ergebnisse

Anhand welcher interner Prozesse und Verfahren werden die Maßnahmen und Programme zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie regelmäßig überprüft? Werden regelmäßig Berichte erstellt bzw. Überprüfungen durchgeführt? Könnte der Evaluierungsprozess verbessert werden? Wird eine ausreichende Datensammlung und -evaluierung durchgeführt?

8. Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Staat

Bei welchen wichtigen Initiativen zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie haben Wirtschaft und Staat kooperiert (Sensibilisierungsmaßnahmen, Maßnahmen zur Rechtsdurchsetzung)? War die Zusammenarbeit erfolgreich oder besteht Verbesserungsbedarf? Wie lässt sich die Rolle der Wirtschaft verstärken?

werden u.a. Plattformen für den Informationsaustausch über Produkt- und Markenpiraterie in verschiedenen Volkswirtschaften und Sektoren sowie über wirksame Markenschutzmethoden eingerichtet. Darüber hinaus sollen die Akteure zur besseren Koordination umfassender über die verschiedenen Maßnahmen informiert werden, die zur Bekämpfung ergriffen werden. Gleichzeitig werden Forschungsprojekte durchgeführt, um wirksamere Methoden zur Bewertung der Lage in Bezug auf Produkt- und Markenpiraterie in verschiedenen Volks-

Tabelle 7.2 Beispiele für internationale/regionale Verbände/Gruppen zur Bekämpfung der Produktpiraterie*

Organisation	Zusammenfassung
A-CG (Anti-Counterfeiting Group)	Unterstützung von und Koordinierung mit Rechtsdurchsetzungsbehörden und Gerichten, Funktion als nationales und internationales Informations-, Beratungs- und Kontaktnetzwerk zu Maßnahmen der Produktpirateriebekämpfung; enger Kontakt zum Zoll. Mitglieder: 200 Unternehmen aus 30 Volkswirtschaften. Internet: www.a-cg.com
AIM (Europäischer Markenverband)	Zusammenarbeit mit europäischen Behörden und Einbringung von Expertenwissen auf allen Ebenen des Rechtssetzungsverfahrens; Abgabe von Stellungnahmen und Empfehlungen; enge Zusammenarbeit mit dem Zoll. Mitglieder: 1800 (aus Unternehmen und nationalen Verbänden) aus 21 Volkswirtschaften. Internet: www.aim.be
BASCAP (ICC)	Plattform der Privatwirtschaft zur effizienten Aufdeckung und Bekämpfung von Rechtsverletzungen und deren Weitermeldung an die Behörden. Das Forum hat eine Reihe praktischer Instrumente entwickelt u.a. für den Informationsaustausch zu Aspekten der Produkt- und Markenpiraterie in Volkswirtschaften/Sektoren für Markenschutztechniken und Informationsberichte. Mitglieder: mehr als 150 Unternehmen und Wirtschaftsverbände. Internet: www.iccwbo.org/bascap
GACG (Global Anti-Counterfeiting Group)	Förderung der Koordination zwischen nationalen und regionalen Organisationen für Schutz geistiger Eigentumsrechte und deren Durchsetzung; Bereitstellung von Schulungen/Informationsmaterial und Sensibilisierung für Aspekte der Produkt- und Markenpiraterie. Förderung der Bildung nationaler Koalitionen zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie. Mitglieder: 20 Organisationen aus Europa (einschl. Russland und Ukraine) sowie China, Hongkong (China), Indien und Vereinigte Staaten. Internet: www.gacg.org/ .
GBLAAC (Global Business Leaders Alliance Against Counterfeiting)	Förderung der Sensibilisierung für Aspekte der Produkt- und Markenpiraterie und Zusammenarbeit mit internationalen Rechtsdurchsetzungsbehörden und internationalen Regierungsorganisationen; enge Zusammenarbeit mit Organisationen der Wirtschaft und Koalitionen zur Verbesserung des Informationsaustauschs, der Koordination und Zusammenarbeit zwischen Branchenverbänden. Fusion mit ICC/BASCAP Anfang 2008. Mitglieder: 13 multinationale Unternehmen. Internet: www.gblaac.org/ .
IACC (International Anti-Counterfeiting Coalition)	Bereitstellung von Programmen zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie sowie Ausarbeitung und Durchführung von Schulungen für einheimische und ausländische Rechtsdurchsetzungsbeamte; Zusammenarbeit mit Regierungen weltweit und Unterbreitung von Stellungnahmen zu Gesetzen und Vorschriften zur Durchsetzung geistiger Eigentumsrechte; Teilnahme an regionalen/internationalen Programmen zur Verbesserung der Standards der Durchsetzung geistiger Eigentumsrechte. Mitglieder: mehr als 150 Interessenvertreter [Markeninhaber (76), Anwaltskanzleien (39) usw.]. Internet: www.iacc.org/
INTA (Internationaler Markenverband)	Markenrechtsorganisation, die die Rechte von Markeninhabern fördert; Analysen und Stellungnahmen zu Verträgen, Gesetzen, Vorschriften, Verfahren und anderen Rechtsdurchsetzungsmechanismen zur Bekämpfung der Produktpiraterie. Zusammenarbeit mit anderen einschlägigen Organisationen und öffentlichen Amtsträgern. Förderung der Sensibilisierung der Öffentlichkeit durch Round-Table-Gespräche mit öffentlichen Amtsträgern, Foren und Veröffentlichungen zum Thema Produktpiraterie. Mitglieder: mehr als 5 000 Markeninhaber und Markenexperten aus über 190 Ländern. Internet: www.inta.org/
MARQUES (Verband europäischer Markeninhaber)	Verbindungen zu einschlägigen Gremien der EU und anderer internationaler Institutionen in allen Angelegenheiten des Markenschutzes. Plattform für Networking sowie Schulung und Fortbildung seiner Mitglieder bei der Auswahl, Verwaltung, dem Schutz und der Nutzung ihrer Marken. Internet: www.marques.org/

* Diese Tabelle gibt einen Überblick über sektorübergreifende Verbände, die sich an Maßnahmen zur Bekämpfung der Produktpiraterie beteiligen. Informationen über Branchenverbände sind abrufbar unter: www.wipo.int/enforcement/en/co-operation.html

wirtschaften zu entwickeln. Im Bereich Öffentlichkeitsarbeit wird verstärkt nach Wegen gesucht, staatliche Stellen und die Öffentlichkeit generell wirksamer über die wirtschaftlichen und sozialen Kosten der Produkt- und Markenpiraterie zu informieren.

Wichtige sektorübergreifende Initiativen zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie werden auch von zahlreichen nationalen Organisationen ergriffen, neben denen überdies viele branchenspezifische Gruppen spezielle Maßnahmen in diesem Bereich durchführen. So lancierte z.B. die US Chamber of Commerce im Jahr 2004 eine mit mehreren Millionen Dollar ausgestattete weltweite Initiative zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie (www.thetruecosts.org). Zu den Zielen gehören die Stärkung der gesetzlichen Regelungen zum Schutz geistiger Eigentumsrechte, die Bereitstellung von technischer Hilfe für Rechtsdurchsetzungsbehörden und andere staatliche Stellen sowie die Durchführung von Forschungsarbeiten, um das Wissen über die treibenden Faktoren der Produkt- und Markenpiraterie und ihre Auswirkungen auf die Volkswirtschaften zu vertiefen. Die Initiative wird weltweit durchgeführt und umfasst spezifische Programme in China, Indien, Brasilien, Russland und Korea. Eine weitere wichtige Initiative wurde von der chinesischen Wirtschaft gestartet. Das Quality Brand Protection Committee (QBPC) der China Association of Enterprises with Foreign Investment arbeitet gemeinsam mit der chinesischen Regierung an der Stärkung des Schutzes der Rechte des geistigen Eigentums. Im Mittelpunkt stehen dabei die Verstärkung der grenzüberschreitenden Rechtsdurchsetzung, die Förderung der internationalen Zusammenarbeit sowie Schulungs- und Forschungsinitiativen.

7.4 Authentifizierungstechnologien

Wie bereits weiter oben und in den Kapiteln in Teil III dargelegt, ist es für Fälscher und Produktpiraten einfacher geworden, die Verbraucher mit qualitativ hochwertiger Verpackung und/oder Produktfälschungen zu täuschen, die vom Originalprodukt kaum zu unterscheiden sind.

Bei Markenrechtsverstößen suchen die Markeninhaber ständig nach kostengünstigen Lösungen, die Einzelhändlern und Endverbrauchern die Möglichkeit geben zu prüfen, ob das erworbene Produkt echt ist. Darüber hinaus muss der Rechteinhaber, der gegen eine Verletzung seiner geistigen Eigentumsrechte vorgehen will, den Verstoß problemlos nachweisen können. Durch die Einbindung von Authentifizierungssystemen in die Originalprodukte besteht vor Gericht ein verlässliches Beweismittel. Derartige Authentifizierungssysteme können auch den Rechtsdurchsetzungsbehörden wie Zollbehörden und Behörden für die Einhaltung der Handelsregeln bei Beschlagnahmen die Arbeit erleichtern. Wenngleich es relativ leicht ist, ein wirksames Authentifizierungssystem einzurichten, besteht der Nachteil darin, dass dieses System ständig kontrolliert und aktualisiert werden muss, damit die Sicherheit der gewählten Lösung gewahrt bleibt. Ferner muss der Markeninhaber bereit sein, den wirksamen Einsatz des Systems durch Schulungen aller Anwender, die das System nutzen sollen, zu fördern.

Diesbezügliche Technologien lassen sich in zwei Gruppen unterteilen: Technologien zur Authentifizierung von Produkten und Technologien zur Verfolgung von Produkten (Track und Trace) in der Lieferkette (Tabelle 7.3)².

Offen sichtbare Technologien sind beispielsweise Hologramme, eingebettete Sicherheitsfäden, farbwechselnde Druckfarben und Wasserzeichen. Offene Kennzeichnungen können auch verdeckte Markierungen wie Laserbilder, fluoreszierende Druckfarben, temperaturempfindliche Sicherheitsmerkmale und polarisierende Elemente enthalten. Zu den verdeckten Merkmalen gehören Sicherheitsdruckfarben, Mikrodruck und diverse Kennzeichnungstechnologien im Molekular- und Nanobereich.

2. Die Analyse basiert auf Informationen von Reconnaissance Internationale.

Tabelle 7.3 Technologien zum Schutz gegen Produkt- und Markenpiraterie

Authentifizierungstechnologien		Track-und-Trace-Technologien	
Offen	Bei normalen Lichtverhältnissen mit bloßem Auge erkennbare Markierung.	Strichcodes	Auf Etiketten gedruckte Symbole; mit verdeckten Elementen kombinierbar.
Versteckt	In offene Merkmale oder Verpackungen eingebettete Elemente, die mit Hilfe von Handgeräten wie Sicherheitsmarkern, Laserpointern, optischen Filtern oder UV-Licht mit bloßem Auge erkennbar werden.	Funkfrequenz-Identifikation (RFID)	Automatische Identifizierungsmethode. In ein Produkt eingebettete Technologie, die mit Hilfe von Funksignalen identifizierbar ist.
Verdeckt	Mit bloßem Auge normalerweise nicht erkennbar; Erkennungsgerät erforderlich.		
Forensisch	Erfordern ein Testset oder eine Laboranalyse beispielsweise zur Ermittlung der Zusammensetzung des Produkts oder zur forensischen Analyse des Identifikationsmarkers.		

RFID (*radio frequency identification*) ist eine neue Funkerkennungstechnologie, die bei der Produktlokalisierung zum Einsatz kommt. Sie unterstützt die automatische Identifizierung, wobei Daten mit Hilfe sogenannter RFID-Tags und -Transponder gespeichert und fernabgerufen werden können. Die US-amerikanische Arzneimittelaufsichtsbehörde FDA (Federal Drug Administration) hat den Einsatz von RFID als bevorzugte Lösung bei der Bekämpfung der Produktpiraterie in der pharmazeutischen Industrie in Betracht gezogen, nimmt jedoch derzeit aus Gründen des Kostenaufwands, des Datenschutzes und auf Grund von Umsetzungsproblemen von dieser Technologie nun wieder Abstand.

Die konkret zum Einsatz kommende Technologie variiert je nach Anforderung der jeweiligen Branche; viele Unternehmen verwenden eine Kombination aus offenen und verdeckten Technologien. So kommen in der Luxusgüterindustrie unter anderem RFID-Anwendungen und eingebettete elektromagnetische Identifizierungstags zum Einsatz, die direkt in die Produkte integriert sind und dazu dienen, gefälschte und gestohlene Artikel zu entdecken. Neben einigen RFID-Pilotprogrammen verwendet die Pharmaindustrie für zahlreiche Produkte eine breite Palette von Authentifizierungsanwendungen wie Hologramme und Etiketten mit farbveränderlicher Druckfarbe. Im Audio- und visuellen Sektor werden beispielsweise CD-ROMs auf der gesamten Oberfläche mit Edge-to-Edge-Hologrammen versehen.

Diese Technologien zur Bekämpfung der Produktpiraterie unterliegen einem ständigen Reverse Engineering, weshalb die Markeninhaber mehr oder weniger gezwungen sind, mindestens einmal pro Jahr geringfügige Änderungen am Design vorzunehmen, um den Produktfälschern immer einen Schritt voraus zu sein. Die Anbieter solcher Technologien sind sich dieser Gefahr voll und ganz bewusst und erweitern ihr Angebot regelmäßig um neue Technologieoptionen.

In den vergangenen Jahren sind zwar verschiedene Technologien dieser Art auf den Markt gekommen, ihre breite Anwendung und ihr Erfolg sind allerdings – bedingt durch mehrere Faktoren – bisher begrenzt geblieben, unter anderem auf Grund der Kosten und der Möglichkeit für Fälscher und Produktpiraten, die Technologien für ihre Zwecke anzupassen oder zu kopieren.

Literaturverzeichnis

Reconnaissance International Ltd. (2007), Discussions with Ian Lancaster, Managing Director (vgl. <http://reconnaissance-intl.com>).

Teil III

ÜBERBLICK ÜBER EINZELNE WIRTSCHAFTSZWEIGE

Ziel dieses Teils der Untersuchung

Die folgenden Übersichtskapitel über verschiedene Wirtschaftssektoren sollen eine Momentaufnahme der konkreten, sektorspezifischen Bedingungen liefern, mit denen sich die einzelnen Branchen in ihrem Kampf gegen Marken- und Produktpiraterie konfrontiert sehen. Diese sektorspezifischen Kapitel sollen die allgemeine Analyse ergänzen, die in diesem Bericht angestellt wird; der Leser sollte sie daher in ihrem Kontext betrachten und nicht vergessen, dass sie nicht als umfassende Einzelanalysen der fraglichen Sektoren gedacht sind.

Welche Branchen werden behandelt?

Es wurden fünfzehn Wirtschaftszweige identifiziert, die Marken- und Produktpiraterie stark ausgesetzt sind. Die Auswahl dieser Sektoren erfolgte nicht systematisch und entspricht auch keinem internationalen Klassifizierungssystem, sie ermöglicht jedoch die Erfassung eines sehr großen (möglicherweise sogar des größten) Teils der Industrieproduktion.

In Einklang mit der Schwerpunktsetzung des Berichts werden nur Branchen behandelt, die „materielle“ Güter herstellen; berücksichtigt werden daher weder Dienstleistungen noch immaterielle Güter (wie z.B. digitale Dateien, die über das Internet oder andere elektronische Übertragungswege ausgetauscht werden können), auch wenn sie unter die im fraglichen Sektor verwendete allgemeine Definition fallen. Musik, Filme und Software sind Beispiele für Bereiche, in denen diese Unterscheidung eine wichtige Rolle spielt.

Auswahl der behandelten Sektoren

Die fünfzehn identifizierten Sektoren, einschließlich derer, die für eine eingehendere Untersuchung ausgewählt wurden, sind im Kasten am Ende dieses Überblicks aufgeführt.

Die Liste dieser fünfzehn Sektoren musste weiter gekürzt werden, da es mit den verfügbaren Mitteln unmöglich war, sie alle zu behandeln. Die Auswahl der Sektoren, die einer eingehenderen Untersuchung unterzogen wurden, gründete sich auf eine Reihe von Kriterien:

- Das erste Kriterium war, dass Sektoren, in denen Gefahren für die öffentliche Gesundheit und Sicherheit drohen, Priorität haben sollten.
- Das zweite Kriterium erklärte sich daraus, dass die Sektoruntersuchungen die Erfahrungen der jeweiligen Wirtschaftszweige widerspiegeln sollten, weshalb die Kooperation der Branchen unerlässlich war; daher drückt sich in der Auswahl der Sektoren bis zu einem gewissen Grad auch deren Bereitschaft zur Mitarbeit und Bereitstellung von Informationen und Daten aus.

- Das dritte – am wenigsten wichtige – Kriterium war, dass Sektoren bevorzugt werden sollten, in denen zahlreiche Informationen aus anderen Quellen vorliegen.

In den Sektorkapiteln verwendete Informationen und Daten

Da sie die Erfahrungen der verschiedenen Wirtschaftszweige mit Produkt- und Markenpiraterie widerspiegeln sollen, gründen sich die Sektoruntersuchungen stark auf Informationen, Daten und Beurteilungen, die von den jeweiligen Branchen selbst vorgelegt wurden. Die Leser sollten sich darüber im Klaren sein, dass weder die Eignung der zur Gewinnung der Daten verwendeten Methoden noch die Richtigkeit der von den Branchen gelieferten Informationen von der OECD überprüft wurde.

Die Informationen wurden bei der Wirtschaft über einen detaillierten Fragebogen eingeholt, der an die Spitzenverbände sowie die großen Unternehmen der jeweiligen Sektoren gesendet wurde. Diese wurden von dem auf Seiten der Wirtschaft für die Koordination des Projekts zuständigen Gremium identifiziert (dem BIAC, dem Beratenden Ausschuss der Wirtschaft bei der OECD). Ergänzend dazu kam es zu einem direkten Schriftwechsel mit einzelnen Umfrageteilnehmern aus verschiedenen Gremien und Unternehmen. Die Mehrzahl der Informationen wurde der OECD auf vertraulicher Basis zur Verfügung gestellt, was sich insofern direkt in den sektorspezifischen Kapiteln widerspiegelt, als im Allgemeinen keine Firmen- oder Markennamen genannt werden.

In einigen Fällen wurden die Informationen der Wirtschaft durch Angaben und Daten aus anderen Quellen ergänzt. Wo dies der Fall ist, werden die jeweiligen Quellen genannt.

Zentrale Ergebnisse der sektorspezifischen Untersuchungen

Gemeinsame Erfahrungen

Die Sektorkapitel wurden unter intensiver Mitwirkung der betroffenen Branchen ausgearbeitet, weshalb sich das darin enthaltene Material auf deren Untersuchungen und Praxiserfahrungen stützt. Die von den verschiedenen Branchen vorgelegten Unterlagen und Daten wurden nicht nach den gleichen Methoden gesammelt oder präsentiert, wiesen aber genügend Gemeinsamkeiten auf, um die Ausarbeitung eines einheitlichen Rahmens für die Gliederung der Sektorberichte zu gestatten, wodurch es wiederum möglich war, eine Reihe gemeinsamer Erfahrungen in den betrachteten Sektoren zu identifizieren.

Diese gemeinsamen Erfahrungen sind:

Fast alles kann gefälscht werden

In den Sektoruntersuchungen wird deutlich hervorgehoben, dass die Fälscher bei ihren Geschäften clever, geschickt und sehr professionell vorgehen. Jede Branche lieferte Beispiele für Artikel, die erfolgreich gefälscht wurden und die z.T. sogar erhebliche Investitionen und Fabrikationskompetenzen erforderten (dies zeigt sich z.B. am breiten Spektrum der gefälschten Autoersatzteile).

Gefahren für Gesundheit und Sicherheit

Besonderes Augenmerk wurde auf Sektoren gerichtet, in denen Gesundheits- und Sicherheitsrisiken drohen, wie z.B. im Nahrungsmittel- und Getränkektor, in der Pharmaindustrie, bei den Autoersatzteilen sowie in der Elektroindustrie. Die Erfahrungen dieser Branchen geben Anlass zur Besorgnis, da allgemein festzustellen war, dass Fälscher alles

kopieren, womit sich Gewinne erzielen lassen, und dass die fraglichen Plagiate häufig nicht normgerecht sind. Außerdem gaben alle Branchen an, dass es den Fälschern zunehmend gut gelingt, täuschend echte Fälschungen herzustellen. Sogar Sicherheits-hologramme wurden bereits gefälscht, so heißt es.

Nicht normgerechte Artikel können in diesen Sektoren zu Todesfällen, Erkrankungen, Verletzungen und Sachschäden führen, was schwerwiegende Probleme für die öffentliche Gesundheit und Sicherheit aufwirft, die über die eigentlichen Fragen des Schutzes geistiger Eigentumsrechte hinausgehen. So wurden beispielsweise Arzneimittel, Autoteile und Alkoholika entdeckt, bei denen es sich ganz klar um Fälschungen handelte, die aber nicht als solche bezeichnet werden können, weil mit ihrer Herstellung keine Markenschutz-, Patent- oder Musterrechte verletzt wurden.

Infiltrierung legaler Lieferketten

Eine beunruhigende Entwicklung in den Branchen, die von betrügerischen Fälschungen betroffen sind (insbesondere solchen, die Gesundheits- und Sicherheitsrisiken darstellen), ist die wachsende Zahl der Fälle, in denen gefälschte Produkte in legale Lieferketten eingeschleust werden. So wurden z.B. gefälschte Autoteile in legalen Kfz-Werkstätten, Arzneimittelfälschungen in Apotheken und gefälschte Nahrungsmittelartikel in Supermarktregalen entdeckt.

Mit diesem Trend entfernt sich die Produktfälschung zunehmend von der gängigen Vorstellung, wonach es sich um eine relativ harmlose Aktivität handelt, bei der es u.U. nicht einmal wirkliche Opfer gibt, um zu einem schwerwiegenden Verbrechen mit vielleicht sogar tödlichen Folgen zu werden.

Die Infiltrierung legaler Lieferketten ist nicht immer ein leichtes Unterfangen, sie setzt Ressourcen, Organisationskapazitäten, ja sogar kriminelle „Fähigkeiten“ voraus. Die Organisierte Kriminalität verfügt über die entsprechenden Möglichkeiten (und kann zudem auf Mittel wie Bestechung und Erpressung zurückgreifen), und in allen Sektoren – vor allem aber jenen, die von betrügerischen Fälschungen betroffen sind – wurde vielfach auf eine Beteiligung krimineller Vereinigungen hingewiesen.

Komplexe Vertriebswege und Logistik

Die Herstellung von Fälschungen (die ihrerseits Investitionen, Kompetenzen und Produktionskapazitäten erfordert) ist eine Sache, eine andere ist es, diese Fälschungen auf die jeweils lukrativsten Märkte zu schaffen.

Transport und Vertrieb gefälschter oder unerlaubt kopierter Produkte auf ihren Zielmärkten setzen fast immer eine komplexe Logistik voraus, woran deutlich wird, über welche große Ressourcen und Kapazitäten die Akteure verfügen, die in diesem Bereich tätig sind.

In den von uns untersuchten Branchen wurde außerdem festgestellt, dass die Güter vielfach über normale Transportrouten transportiert werden, in Containern oder (was weniger wahrscheinlich ist) als Luftfracht, wobei die Artikel korrekt (aber natürlich nicht als Fälschungen!) ausgewiesen und mit den erforderlichen Dokumenten versehen werden, z.B. Seefrachtbriefen. Dadurch wird es für die Zollbehörden (und sogar die Rechteinhaber) schwieriger, die gefälschten Artikel zu identifizieren.

Mehrere Wirtschaftsverbände wiesen darauf hin, dass die Komplexität der Logistik kriminellen Vereinigungen eine Chance bietet, ins Geschäft mit Fälschungen und Kopien einzusteigen.

Durch lange und komplexe Logistikketten entstehen aber auch Möglichkeiten für die Behörden (vor allem die Zollverwaltungen), die gefälschten oder illegal kopierten Produkte aus dem Verkehr zu ziehen.

Bedeutung versus Priorität

Aus Sicht der Wirtschaft ist häufig eine Diskrepanz zwischen der Bedeutung, die die Regierungen dem Problem der Produkt- und Markenpiraterie beimessen, und der Priorität festzustellen, die den zuständigen Behörden (z.B. Polizei, Zollverwaltung, Staatsanwaltschaft) bei der Ressourcenallokation in diesem Bereich eingeräumt wird, und offenbar gibt es einige logische Gründe, die dies erklären.

So ist es z.B. verständlich, dass ein größerer Teil der Ressourcen für Bereiche aufgewandt wird, in denen es um schwerwiegendere illegale Aktivitäten geht, z.B. Drogen-, Waffen- und Menschenhandel oder auch Schmuggel mit dem Ziel der Steuerumgehung. Da es sich um ein ernstes, aber eben doch nicht ganz so gravierendes Problem handelt, kann es daher vorkommen, dass die Produkt- und Markenpiraterie bei der Ressourcenallokation am unteren Ende der Prioritätenliste steht.

Auch innerhalb der für die Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie vorgesehenen Budgets spricht einiges für eine pragmatische (wenn auch nicht absichtliche) Hierarchisierung. Für Anstrengungen zur Aufdeckung gefälschter Arzneimittel, Nahrungsmittel und Getränke, Autoteile und sonstiger Artikel, von denen Gesundheits- und Sicherheitsrisiken ausgehen können, werden u.U. mehr Mittel zur Verfügung gestellt als für Ermittlungen im Bereich ungefährlicherer Artikel wie CDs, DVDs oder T-Shirts.

Wie diese Prioritäten festgelegt werden, ist Sache der Regierungen, die entscheiden müssen, wie sie ihre Ressourcen verteilen. Dennoch sollte zumindest darauf hingewiesen werden, dass laut den Erfahrungen der Wirtschaft hier ein klarer Unterschied zwischen Bedeutung und Priorität besteht.

Werden die Gesetze wirkungsvoll durchgesetzt?

In allen Wirtschaftssektoren war zu hören, dass, selbst wenn geeignete Gesetze existieren, diese nach der Erfahrung der Unternehmen nicht immer wirkungsvoll umgesetzt werden. Aus Sicht der Wirtschaft äußert sich dies in Problemen bei der Identifizierung und Festnahme mutmaßlicher Fälscher und Produktpiraten, Verzögerungen bei der Übergabe der Fälle an die Gerichte und nicht immer ausreichend hohen Strafen, sollten diese überhaupt verhängt werden. Dies wiederum behindert die Anstrengungen zur Bekämpfung von Fälschern und Produktpiraten und resultiert in einer hohen Zahl von Wiederholungstätern.

Seitens einiger Branchen wurde angedeutet, dass Aktivitäten der Produkt- und Markenpiraterie von manchen lokalen oder regionalen Regierungsinstanzen, vor allem in strukturschwachen Regionen, geduldet (wenn nicht sogar begrüßt) werden, da sie Arbeitsplätze schaffen und die Einkommen in der Region erhöhen. Dies hat zur Folge, dass diese Verwaltungsebenen mit geringerer Wahrscheinlichkeit wirkungsvoller gegen solche Aktivitäten vorgehen als die Zentralregierungen. Es gilt zu betonen, dass sich diese Behauptungen nicht auf empirische Belege stützen und dass sie nach wie vor rein punktueller Art sind und aus Erfahrungsberichten von Wirtschaftsverbänden und Unternehmen stammen, die insbesondere an den Herstellungsorten eine aktive Rolle spielen.

Steigende Kosten rechtlicher Aktionen

Ein von der Wirtschaft häufig angesprochener Punkt, der auch in die sektorspezifischen Kapitel Eingang gefunden hat, sind die hohen und weiter steigenden Kosten, die den Unternehmen durch die Aufspürung und Verfolgung von Fälschern und Produktpiraten entstehen. Schon ein kurzer Überblick über die speziell zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie eingerichteten Gremien der Wirtschaft – von den Anstrengungen großer Unternehmen zum Schutz ihrer Markennamen und Produkte ganz zu schweigen –, macht deutlich, dass die Wirtschaft diesem Problem große Bedeutung beimisst und auch bereit ist, erhebliche Mittel für seine Bekämpfung aufzuwenden.

Bedrohung für die Staatseinnahmen

Zusätzlich zu den Kosten, die den Inhabern geistiger Eigentumsrechte und den Verbrauchern entstehen, kommt es auch zu erheblichen (weitgehend nicht quantifizierbaren) Ausfällen bei den Staatseinnahmen, d.h. Kosten, die letzten Endes von der breiten Öffentlichkeit getragen werden. Solche Einnahmeverluste entstehen, wenn im Geschäft mit gefälschten oder unerlaubt kopierten Produkten die Steuern, Gebühren und Zölle umgangen werden, die auf die Originalprodukte zu entrichten sind. Besonders groß sind die Einnahmeverluste im Fall von Produkten, auf die hohe Verbrauchsteuern zu zahlen sind, z.B. Tabakwaren und alkoholische Getränke.

Indem sie zu einer Reduzierung der Preise der fraglichen Produkte auf der Einzelhandelsstufe führt, kann die Umgehung von Verbrauchsteuern – abgesehen von den Einnahmeverlusten – auch negative Auswirkungen auf staatliche Gesundheitsprogramme haben, die auf eine Verringerung des Konsums von Alkohol und Tabakwaren (insbesondere durch Minderjährige) abzielen.

Untersuchte Wirtschaftszweige

In diesem Bericht genauer behandelte Sektoren

- Audiovisueller Sektor
- Kraftfahrzeugsektor
- Elektroindustrie
- Nahrungsmittel- und Getränkesektor
- Arzneimittel
- Tabakindustrie

Im Bericht nicht genauer behandelte Sektoren

- Sportbekleidung und sonstige Markenkleidung
- Luxusgüter, Parfüm, Designermode
- Bücher
- Motorenschmiermittel
- Flugzeugteile
- Spielzeug
- Computersoftware
- Pflege-, Toiletten- und Haushaltsartikel
- Chemikalien und Pestizide

Kapitel 8

AUDIOVISUELLER SEKTOR

8.1 Überblick

Gemäß dem vom Rat der OECD für diese Studie insgesamt erteilten Mandat befasst sich die folgende Sektoranalyse ausschließlich mit Formen der Produktpiraterie, die in der Herstellung eines materiellen Produkts resultieren, z.B. einer CD, einer DVD oder (was immer seltener vorkommt) einer Musik- oder VHS-Kassette, d.h. einem „festen“ Datenträger. Die im Mandat des Rats als Piraterie „digitaler“ (d.h. nicht physischer) Inhalte bezeichnete Form der Produktpiraterie, sei es über das Internet oder auf anderem Wege, wird gesondert in Phase II dieses Projekts untersucht.

Dabei gilt es darauf hinzuweisen, dass der Begriff „digital“ in der üblichen Branchenterminologie zur Beschreibung binärer (im Gegensatz zu analogen) Datenspeicherungsformaten dient und dass diese Formate zur Speicherung und Übertragung sämtlicher Computerdaten verwendet werden, d.h. CD/DVD-Inhalten ebenso wie Dateien und anderen über das Internet abrufbaren Inhalten. Die Verwendung des Begriffs „digital“ kann dah er in einigen Fällen irreführend wirken (z.B. im Fall von auf CDs gespeicherter Musik), weil der Inhalt sowohl digital als auch auf einem physischen Datenträger gespeichert ist. Im Interesse der Eindeutigkeit muss daher präzisiert werden, dass sich die Begriffe „digitaler Inhalt“ und „digitale Piraterie“ in dieser Sektoranalyse (und damit auch in Phase II der Gesamtstudie zur Produkt- und Markenpiraterie) spezifisch auf Inhalte beziehen, bei denen **keine** physischen Datenträger zur Übermittlung der unerlaubt kopierten Inhalte vom Produktpiraten an den Verbraucher eingesetzt werden.

Obwohl sich dieses Sektorkapitel nur mit physischer Piraterie befasst (vgl. Kasten 8.1 wegen einer Beschreibung der verschiedenen Formen physischer Piraterie), wird gelegentlich auf die digitale Piraterie Bezug genommen, wenn diese eng mit der Produktpiraterie auf physischen Datenträgern verknüpft ist; so z.B. in Fällen, in denen es in ansonsten nützlichen Datensätzen nicht möglich war, eine Aufschlüsselung der verschiedenen Formen der Piraterie vorzunehmen. Auf diese Fälle wird in der Untersuchung speziell hingewiesen.

Darüber hinaus müssen zwei weitere Punkte hinsichtlich der Unterscheidung zwischen physischer und digitaler Piraterie berücksichtigt werden. Erstens werden der Gesamtumfang und die Gesamteffekte der Produktpiraterie im Musik- und Videobereich in diesem Bericht unterzeichnet, der sich wie gesagt nur mit physischer Piraterie befasst. Zweitens gilt es darauf hinzuweisen, dass das Problem der Unterscheidung zwischen physischen und digitalen Daten und Informationen auch in Phase II der Untersuchung, bei der es um die Piraterie digitaler Inhalte geht, auftreten wird.

Kasten 8.1 **Verschiedene Formen physischer Piraterie**

In dieser Phase der Studie über Produkt- und Markenpiraterie geht es um die „physische Piraterie“, die als eine Form der Piraterie definiert ist, bei der „feste“ Datenträger zum Einsatz kommen und die in der Entstehung eines materiellen Produkts resultiert (z.B. einer Musik-CD).

Die von den Produktpiraten üblicherweise verwendeten Formen von Datenträgern sind dem Verbraucher bestens bekannt: Es handelt sich um mit Musik- oder Video-Inhalten bespielte CDs und DVDs sowie die älteren Musik- und VHS-Kassetten. CDs und DVDs können in verschiedenen Formaten und Größen angeboten werden, z.B. als Video-CDs oder Mini-Discs, im Wesentlichen handelt es sich dabei aber um dieselbe Art von Produkt, insofern sie alle Musik- oder Video-Inhalte enthalten, die auf Hifi-Anlagen, DVD-Spielern, Auto-CD-Spielern usw. abgespielt werden können.

Die Musik- und Filmindustrie bezieht sich auf diese allgemein üblichen Datenträger, deren Zahl erfasst wird, wenn der Umfang der physischen Piraterie und der dadurch entstehenden Verluste geschätzt werden soll.

Andere physische Datenträger können aber ebenfalls für die Piraterie von Musik- und Video-Inhalten verwendet werden, z.B. Computer-Speichermedien, wie Festplatten, Speicherkarten, USB-Sticks usw.

Auf einer externen 80Gb-Festplatte können z.B. bis zu 20 000 Musiktitel gespeichert werden (z.B. im MP3-Format), die an andere weitergegeben und so potenziell zur Herstellung raubkopierter CDs verwendet werden können, die dann an andere Verbraucher verkauft werden. Auch Laptop-Computer, MP3-Spieler, Taschencomputer und sogar Mobiltelefone können diesen Zweck erfüllen.

Diese Speichermedien stellen eine Art Grauzone dar, da es sich zwar um materielle Produkte handelt, sie aber nicht dem allgemein üblichen Konzept des physischen Datenträgers – d.h. der CD und DVD – entsprechen. Dabei kann von ihnen gesagt werden, dass sie eigentlich nichts anderes sind als Speichermedien, die auch die Übermittlung digitaler Daten ermöglichen.

Diese Formen der Datenübertragung sind jedoch im Allgemeinen privater Art und so weit verbreitet, dass eine Identifizierung und Messung der Transaktionen so gut wie unmöglich wäre, selbst wenn wir sie als physische Piraterie behandeln würden. Daher wird in dieser Sektoranalyse zwar auf ihre Existenz sowie ihr Potenzial zur Erleichterung der Verbreitung von Raubkopien hingewiesen, aber nicht versucht, sie genauer zu analysieren oder ihren spezifischen Beitrag zum Gesamtproblem zu messen. Die Musik- und Filmindustrie hat sich für einen ähnlichen Ansatz entschieden, obwohl sie sich dieser verschiedenen Formen der Piraterie bewusst ist (vgl. beispielsweise IFPI, 2006, S. 3-4).

Außerdem hat sich die OECD bereits in Berichten zum Thema Breitband-Inhalte mit bestimmten Aspekten der digitalen Piraterie befasst (OECD, 2005, 2006a, b), worauf in dieser gesonderten Analyse der Piraterie auf physischen Datenträgern Bezug genommen wird¹.

Die Musik- und Filmpiraterie hat im Laufe der Jahre einen erheblichen Wandel erfahren, und diese Veränderungen haben sich zunehmend beschleunigt, je weiter sich die erforderlichen Technologien verbreiteten, je einfacher sie in der Handhabung und je erschwinglicher sie wurden. Die Entwicklungen im Bereich der Musik- und der Videopiraterie verliefen im Wesentlichen parallel, allerdings nicht mit dem gleichen Tempo, weil zur Kopie von Audio- und Video-Inhalten unterschiedliche technische Anforderungen erfüllt werden müssen (wegen Einzelheiten vgl. Anhang 8.A1).

1. Die OECD-Arbeitsgruppe Informationswirtschaft (WPIE) befasst sich mit der digitalen Informationsübermittlung. Einzelheiten zu diesen Arbeiten und vorliegenden Untersuchungen finden sich unter www.oecd.org/sti/digitalcontent.

Zusammenfassend lässt sich diese Entwicklung folgendermaßen beschreiben: In beiden Fällen, aber zu unterschiedlichen Zeitpunkten waren zunächst relativ kostspielige halbkommerzielle Reproduktionsausrüstungen erforderlich, die die Herstellung von Raubkopien in mittleren Auflagen ermöglichten; später kamen kostengünstige Computerausrüstungen auf den Markt, die es auch Einzelpersonen gestatteten, CDs oder DVDs zu „brennen“; und durch die Weiterentwicklung der Computer-Technologien und des Internets wurde es dann schließlich möglich, digitale Audio-/Video-Dateien zu übermitteln, zu kopieren und abzuspielen. Mit diesem letzten Stadium besteht nun die Möglichkeit, dass sich Herstellung, Transport und Verkauf von unerlaubt kopierten Inhalten auf physischen Datenträgern letztlich erübrigen werden; allerdings ist kaum anzunehmen, dass die Nachfrage nach physischen Datenträgern ganz versiegen wird.

Sowohl im Musik- als auch im Filmbereich sorgte der technische Fortschritt dafür, dass die Herstellung von Raubkopien besser, leichter, billiger, weniger zeitaufwendig wurde und sich vor allem mehr auf die lokale Ebene konzentrieren konnte. Das bedeutet, dass Musik- und Videopiraten zu geringen Kosten qualitativ relativ hochwertige Kopien auf gepressten oder gebrannten Datenträgern herstellen können, die für die Verbraucher kaum von den legalen Produkten zu unterscheiden sind.

Diese Raubkopien werden zunehmend direkt vor Ort produziert, wodurch die Lieferkette stärker aufgefächert werden kann und sich die Notwendigkeit des Transports über lange Strecken sowie der Einschaltung komplexer Vertriebsnetze verringert. Außerdem können Musik- oder Video-Inhalte heute in aller Welt unerlaubt kopiert, verkauft und übermittelt werden, ohne dass dazu physische Produkte hergestellt werden müssten, was eine Bedrohung darstellt, der sich andere Branchen nicht ausgesetzt sehen. Außer der Software-Branche ist kein anderer in diesem Bericht untersuchter Sektor mit einer derartigen Bedrohung seines legalen Absatzes konfrontiert, da die Produktpiraterie in anderen Wirtschaftszweigen immer noch die Herstellung, den Transport und den Vertrieb physischer Güter voraussetzt.

8.2 Arten von Rechtsverletzungen

Die wichtigste Form von Rechtsverletzung, mit der sich die Musik-, Film- und TV-Branche konfrontiert sieht, ist die Produktpiraterie, d.h. der Verstoß gegen das Urheberrecht. Wenn zur Verpackung unerlaubt vielfältiger CDs und DVDs zudem Kopien der Original-Plattenhüllen bzw. -Verpackungen (z.B. mit dem Logo des jeweiligen Musik- oder Filmunternehmens) verwendet werden, kann es auch zu Verletzungen des Markenrechts und möglicherweise des Musterrechts kommen, falls es sich bei den fraglichen Verpackungen und Logos um eingetragene Markenzeichen oder Geschmacksmuster handelt.

Musik- und Filmpiraten haben zwar wenig Grund, sich die zusätzliche Mühe zu machen, die Platten- oder DVD-Hüllen der kopierten Artikel zu drucken (schließlich geht es den Käufern um die Musik bzw. den Film, nicht um die Verpackung); tun sie dies jedoch, gehen sie dabei z.T. extrem geschickt vor, und einige Musik- und Filmunternehmen berichten, dass sogar schon Sicherheitshologramme kopiert wurden. Dadurch kann sich der Wert der Raubkopien erhöhen, und einige der besten Kopien haben so bereits ihren Weg in reguläre Läden gefunden, wo sie neben den legalen Fassungen verkauft werden. Diese qualitativ hochwertigen Raubkopien werden im Allgemeinen in illegalen, semiprofessionellen Massenproduktionsstätten hergestellt, anders als die Raubkopien, die in kleinem Rahmen von Einzelpersonen gefertigt werden.

Kasten 8.2 Unterschiedliche Arten der Video-/Musikpiraterie

Für die Zwecke dieser Sektoranalyse wird Produktpiraterie definiert als die Herstellung von Kopien, die ohne Einwilligung des Rechteinhabers erfolgt und die nach den Gesetzen der betreffenden Volkswirtschaften einen Verstoß gegen die Urheber- oder ähnlichen Rechte darstellt. Diese Definition deckt sich im Großen und Ganzen (wenn auch nicht vollständig) mit der Definition der „unerlaubt hergestellten urheberrechtlich geschützten Waren“ in der Fußnote zu Artikel 51 des Übereinkommens über handelsbezogene Aspekte der Rechte des geistigen Eigentums (TRIPS).

Sowohl in der Musik- als auch in der Filmindustrie wurden jedoch genauere, an die Gegebenheiten dieser Sektoren angepasste Definitionen ausgearbeitet. Diese Definitionen, in denen das Konzept der physischen Piraterie abgegrenzt wird (d.h. der Schwerpunkt dieser Studie), sind nachfolgend aufgeführt, um zu erläutern, wie die fraglichen Begriffe in den jeweiligen Branchen verwendet werden. Die in der Musik- und der Filmindustrie benutzten Begriffe decken sich zwar in gewissem Umfang, können aber recht unterschiedliche Dinge beschreiben, und so hat z.B. das Wort „Bootlegging“ eine andere Bedeutung, je nachdem, ob es sich auf Musik oder Filme bezieht.

Um Unklarheiten zu vermeiden, wird der Begriff „Produktpiraterie“ in diesem Bereich gemäß der oben erwähnten TRIPS-Definition verwendet. Sollte ein Begriff jedoch im Kontext einer bestimmten Branche gebraucht werden (z.B. wenn Daten des jeweiligen Sektors vorgestellt werden), bezieht er sich auf die in der betreffenden Branche gängige Definition, worauf dann auch klar hingewiesen wird.

Terminologie der Filmindustrie

Die Definitionen der Filmindustrie stammen von der Motion Picture Association of America (MPAA, 2006), die folgende Klassifizierung der Aktivitäten physischer Piraterie gebraucht:

Bootlegging: Beschaffung von Filmen oder sonstigen Video-Inhalten durch Kauf oder Entgegennahme eines illegal kopierten Videobands oder optischen Speichers.

Illegale Vervielfältigung: Herstellung oder Entgegennahme illegaler Kopien von Video-Inhalten, die mit Hilfe legal hergestellter Kassetten oder optischer Speicher angefertigt wurden.

Terminologie der Musikindustrie

Die Terminologie für die physische Piraterie in der Musikindustrie wurde von der International Federation of Phonographic Industries (IFPI)¹ ausgearbeitet. Sie umfasst:

Physische Musikpiraterie: Der Begriff „physische Musikpiraterie“ bezieht sich auf die Herstellung oder den Vertrieb von Tonaufzeichnungen auf physischen Tonträgern ohne Einwilligung des Rechteinhabers. Mit „Piraterie“ sind dabei kommerzielle Aktivitäten gemeint, einschließlich solcher, die einen kommerziellen Schaden verursachen. Die Verpackung der Raubkopien kann dabei dem Original entsprechen, muss es aber nicht. Bei den Raubkopien handelt es sich häufig um Kompilationen, wie die „größten Hits“ eines bestimmten Musikers oder Sammlungen von Musikstücken desselben Genres, z.B. Dance-Musik.

Fälschungen: Bei Fälschungen handelt es sich um eine bestimmte Form physischer Piraterie, nämlich um ohne Erlaubnis des Rechteinhabers hergestellte Kopien, die so verpackt sind, dass sie dem Originalprodukt so ähnlich wie möglich sehen. Dabei wird die Originalgestaltung sowie in einigen Fällen auch das Markenzeichen oder Logo kopiert, womit dem Käufer vorgetäuscht werden soll, dass er ein legal hergestelltes Originalprodukt erwirbt.

Bootlegs: Bootlegs sind unerlaubte Aufzeichnungen von Live-Vorführungen oder Rundfunkausstrahlungen. Sie werden ohne Erlaubnis des Künstlers, Komponisten oder Musikunternehmens vervielfältigt und verkauft, manchmal zu Höchstpreisen.

Anmerkungen

a) In dieser Studie geht es um physische Piraterie von Musik-, Film- oder Video-Inhalten, die im Allgemeinen kommerziellen Zwecken dient. Damit wird berücksichtigt, dass die Verwendung von Musik- oder Video-Inhalten in vielen Fällen rechtlich zulässig ist; einige Formen von Kopien für private, nichtkommerzielle Zwecke sind beispielsweise erlaubt. Solche Fälle werden in dieser Analyse nicht behandelt.

(Fortsetzung nächste Seite)

(Fortsetzung)

b) Die Filmindustrie verwendet eine Definition der Internet-Piraterie, die sich hauptsächlich auf die nichtphysische Piraterie bezieht, welche außerhalb des Rahmens dieser Studie liegt (und in Phase II behandelt wird). In der Filmindustrie bezieht sich die Definition der Internet-Piraterie aber auch auf die Vervielfältigung von im Internet illegal heruntergeladenen Filmen, die auf physische Datenträger (Videobänder oder optische Speicher) kopiert werden, was Gegenstand dieser Studie ist.

Die Nichtberücksichtigung von Daten zur Internet-Filmpiraterie resultiert daher in der Regel in einer Unterzeichnung des Umfangs des Problems der physischen Piraterie in der Filmindustrie. Umgekehrt kommt es bei Einbeziehung dieser Daten zu einer Überzeichnung des Ausmaßes der physischen Filmpiraterie auf festen Datenträgern.

Unter der Annahme, dass es sich bei der überwiegenden Mehrzahl der Fälle von Internet-Filmpiraterie um rein online ablaufende Geschäfte handelt, werden Daten zur Internet-Filmpiraterie in der Analyse soweit wie möglich ausgeklammert.

1. Vgl. www.ifpi.org/content/section_views/what_is_piracy.html.

8.3 Vorgehensweisen

Was die physische Piraterie anbelangt, handelt es sich bei der Herstellung von Raubkopien von Audio- und Video-Inhalten derzeit sowohl um die traditionelle, zentralisierte Produktion von CDs und DVDs² in kommerziellen Mengen als auch um neuere Formen der Herstellung begrenzter Auflagen in kleinen Betrieben, die mit leicht erhältlichen, kostengünstigen Computerausrüstungen arbeiten.

8.3.1 Kommerzielle Großproduktion

Die Einrichtung von Produktionsstätten, in denen CDs und DVDs vervielfältigt (bzw. mit Hilfe von Masterkopien gepresst) werden können, ist nach wie vor ein vergleichsweise kostspieliges Unterfangen, das erhebliche Investitionen in geeignete Ausrüstungen erfordert und nur von Akteuren in Angriff genommen wird, die beabsichtigen, eine sehr große Zahl von CDs und DVDs in Verkehr zu bringen. Nur gut organisierte Gruppen mit solider Finanzausstattung und ausgedehnten Vertriebsnetzen sind bereit, die nötigen Investitionen in solche komplexen Ausrüstungen zu tätigen.

Abgesehen von der Frage der Kosten (die nur amortisiert werden können, wenn eine große Zahl von CDs und DVDs hergestellt und verkauft wird), müssen diese Ausrüstungen auch in dauerhaften oder quasidauerhaften Produktionsstätten untergebracht werden, wodurch sich die Gefahr der Entdeckung deutlich erhöht.

Ein Umfrageteilnehmer aus der Filmindustrie wies außerdem darauf hin, dass physische Videopiraterie am häufigsten in Volkswirtschaften anzutreffen ist, in denen der Schutz geistiger Eigentumsrechte vergleichsweise lax gehandhabt wird und ungenutzte Produktionskapazitäten zur Verfügung stehen, in denen fertige DVDs (im Gegensatz zu DVD-Rohlingen) hergestellt werden können. Daraus lässt sich schließen, dass „kommerzielle“ Produktionsstätten, die nur einer laxen Regulierung und Kontrolle unterliegen und in denen möglicherweise gleichzeitig legale Produkte gefertigt werden, zur Herstellung

2. In einigen Teilen der Welt werden Raubkopien von Musik- und Film-Inhalten immer noch gerne auf Musikkassetten und VHS-Videobändern angeboten, die inzwischen aber zunehmend durch CD, DVD und Internet verdrängt werden.

von Raubkopien beliebter Filme und TV-Sendungen genutzt werden. Diese Vermutung wurde auch in einem dem Büro der US-Handelsbeauftragten (USTR) unterbreiteten Bericht der International Property Alliance (IPA, 2006b) geäußert.

Derart technisch ausgereifte Produktions- und Vertriebsstrukturen verfügen zudem über die erforderlichen Kapazitäten und Ressourcen, um die komplexen Abläufe zu steuern, die mit Piraterieaktivitäten dieser Größenordnung verbunden sind. So kann z.B. die Beschaffung von Vorabkopien von Filmen schwieriger sein als von nach der Kommerzialisierung erstellten Masterkopien (sofern die legalen, im Handel erhältlichen CDs und DVDs diese Funktion erfüllen können), weil man dazu auf „undichte Stellen“ in den Filmstudios oder der Verteilung der Vorabkopien für Werbezwecke angewiesen ist oder die Filme bei Erstvorführungen mit Videokameras von der Leinwand abfilmen muss.

Der Wert solcher Vorabkopien ist am höchsten, bevor die legalen Kopien von den Musikunternehmen oder Filmstudios in den Handel gebracht werden und auch in kleinen Rahmen arbeitende Produktpiraten Raubkopien davon anfertigen können. Daher müssen in kurzer Zeit große Mengen hergestellt werden, die über effiziente Transport-/Vertriebsnetze rasch auf die Zielmärkte gebracht werden müssen, die sich zumeist nicht im Herstellungsland befinden.

Diese groß angelegten Aktivitäten, vor allem jene, bei denen mit brandneuem Material gearbeitet wird, setzen eine ausgefeilte Organisation und erhebliche Investitionen voraus, weshalb sie mit großer Wahrscheinlichkeit die Aufmerksamkeit organisierter Gruppen, d.h. auch krimineller Vereinigungen wecken und zu deren Beteiligung führen. Diese Gruppen nutzen ihre organisatorischen Fähigkeiten, ihre Finanzkraft und ihre sonstigen „Überzeugungsmethoden“, um groß angelegte Vertriebsketten für unerlaubt kopierte Produkte aufzubauen und zu steuern, was an späterer Stelle in dieser Sektoranalyse eingehender erörtert wird.

8.3.2 Kommerzielle Kleinproduktion

Wie bereits erwähnt, hat die Computertechnologie inzwischen ein Stadium erreicht, in dem CDs und DVDs zu geringen Kosten und in relativ großer Zahl mit Hilfe leicht erhältlicher Kopierstationen hergestellt werden können, mit denen mehrere optische Platten gleichzeitig gebrannt werden können und die entweder allein oder im Verbund mit einem Computer betrieben werden. Damit bietet sich Produktpiraten eindeutig die Möglichkeit, in die äußerst mobile kommerzielle Kleinproduktion von Raubkopien einzusteigen, ohne dafür umfangreiche Investitionen tätigen zu müssen, wie sie für die Einrichtung der vorstehend beschriebenen Großproduktionsstätten erforderlich sind.

Mit einer bescheidenen Investition in Höhe von etwa 700 US-\$ ist es beispielsweise möglich, eine an einen einfachen Computer anschließbare Kopierstation mit 7 Brennern zu kaufen³, mit der pro Stunde etwa 70 CD-Rs vervielfältigt werden können. Desgleichen können mit einer manuell betriebenen Standalone-Kopierstation mit 10 DVD-Brennern (die nicht an einen Computer angeschlossen werden muss) zum Kaufpreis von weniger als 2 000 US-\$ pro Stunde rd. 90 DVDs hergestellt werden⁴.

Solche Kopierstationen sind recht klein und können leicht von einem Ort zum anderen transportiert werden, um das Entdeckungsrisiko zu verringern. Einige technisch ausgereifere Modelle sind automatisiert und können an kompatible Druckvorrichtungen angeschlossen werden, so dass CDs und DVDs hergestellt werden können, die sich kaum von

3. Information von *proactionmedia.com*.

4. Information von *www.octave.com*.

den legalen Produkten unterscheiden lassen. Diese Art der Produktion eignet sich für den Vertrieb auf Straßenmärkten oder an Orten, an denen sich viele Touristen aufhalten, womit sich der Export erübrigt und das Risiko der Entdeckung während des Transports oder beim Passieren der Zollkontrollen deutlich sinkt.

Kennzeichnend für diese kommerzielle Kleinproduktion, auf die die meisten Umfrageteilnehmer hinwiesen, sind relativ kleine Fertigungsstätten, die für lokale Märkte produzieren. Anders als bei anderen Formen der Produkt- und Markenpiraterie, für die im Allgemeinen qualifizierte Kräfte und erhebliche Investitionen in die Produktionsausrüstungen nötig sind, reichen im audiovisuellen Sektor bescheidene Investitionen und Kompetenzen aus, um Raubkopien von CDs und DVDs herzustellen.

Durch diese kleinformatischen Produktionskapazitäten hat sich der Kreis der Produktpiraten enorm ausgeweitet, so dass statt einer kleinen Zahl von Akteuren, die eine große Zahl von Raubkopien für lokale ebenso wie Exportmärkte herstellen, inzwischen eine wachsende Zahl von Akteuren im Geschäft ist, die zusammengenommen vermutlich genauso viel produzieren wie die Großanbieter, allerdings hauptsächlich für lokale Märkte. Diese Entwicklung hat bei den Teilnehmern der OECD-Umfrage große Besorgnis hervorgerufen.

In diesen Kleinwerkstätten können die Herstellungskosten u.U. sehr gering gehalten werden. Selbst im normalen Handel bei Internetanbietern wie eBay und Amazon kosten CD-Rohlinge im Hunderterpack nur etwa 0,20 US-\$ pro Stück. Und auch verpackt in einem Jewel Case mit gedrucktem Label, belaufen sich die Gesamtherstellungskosten pro CD kaum auf über 0,35-0,40 US-\$.

Die Herstellungskosten illegaler DVDs (Preis der DVD-Rs sowie der Verpackung) betragen Schätzungen zufolge 0,57 US-\$ pro Stück, während ihr Verkaufswert bei rd. 9 US-\$ liegt (MPA, 2005).

Selbst die Beschaffung von „Masterkopien“ (von denen Kopien gezogen werden können) ist heute relativ einfach, da sie sich auf den legalen CDs oder DVDs befinden können, von denen unerlaubte Kopien hergestellt werden sollen, oder auch mit Hilfe von in Kinos aufgenommenen Videomitschnitten oder im Internet heruntergeladenen Dateien erstellt werden können. Ganz gleich, welche Methode gewählt wird, können die Produktpiraten so Raubkopien unterschiedlicher, im Allgemeinen aber akzeptabler Qualität herstellen.

Das bedeutet, dass selbst beim Verkauf von CD- oder DVD-Raubkopien zu einem Gegenwert von 1 US-\$ ein Nettogewinn von rd. 100% erzielt werden kann. Je nach Absatzmarkt kann der Verkaufspreis auch höher liegen, womit der Produktpirat über eine ausreichende Gewinnspanne verfügt, um den Transport und den Vertrieb auf entfernteren Märkten zu finanzieren.

Im Audiosektor waren zusätzlich zu den Umstellungen in der Produktionsweise auch Veränderungen im Inhalt der Raubkopien zu verzeichnen. Die Großproduktion konzentriert sich auf die Herstellung einer großen Zahl identischer Artikel, z.B. Raubkopien des neuesten Albums eines bekannten Musikers. Der Kleinproduktion ist dies ebenfalls möglich, sie verfügt jedoch zudem über die nötige Flexibilität, um „auf Auftrag“ Kompilationen verschiedener Titel eines selben oder verschiedener Musiker herzustellen. Dieser zusätzliche Service kann dank der Leistungsstärke der Computer erbracht werden, mit denen die CD-Raubkopien hergestellt werden, und wird dadurch erleichtert, dass die Kunden entsprechende Aufträge im Internet aufgeben können.

Der entscheidende Faktor dabei ist, dass infolge des Aufkommens solcher Kleinbetriebe jetzt wesentlich weniger Grund besteht, die CD- und DVD-Raubkopien an einem Ort herzustellen und anschließend auf Märkte in aller Welt zu exportieren. Dadurch weitet sich nicht nur die Produktionsbasis aus, sondern verringert sich auch die Notwendigkeit des Exports der Raubkopien, was mit einem entsprechenden Rückgang der Wahrscheinlichkeit der Beschlagnahme durch die Zollverwaltungen verbunden ist. Außerdem bringen Kleinbetriebe wesentlich geringere Mengen an Raubkopien in Verkehr, wodurch die Entdeckung schwieriger wird und es sich für die zuständigen Behörden wie auch die Rechteinhaber weniger lohnt, straf- oder zivilrechtliche Schritte einzuleiten.

8.4 Hauptmotive für Herstellung und Konsum von Raubkopien

In diesem Abschnitt werden verschiedene Faktoren untersucht, die für Produktion und Kauf unerlaubt kopierter Audio- und Videoprodukte ursächlich sind. Jeder Produktsektor hat seine besonderen Merkmale, die die jeweiligen Bestimmungsfaktoren mit beeinflussen, weshalb deren Kenntnis und Verständnis nähere Informationen über die Propensität der Produkte dieser Kategorie liefern können, unerlaubt kopiert zu werden. Dies dürfte dann wiederum eine gewisse Vorstellung davon vermitteln, mit welcher Wahrscheinlichkeit diese Produkte am Markt zu finden sind, und vielleicht statistische Daten untermauern, die im Rahmen von Aufgriffen durch Zollbehörden und Polizeirazzien in Produktions- und Vertriebsstätten oder als Ergebnis rechtlicher Schritte bzw. anhand marktbasierter Informationen ermittelt werden. Darüber hinaus könnten die Angaben zur Fälschungs- und Konsumneigung wichtige Erkenntnisse darüber liefern, wie Erhebungen und ökonomische Modelle am besten genutzt werden können, um die Messungen zu verbessern.

Nähere Einzelheiten sind der Übersichtstabelle am Ende des Kapitels (Tabelle 8.6), „Propensität zur Produktion und zum Konsum unerlaubt kopierter Audio- und Videoprodukte“, zu entnehmen. Die für den audiovisuellen Sektor als relevant betrachteten Bestimmungsfaktoren wurden (gestützt auf vorliegende Informationen, Analysen, Erfahrungswerte der betroffenen Branchen und qualitative Beurteilungen) danach bestimmt, ob und in welchem Ausmaß sie Produktion und Konsum der illegal kopierten Artikel begünstigen oder bremsen.

Bei der Interpretation dieser Propensitätsfaktoren ist eine gewisse Vorsicht geboten, da nicht allen Faktoren im Entscheidungsprozess das gleiche Gewicht zukommt. So könnten, um ein einfaches Beispiel zu nehmen, alle etwaigen Schwierigkeiten im Zusammenhang mit dem Transport und Vertrieb zentral hergestellter Raubkopien auf physischen Datenträgern in vollem Umfang durch die Gewinne aufgewogen werden, mit denen der Produktpirat rechnet.

Aus der Auflistung der verschiedenen Motive ist ersichtlich, dass auf Seiten der Hersteller wahrscheinlich die relative Problemlosigkeit der Produktion und des Vertriebs, die potenziellen Gewinne und das relativ niedrige Strafmaß – vor allem im Vergleich zu anderen illegalen Waren, wie z.B. Drogen – als Produktionsanreiz wirken. Produktpiraten können den Schwerpunkt ihrer Tätigkeit zudem auf besonders populäre Inhalte verlagern und die Werbeanstrengungen der Branche für sich nutzen. Die einzigen Negativfaktoren für die Hersteller sind offenbar die staatlichen Aktionen zur Eindämmung von Verletzungen geistiger Eigentumsrechte und die aktiven Kampagnen der Unterhaltungsindustrie zur Bekämpfung der Produktpiraterie.

Auf Seiten der Konsumenten sind es das Preis-Leistungs-Verhältnis der Raubkopien, die leichte Erhältlichkeit der neuesten und populärsten Titel sowie das relativ geringe Entdeckungs- bzw. Verfolgungsrisiko, die trotz aktiver Aufklärungskampagnen der Musik- und Filmunternehmen auf den Kauf der illegal kopierten Produkte hinwirken dürften.

Obwohl es sich um Produkte handelt, bei denen die Kaufentscheidung dem Verbraucher freigestellt ist, muss angesichts der im audiovisuellen Sektor zu beobachtenden Motive für Produktion und Konsum unerlaubt kopierter Artikel alles in allem mit umfangreichen Piraterieaktivitäten gerechnet werden, was sich u.a. aus der Attraktivität der Raubkopien für die Verbraucher und den relativ geringen finanziellen und rechtlichen Risiken für Hersteller ebenso wie Kunden erklärt.

8.5 Die Frage der Überkapazitäten in der Produktion optischer Speicherplatten⁵

Teilnehmer an der OECD-Erhebung aus der Musik- ebenso wie der Filmbranche äußerten die Ansicht, dass die weltweiten Kapazitäten zur Herstellung optischer Speicherplatten (CDs und DVDs) ein Faktor sind, der die Produktpiraterie stark begünstigt⁶. In ihrem *Piracy Report* von 2006 schätzte die International Federation of Phonographic Industries (IFPI, 2006), dass sich die weltweiten Gesamtkapazitäten zur Herstellung optischer Speicherplatten auf 60 Milliarden Stück belaufen, während die „legale Nachfrage“ mit rd. 20 Milliarden Stück angesetzt wird, d.h. ungefähr 30% der Produktionskapazität.

Die IFPI bezieht ihre Daten von dem US-amerikanischen Research-Unternehmen Understanding & Solutions⁷ (U&S), das den Begriff „legale Nachfrage“ laut der IFPI folgendermaßen definiert:

Die „legale Nachfrage“ wird gemessen an der Zahl der Auslieferungen an das Einzelhandelsnetz und nicht an der Zahl der Platten, die unabhängig von ihrem letzten Verwendungszweck z.B. von lokalen Film-/Musikunternehmen oder Software-Entwicklern nachgefragt werden.

An sich ist dies eine relativ enge und technische Definition der legalen Nachfrage, es wird aber darauf hingewiesen, dass die Branche nicht behauptet, die übrige Nachfrage (z.B. für die Benutzung in Unternehmen und Privathaushalten) sei zwangsläufig „nicht legal“.

Was den Effekt der „Überproduktion“ optischer Speicherplatten auf die Produktpiraterie anbelangt, zeigen die eigenen Daten der IFPI, dass 2005 etwa 1,2 Milliarden unerlaubt kopierte Musik-CDs verkauft wurden (IFPI, 2006), was bedeutet, dass auf die effektiv zur Herstellung von Raubkopien verwendeten optischen Speicherplatten nicht mehr als 2% der unterstellten Gesamtproduktionskapazitäten entfallen, was wiederum einem vergleichsweise geringen Teil der Überkapazitäten (oder gar der tatsächlichen Produktion) entspräche. Auch wenn 2% auf den ersten Blick nicht viel sein mögen, entspricht die Zahl der illegal kopierten Musik-CDs doch etwa einem Drittel der Gesamtzahl der verkauften Musik-CDs.

5. Optische Speicherplatte ist der Überbegriff für Platten, auf denen die eingeschriebenen Informationen mit einem Laserstrahl ausgelesen werden. Auf CDs können bis zu 800 Mb gespeichert werden, auf DVDs bis zu 4,7 Gb. Mit der neuen Generation optischer Platten (z.B. Sony Blu-Ray oder Toshiba HD DVD) wird sich die Speicherkapazität erheblich erhöhen, auf ungefähr 25-50 Gb. Wegen weiterer Informationen vgl. Optical Storage Technology Association unter www.osta.org.

6. Wegen einer genaueren Erläuterung vgl. IFPI (2003), S. 44, und IIPA (2006b), S. 7-11.

7. Wegen weiterer Informationen vgl. www.uands.com.

Aus der Nutzungsrate von 2% der Produktionskapazitäten zur Herstellung von Raubkopien lässt sich alles in allem schließen, dass die Überkapazitäten die Produktpiraterie zwar tatsächlich erleichtern, dies aber offenbar nicht der wichtigste Faktor ist.

Festgestellt wird auch, dass keine nachweisliche Korrelation zwischen den Überkapazitäten in bestimmten Volkswirtschaften (vgl. IFPI, 2005, S. 5) und den Piraterie-Raten besteht. Das beste Beispiel dafür liefert Chinesisch Taipeh, wo die Branche mehrere Jahre lang die höchsten Überkapazitäten für die Produktion optischer Speicherplatten vermutete (IFPI, 2003, 2005, 2006). Chinesisch Taipeh exportiert jedoch rd. 90% seiner Produktion an optischen Speicherplatten (Global Sources, 2005), und es ist keineswegs klar, in welchem Umfang diese Exporte zur Herstellung von Raubkopien verwendet werden. Außerdem steht Chinesisch Taipeh nicht besonders weit oben auf der Liste der Orte, an denen durch Produktpiraterie die höchsten Verluste entstehen, und gehört auch nicht zu den Orten, wo das geschätzte Ausmaß der Produktpiraterie am höchsten ist. Ein weiteres Beispiel ist Singapur, wo ebenfalls erhebliche „Überkapazitäten“ bestehen, die Piraterie-Raten aber sehr niedrig sind.

Die IFPI hat allerdings auch darauf hingewiesen, dass die Überproduktion in einigen Volkswirtschaften (z.B. in Russland) von der Branche als ein wesentlicher Faktor für die dort stattfindende Produktpiraterie betrachtet wird, was häufig auf die Nutzung von in Fabriken zur Verfügung stehenden Produktionskapazitäten zurückzuführen ist (wo optische Speicherplatten gepresst und nicht gebrannt werden, vgl. den Abschnitt zur gewerblichen Großproduktion). Dieser Aspekt wird berücksichtigt.

Lässt man einmal die Schwierigkeiten mit der Definition und Quantifizierung der „legalen“ Nachfrage ebenso wie die Frage beiseite, ob es eventuell möglich wäre, den Markt im Hinblick auf eine Minimierung der Überkapazitäten zu regulieren, kann zusammenfassend festgestellt werden, dass die Problemlosigkeit der Beschaffung von optischen Speicherplatten und Computer-Hardware die Produktpiraterie im audiovisuellen Sektor zweifellos erleichtert. Durch sie bieten sich Produktpiraten Möglichkeiten, wie es sie in anderen Sektoren nicht gibt, wo erhebliche Investitionen in Kompetenzen, Ausrüstungen und Material nötig sind, um Kopien oder Fälschungen von Originalartikeln herzustellen.

8.6 Piraterie-Raten und wichtigste Produktionszentren

8.6.1 Datenverfügbarkeit

Im Allgemeinen werden Anstrengungen zur Schätzung des Ausmaßes der Produkt- und Markenpiraterie (bei der es sich um verdeckte, illegale Aktivitäten handelt) durch den Mangel an verlässlichen, konsistenten Daten behindert. Die Musik- und Filmindustrie (ebenso wie die Softwarebranche und das Verlagswesen) haben ihrerseits sehr aktiv an der Zusammenstellung von Informationen und Daten über die Produktpiraterie in ihren Tätigkeitsbereichen gearbeitet und Methoden zur Evaluierung des Ausmaßes und der Ursprungsorte der Produktpiraterie sowie deren Effekte auf ihre Branche entwickelt. Auch wenn sich nach wie vor keine genauen Messungen anstellen lassen, deuten die Antworten auf die OECD-Umfrage, das von der Branche vorgelegte Material sowie die unabhängigen Forschungsarbeiten des mit der Studie betrauten Teams doch darauf hin, dass Quantität und Qualität der verfügbaren Daten zwar nicht perfekt, in der Regel aber doch zumindest höher sind als in anderen Wirtschaftszweigen.

Die wichtigsten Verbände der Musikindustrie sind die International Federation of the Phonographic Industries (IFPI), die 48 nationale Tochterverbände zählt und einen Gesamtüberblick über die Branche hat, sowie die Recording Industry Association of America (RIAA), die als Mitglied der IFPI die Interessen der US-amerikanischen Musikunternehmen vertritt und die ebenfalls aktiv Informationen über Produktpiraterie gesammelt und analysiert hat.

In der Filmindustrie sind die wichtigsten Verbände die Motion Picture Association (MPA) sowie die Motion Pictures Association of America (MPAA). Auch wenn sie unter anderem Namen firmieren, handelt es sich bei diesen beiden Verbänden eigentlich um ein und dieselbe Organisation. Sie zählen die gleichen Mitglieder (die großen US-Filmstudios), arbeiten mit denselben Daten und haben eine gemeinsame Website⁸. Der einzige wesentliche Unterschied zwischen den beiden Verbänden ist, dass sich die MPAA nur mit US-Fragen befasst (z.B. Produktpiraterie in den Vereinigten Staaten und Kontakte mit der US-Regierung), während die MPA ihr Augenmerk auf die Produktpiraterie weltweit richtet und auch mit anderen Regierungen und sonstigen Stellen in Kontakt steht.

Die sehr enge Verbindung zwischen MPA und MPAA hat zur Folge, dass die Daten sehr stark auf die Vereinigten Staaten bezogen sind. Die MPA hat aber auch Daten zu den Verlusten gesammelt, die „lokalen“ Produzenten (d.h. solchen, die nicht Mitglied der MPA sind) durch Produktpiraterie entstehen. Die entsprechenden Daten werden in diesem Bericht verwendet, allerdings nur in begrenztem Umfang und mit gewissen Einschränkungen. Bedauerlicherweise haben keine anderen Verbände, die Filmunternehmen außerhalb der Vereinigten Staaten vertreten, an der OECD-Umfrage teilgenommen.

Sowohl die RIAA als auch die MPAA sind Mitglieder der International Intellectual Property Alliance (IIPA)⁹, die im US-Kontext aktiv Daten zur Produktpiraterie für eine Vielzahl von Verwendungszwecken sammelt, darunter für die Ausarbeitung regelmäßiger Berichte und Empfehlungen im Rahmen des „Special 301 Process“ der US-Regierung¹⁰.

Diese Berichte, die von der IIPA im Namen ihrer Mitglieder koordiniert werden, wurden für über 100 Volkswirtschaften erstellt und enthalten Schätzungen über die Häufigkeit der Produktpiraterie, deren wertmäßige Bedeutung, ihre Auswirkungen auf die Märkte der fraglichen Volkswirtschaften sowie Einzelheiten zum gesetzlichen Schutz (IIPA, 2006c).

In den IIPA-Berichten ist zwar eine beträchtliche Menge an Informationen zusammengefasst, sie sind jedoch in einer Art und Weise aufgebaut, die den Anforderungen der USTR für den „Special 301 Process“ gerecht werden soll und beziehen sich nur auf US-amerikanische Film- und Musikunternehmen. Obwohl auf letztere ein sehr großer Teil des Gesamtmarkts entfällt, stellt dies doch eine Einschränkung dar. Aus diesem Grund wird, wo immer möglich, den Daten der IFPI und der MPA der Vorzug gegeben, wobei gegebenenfalls aber auch auf Daten der RIAA, der MPAA und der IIPA Bezug genommen wird.

8. www.mpa.org.

9. Die Mitglieder der IIPA sind: Association of American Publishers (AAP); Business Software Alliance (BSA); Entertainment Software Association (ESA); Independent Film & Television Alliance (IFTA); Motion Picture Association of America (MPAA); National Music Publishers's Association (NMPA); Recording Industry Association of America (RIAA).

10. Bei „Special 301“ handelt es sich um den Abschnitt des US-Handelsgesetzes, der vom Büro der US-Handelsbeauftragten (USTR) verlangt, dass es Länder identifiziert, die keinen ausreichenden Schutz geistiger Eigentumsrechte gewährleisten oder juristischen Personen aus den Vereinigten Staaten, die vom Schutz solcher Rechte abhängig sind, einen fairen und gerechten Marktzugang verweigern.

Zusätzliche konkrete Informationen wurden von der Branche im Rahmen der 2005 durchgeführten OECD-Umfrage übermittelt. Viele der Branchenbeiträge wurden auf vertraulicher Basis geliefert (und werden in diesem Bericht auch so behandelt) und stellen eine wertvolle Quelle für Informationen über die Erfahrungen der Unternehmen dar. Außerhalb der Branche sind ausführliche Daten zur Produktpiraterie schwer zu finden, und unabhängige Studien stützen sich bei ihren Analysen generell auf Branchendaten.

Daher beruht die in diesem Kapitel dargelegte Analyse sehr weitgehend auf Informationen der Branche. Die von der Branche zur Datenerfassung und Analyse verwendeten Methoden sind jedoch relativ transparent, und da die Daten nur einen Anhaltspunkt für das allgemeine Ausmaß der Probleme mit Produktpiraterie liefern sollen und nicht für eine genauere Untersuchung im Hinblick auf die Einleitung weiterer Schritte verwendet werden, kann wohl gesagt werden, dass die Quelle der Daten ihren Wert nicht beeinträchtigt.

8.6.2 Musikpiraterie

Die Informationen über die Häufigkeit von Produktpiraterie im Musiksektor wurden größtenteils den von der IFPI jährlich herausgegebenen *Commercial Piracy Reports* (IFPI, 2005 und 2006) entnommen sowie einer vertraulichen Mitteilung dieses Verbands an die OECD im Rahmen der 2005 durchgeführten Umfrage. Diese Informationen wurden gegebenenfalls durch Daten der RIAA ergänzt, die diese der IIPA für ihre im Rahmen des „Special 301 Process“ erstellten Berichte übermittelt hat (IIPA, 2006b).

Die IFPI berechnet die Piraterie-Rate in einer gegebenen Volkswirtschaft auf der Basis der Zahl der verkauften Raubkopien, geteilt durch die Gesamtzahl der verkauften Produkte (Raubkopien und legale Produkte), wobei sie sich auf Extrapolationen von Daten aus drei verschiedenen Quellen stützt:

- Schätzungen ihrer verschiedenen nationalen Tochterverbände der phonografischen Wirtschaft;
- Schätzungen externer Berater;
- Informationen über Beschlagnahmen, gestützt auf Daten der IFPI-Enforcement-Teams sowie der nationalen Verbände.

Die IFPI berücksichtigt, sofern vorhanden, auch historische Schätzungen, Untersuchungen akademischer Stellen und Verbraucherstudien, da sie der Ansicht ist, dass alle diese verschiedenen Informationsquellen eine Möglichkeit bieten, die Schätzungen unter einem jeweils anderen Gesichtspunkt zu betrachten.

Bevor jedoch versucht werden kann, Schlüsse aus den in Tabelle 8.1 angegebenen Niveaus der inländischen Produktpiraterie zu ziehen, müssen ein paar Bemerkungen vorangeschickt werden. Die erste ist, dass bei der Methode der IFPI auf den Absatz sowohl legaler als auch unerlaubt kopierter optischer Speicherplatten Bezug genommen wird (d.h. auf den Verbrauch, nicht auf die Produktion). Daher sind diese Daten zwar nützlich, um zu ermitteln, wo der Absatz der Originalprodukte am stärksten durch Raubkopien bedroht ist, sie geben aber keinen Aufschluss darüber, wo diese Kopien hergestellt werden, da es sich bei den in einer Volkswirtschaft verkauften Raubkopien um Exporte aus einer anderen handeln kann.

Die Berichte, die die IIPA den US-Handelsbeauftragten im Rahmen des „Special 301 Process“ unterbreitet, sind hier auf den ersten Blick hilfreich, da in der Beschreibung der angewandten Methoden vermerkt ist, dass dort, wo die RIAA (die für die IIPA Daten erfasst) über ausreichende Informationen über bekannte Herstellungsorte von Raubkopien

Tabelle 8.1 Schätzungen der IFPI zum Ausmaß der inländischen Musikpiraterie, 2006

Region	Über 50%	25-50%	10-24%	Unter 10%
Nordamerika				USA, Kanada
Europa	Bulgarien	Kroatien	Finnland	Österreich
	Estland	Zypern ¹	Niederlande	Belgien
	Lettland	Tschech. Republik	Portugal	Dänemark
	Litauen	Griechenland	Slowenien	Frankreich
	Rumänien	Ungarn	Spanien	Deutschland
	Russland	Italien		Island
	Türkei	Polen		Irland
	Ukraine	Slowak. Republik		Norwegen
				Schweden
				Schweiz
				Ver. Königreich
Asien	China	Malaysia	Hongkong (China)	Japan
	Indien	Philippinen	Korea	Singapur
	Indonesien	Chinesisch Taipeh		
		Thailand		
Lateinamerika	Argentinien	Brasilien		
	Mittelamerika			
	Chile			
	Kolumbien			
	Ecuador			
	Mexiko			
	Paraguay			
	Peru			
	Uruguay			
	Venezuela			
Naher Osten	Ägypten	Katar	Bahrain	
	Jordanien	Israel	Ver. Arabische Emirate	
	Kuwait	Oman		
	Libanon			
	Pakistan			
	Saudi-Arabien			
	Syrien			
Australasien				Australien
				Neuseeland
Afrika	Marokko	Südafrika		
		Zimbabwe		

1. Vgl. Tabelle 3.4, Fußnote 1.

Quelle: Informationen der IFPI (2006).

aus Drittländern verfügt, die Daten über die entstehenden Verluste in den Angaben für das Herstellungsland anstatt in denen für das Absatzland berücksichtigt werden (wegen Einzelheiten zur IIPA/RIAA-Methode vgl. IIPA, 2005).

Die RIAA hat in der Folge allerdings darauf hingewiesen, dass dies nur für eine sehr kleine Zahl von Ländern möglich war, wodurch sich der Wert dieses ansonsten potenziell nützlichen Datensatzes für die Analyse der Produktionszentren verringert.

Die 2006 bei den Zollverwaltungen durchgeführte OECD-Umfrage wurde ebenfalls im Hinblick auf mögliche Informationen über die Herstellungszentren ausgewertet, die Daten waren jedoch zu ungenau, da fast nirgends Angaben zum Inhalt gemacht wurden. Stattdessen wurde nur angegeben, dass unerlaubt kopierte optische Speicherplatten beschlagnahmt wurden. In jedem Fall wurden nur sehr wenige Informationen über die Herkunft der beschlagnahmten Güter geliefert.

Ein Punkt, der hier allerdings von Interesse sein könnte, ist das sich allmählich verändernde Erscheinungsbild der Musikpiraterie, auf das bereits im Abschnitt „Vorgehensweisen“ hingewiesen wurde. Dabei handelt es sich um das Aufkommen kleiner kommerzieller Fertigungsstätten, in denen Raubkopien optischer Speicherplatten hauptsächlich für lokale Märkte produziert werden. Diese Entwicklung legt die Vermutung nahe, dass unerlaubt kopierte optische Speicherplatten zunehmend vor Ort hergestellt und verkauft werden, was die Identifizierung der wichtigsten Produktionszentren mit der Zeit erleichtern dürfte. Im derzeitigen Stadium gibt es allerdings noch keine Anhaltspunkte dafür, wann dieser Punkt erreicht sein könnte. Gegenwärtig ist nur festzustellen, dass bislang keine systematisch erfassten Daten vorliegen, die eine gründliche Analyse der Hauptproduktionszentren von unerlaubt kopierten optischen Speicherplatten ermöglichen würden.

Die in den Unternehmensfragebogen am häufigsten genannten Produktionszentren sind China, Russland, Pakistan, Uruguay, Nigeria, Malaysia, Indonesien und Thailand, dies stützt sich jedoch nur auf punktuelle Informationen.

Die Daten der IFPI ebenso wie die anderen vorliegenden Daten helfen zwar nicht bei der genauen Identifizierung der Hauptproduktionszentren, sie geben jedoch Aufschluss über das Ausmaß des Problems, mit dem sich die Musikindustrie konfrontiert sieht. Die wichtigste Information in Tabelle 8.1 ist die hohe Zahl der Volkswirtschaften, in denen es sich bei einem großen Teil der verkauften Produkte um Raubkopien handelt und insbesondere der Volkswirtschaften, in denen die geschätzten Piraterie-Raten bei über 50% liegen (29 der 73 von der IFPI untersuchten Volkswirtschaften). Auf solchen Märkten haben legale Musikartikel Schwierigkeiten, sich im Wettbewerb zu behaupten, selbst wenn keine 1:1-Substitutionsbeziehung zwischen Raubkopien und Originalprodukten besteht (die Frage der Substitution wird im nächsten Abschnitt genauer untersucht).

Aus den detaillierten Angaben der IFPI ist auch ersichtlich, dass das Ausmaß der Produktpiraterie im Zeitverlauf schwankt, und während der Marktanteil der unerlaubt kopierten Produkte in einigen Volkswirtschaften etwas gesunken ist, was auf eine intensivere und wirksamere Überwachung zurückzuführen sein könnte, ist er in den meisten Volkswirtschaften stabil geblieben oder gestiegen.

8.6.3 Filmpiraterie

Die Filmindustrie hat ebenfalls systematisch Informationen und Daten über die Produktpiraterie in ihrem Sektor gesammelt. Insbesondere wurde von der Motion Picture Association (MPA) eine umfassende Studie zu diesem Thema in Auftrag gegeben (MPA, 2006). Diese Studie befasst sich jedoch nicht mit den Piraterie-Raten, sondern mit den Verlusten, die MPA-Mitgliedern entstanden sind, sowie generell mit den „entgangenen Verbraucherausgaben“, was auch Mindereinnahmen für den Staat, die nicht der MPA angehörenden Unternehmen sowie andere Branchenmitglieder umfasst. Diese Studie wird daher eingehender im nächsten Abschnitt zu den Auswirkungen behandelt.

Auf Grund der fehlenden Informationen zu den Filmpiraterie-Raten in der MPA-Studie wird in diesem Abschnitt auf Daten zurückgegriffen, die von der IIPA in den im Rahmen des „Special 301 Process“ für das Büro der US-Handelsbeauftragten erstellten Länderberichten zur Produktpiraterie erfasst wurden (IIPA, 2006c). Die Ausgangsdaten für die „Special 301“-Berichte der IIPA wurden von der Motion Picture Association of America (MPAA) bereit gestellt.

Dabei muss wie bereits im Fall der Musikindustrie berücksichtigt werden, dass sich die „Special 301“-Berichte auf die Vereinigten Staaten beziehen und mit Blick auf die besonderen Anforderungen der US-Handelsbeauftragten ausgearbeitet wurden, weshalb die Daten weniger repräsentativ für die Erfahrungen der Branche insgesamt sind. Sie sollen hier nur als allgemeiner Anhaltspunkt für die Höhe der Piraterie-Raten dienen, mit denen sich die US-Filmindustrie konfrontiert sieht, ohne dass versucht würde, diese Zahlen hochzurechnen, um zu einer repräsentativen Schätzung für die Branche weltweit zu gelangen.

Die von der MPAA ermittelten und an die IIPA für deren Länderberichte weitergeleiteten Daten zu den Piraterie-Raten wurden je nach den Gegebenheiten der betrachteten Märkte auf unterschiedliche Weise geschätzt (wobei aber durchgehend auf den Großhandelswert der in den jeweiligen Volkswirtschaften an die Kunden verkauften Artikel Bezug genommen wurde).

Wie die Musikindustrie gibt auch die Filmindustrie an, dass die Piraterie-Raten sehr hoch sind und teilweise sogar einen Sättigungspunkt erreicht haben (über 90%).

Wie bereits erwähnt, stellen die von der US-Filmindustrie angewandten Methoden hauptsächlich auf das Kundenverhalten sowie den Verbrauch und weniger auf die Produktion ab, weshalb die Angaben in Tabelle 8.2 nicht unbedingt gute Anhaltspunkte für die Hauptproduktionszentren der Raubkopien sind, sondern eher über die Absatzmärkte unerlaubt kopierter Produkte informieren, wobei zu erwähnen ist, dass der Handel mit

Tabelle 8.2 **Schätzungen der IIPA zum Ausmaß der Filmpiraterie, 2004/2005**

Über 50%	25-50%	10-24%	Unter 10%
Bolivien	Argentinien	Italien	Kanada
China	Brasilien	Korea	Griechenland
Kolumbien	Bulgarien		
Ecuador	Chile		
Ungarn	Israel		
Indien	Malaysia		
Indonesien	Philippinen		
Kuwait	Saudi-Arabien		
Libanon	Spanien		
Mexiko	Türkei		
Paraguay			
Peru			
Polen			
Russland			
Serbien und Montenegro			
Chinesisch Taipeh			
Thailand			

Quelle: IIPA (2006c).

Raubkopien von Filmen immer noch eine erhebliche Rolle spielt. Dies ist wichtig, weil es bedeutet, dass trotz der dabei u.U. gegebenen Notwendigkeit der Überquerung von Landesgrenzen nach wie vor gewisse Anreize für eine zentralisierte Massenproduktion von Raubkopien bestehen, die auf die Absatzmärkte transportiert werden müssen.

Wie in der Musikindustrie dürfte sich dies in Zukunft jedoch ändern, da die ständig wachsenden Computer-Kapazitäten die Einrichtung kleiner Produktionsstätten ermöglichen, mit denen eine lokale Nachfrage nach illegal kopierten Video-Inhalten gedeckt werden kann. Im Verein mit schnelleren Breitband-Verbindungen, die den Transfer umfangreicher Video-Dateien über das Internet erleichtern, hat dies zur Folge, dass früher oder später der Großteil der Raubkopien vor Ort produziert werden wird.

8.7 Auswirkungen der Produktpiraterie auf die Musik- und Filmindustrie

8.7.1 Allgemeine Effekte

In der Musik- und Filmindustrie sind die durch Produktpiraterie entstehenden Probleme offenbar wesentlich größer als in anderen Sektoren, die von solchen Aktivitäten betroffen sind. Dies ist darauf zurückzuführen, dass das kopierte Audio- oder Videoprodukt im Zeitalter digitaler Aufzeichnungen in der Regel authentisch ist (d.h. die Kopie dem Original entspricht) und die Raubkopien u.U. von sehr hoher Qualität sind.

Auf Grund dieses Angebots an guten Kopien der populärsten Fassungen fast jeder Art von Musik, Fernsehsendungen und Filmen sowie der zunehmend fragmentierten und lokalisierten Produktionsmethoden, die inzwischen für jeden potenziellen Produktpiraten im Rahmen der Möglichkeiten liegen, sieht sich die Musik- und Filmindustrie Herausforderungen gegenüber, die recht anders geartet und zweifellos schwieriger zu bewältigen sind als in den meisten anderen Sektoren. Diese Situation wird sich aller Wahrscheinlichkeit nach verschlimmern, da infolge der Möglichkeit des Online-Transfers jetzt auch die Notwendigkeit des Transports über lange Strecken oder Zollgrenzen entfällt, wo das Risiko der Entdeckung am größten ist.

Auch wenn sich die genannten allgemeinen Auswirkungen der Produktpiraterie mit denen decken, unter denen andere Sektoren, die der Konkurrenz durch gefälschte oder unerlaubt kopierte Produkte ausgesetzt sind, zu leiden haben (z.B. Marktanteilsverluste, Gewinneinbußen und Arbeitsplatzverluste), gibt es darüber hinaus eindeutig Effekte, die der Musik- und Filmindustrie eigen sind, wenngleich sich deren tatsächlicher Umfang schwer abschätzen lässt. Dies ist hauptsächlich dadurch bedingt, dass sich in einem derart dynamischen Sektor wie der Unterhaltungsindustrie, selbst wenn Veränderungen auf dem Markt identifiziert werden, nur schwer feststellen lässt, inwieweit sich diese aus der Abschöpfung potenzieller Absatzchancen der legalen Unternehmen durch Produktpiraten erklären oder auf andere Faktoren zurückzuführen sind, z.B. eine Abnahme der Nachfrage nach Musik oder Filmen infolge der wachsenden Beliebtheit von Computerspielen oder anderen alternativen Unterhaltungsangeboten (vgl. IFPI, 2006a).

Einige spezifische Effekte wurden von den Teilnehmern der OECD-Umfrage jedoch genannt, und obwohl sie sich nicht quantifizieren lassen, liefern sie doch gute Anhaltspunkte für die Art von Auswirkungen, mit denen sich die Musik- und Filmindustrie konfrontiert sieht.

Die Umfrageteilnehmer wiesen ausnahmslos darauf hin, dass ihre Branche starkem Druck ausgesetzt ist und dass sich das Absatzwachstum nach mehreren Jahren kontinuierlicher Expansion allgemein verlangsamt hat, sofern nicht sogar eine Abnahme zu ver-

zeichnen war. Die Umfrageteilnehmer bestätigten zwar die Rolle, die die Konkurrenz anderer Unterhaltungsmöglichkeiten dabei spielte, aus Sicht der Branche ist die rückläufige Absatzentwicklung jedoch zu einem großen Teil auf das immer einfacher erhältliche Angebot an Raubkopien zurückzuführen.

Zu den speziell in der Unterhaltungsindustrie zu beobachtenden Effekten, auf die alle Umfrageteilnehmer hinwiesen, gehören der Rückgang der Einnahmen der Künstler aus Urheberrechten, die Abnahme der Zahl der Künstler, die vertraglich gebunden werden können, sowie das schwindende Interesse der Künstler an Musik- bzw. Filmunternehmen. Zudem führe ein Rückgang der Geschäftstätigkeit in der Unterhaltungsindustrie auch zu Arbeitsplatzverlusten bei den verbundenen Produktions-, Fertigungs- und Einzelhandelsunternehmen.

Ein branchenspezifischer Effekt der Produktpiraterie ist also, dass sie zu grundlegenden Veränderungen in einem Sektor führt, der auf ausreichende Einnahmen angewiesen ist, um ein konstantes Angebot an kreativen Talenten zu sichern, mit dem Kunden angelockt werden können. Nach Ansicht der betroffenen Unternehmen könnte dies ernstlich in Frage gestellt sein, wenn die geistigen Eigentumsrechte nicht in geeigneter Weise geschützt sind. Dieser Effekt ähnelt in gewisser Weise dem Forschungs- und Entwicklungs- bzw. Innovationsdruck, der in anderen Sektoren festzustellen ist, die stark von Produkt- und Markenpiraterie betroffen sind.

Der kontinuierliche Absatzschwund, der bei legalen Musikartikeln festzustellen ist, wird von der Branche auch auf den Wettbewerbseffekt zurückgeführt, den die Technologie auf die Produktpiraten selbst ausübt, da die Produktionskosten trotz der steten Erhöhung der Qualität der CD- und DVD-Raubkopien (vor allem im Vergleich zu den früheren Musik- und Videokassetten) infolge des Rückgangs der Kosten von Computern und CD/DVD-Kopierstationen eher gesunken sind als gestiegen.

Ein weiterer von der Musikindustrie vorgebrachter Punkt (der allerdings auch für die Filmindustrie gelten könnte) ist, dass auf bestimmten Märkten mit Preisnachlasskampagnen auf die stark um sich greifende Musikpiraterie geantwortet wurde. Die legalen Unternehmen sind jedoch absolut nicht in der Lage, mit den Preisen der Produktpiraten zu konkurrieren, da ihre Kostenstruktur völlig anders ist. Produktpiraten entrichten keine Steuern, zahlen keine Honorare an die Rechteinhaber und investieren nicht in neue Talente, sie tragen weder das wirtschaftliche Risiko noch kommen sie für die Kosten der Werbekampagnen auf, und sie investieren auch nicht in die Schaffung von Marken.

In anderen Sektoren sahen sich die Rechteinhaber nur selten mit der Notwendigkeit solcher Gegenmaßnahmen konfrontiert, da sie zwar ebenfalls der Konkurrenz billigerer Imitate ausgesetzt sind, es sich dabei im Allgemeinen aber nicht um preisgünstigere Alternativprodukte handelt, deren Qualität praktisch so gut ist wie die der Originale.

Ein Umfrageteilnehmer vermerkte auch, dass auf die Film- und Musikindustrie in einigen europäischen Ländern ein erheblicher Teil des BIP entfällt und dass ein durch Produktpiraterie bedingter Umsatzschwund in diesen Branchen daher nicht nur sektorale, sondern auch gesamtwirtschaftliche Auswirkungen habe, vor allem bei Einrechnung der entgangenen Steuereinnahmen.

Was dies anbelangt, lassen jüngste EU-Daten darauf schließen, dass die Urheberrechtsbranche (d.h. Musik-, Film-, Softwareindustrie, Verlagswesen usw.) im Jahr 2000 mit 1 200 Mrd. Euro zum BIP der Europäischen Union beitrug, eine Wertschöpfung von 450 Mrd. Euro erzielte und 5,2 Millionen Beschäftigte zählte. Ihre Bruttowertschöpfung,

d.h. ihr Beitrag zum Wohlstandszuwachs der Volkswirtschaft, entsprach über 5,3% der Gesamtwertschöpfung der (damals) 15 Mitgliedsländer. Ferner stellten die fraglichen Wirtschaftszweige 3,1% der Gesamtbeschäftigung in der Europäischen Union (EU, 2006). Damit leisten sie einen erheblichen Beitrag zur Wirtschaft der Europäischen Union, was wohl auch für andere Volkswirtschaften zutreffen dürfte, insbesondere die Vereinigten Staaten, und deutlich macht, welche potenziellen gesamtwirtschaftlichen Verluste durch eine stark verbreitete Produktpiraterie entstehen können.

8.7.2 Spezifische Auswirkungen auf die Musikindustrie

Die IFPI liefert mit ihren Daten zwar sehr nützliche Informationen über die Inzidenz der Musikpiraterie in verschiedenen Volkswirtschaften, sie schlüsselt ihre Daten über die entstandenen Verluste jedoch nicht nach IFPI-Mitgliedern auf, sondern weist nur darauf hin, dass 2005 weltweit rd. 1,2 Milliarden CD-Raubkopien im Wert von insgesamt rd. 4,5 Mrd. US-\$ – bezogen auf den Preis der illegal kopierten Artikel – verkauft wurden (wobei der Absatz an Raubkopien in 30 Volkswirtschaften den der Originale übertraf), was rd. 37% der insgesamt verkauften Musik-CDs entspricht (IFPI, 2006).

Die IFPI legt keine Schätzungen zum Grad der Substitution bzw. der Verdrängung der Originalprodukte durch Raubkopien vor und macht somit auch keine Angaben zur Höhe der entgangenen Gewinne auf Grund von Produktpiraterie.

Eine 2005 im Vereinigten Königreich durchgeführte Verbraucherumfrage¹¹ ergab allerdings, dass 45% der Befragten mit Sicherheit das Originalprodukt gekauft hätten, wenn die entsprechende Raubkopie nicht im Angebot gewesen wäre. Bei Einrechnung der Personen, die *wahrscheinlich* das Originalprodukt gekauft hätten, erhöht sich dieser Wert auf 69%. Dies lässt auf eine sehr hohe Substitutionsrate (und damit auch Umsatzeinbuße) im Vereinigten Königreich schließen. Für andere Industriestaaten kann von etwa vergleichbaren Zahlen ausgegangen werden, in Entwicklungsländern dürfte die Substitutionsrate allerdings deutlich niedriger sein, weshalb ausgehend von diesen Zahlen keine Extrapolationen angestellt werden können. Diese Umfrage zeigt aber immerhin, dass von Raubkopien ein Substitutionseffekt auf die Originalprodukte ausgeht, der u.U. erheblich sein kann.

Abgesehen von den Daten der IFPI und der IIAP lieferte die OECD-Erhebung wenig weitere Informationen über die Auswirkungen auf die Musikindustrie, und auch diese Angaben bezogen sich nur auf Anzahl und Wert der beschlagnahmten Raubkopien durch die Polizei oder die Zollverwaltungen, sei es per Zufall, im Rahmen gezielter Durchsuchungen oder nach Eingang von Hinweisen. Diese Daten können einen Eindruck von der Größenordnung des Problems vermitteln und vielleicht auch einen Anhaltspunkt dafür liefern, ob eine Zunahme oder Abnahme zu verzeichnen ist. Allerdings sind Daten über Beschlagnahmen mit erheblicher Vorsicht zu behandeln, weil ihre Erfassung nicht systematisch erfolgen kann und sich der Grund von Veränderungen nur schwer feststellen lässt. Ein steiler Anstieg der Zahl der Beschlagnahmen von einem Jahr zum nächsten kann beispielsweise auf eine Zunahme der Produktion und des Absatzes von Raubkopien schließen lassen, aber genauso gut auf eine bessere (oder auch nur zufälligerweise erfolgreichere) Überwachung durch die Rechteinhaber, den Zoll oder die Polizei zurückzuführen sein.

Die Aufgriffe und Beschlagnahmen waren nach Angaben der Teilnehmer an der OECD-Umfrage nicht sehr umfangreich, wobei Quantität und Qualität der Daten

11. IPSOS-Umfrage „Music Piracy in GB, March 2005“, von der IFPI in einem privaten Schreiben übermittelte Informationen.

ungleichmäßig waren. Eine Gruppe aus dem Vereinigten Königreich gab für 2004 z.B. Beschlagnahmen im Wert von 1,4 Mio. £ an (ohne Präzisierung der Berechnungsgrundlage), während ein griechischer Umfrageteilnehmer berichtete, dass die Zahl der Beschlagnahmen von 250 000 unerlaubt kopierten Artikeln im Jahr 2000 auf einen Höchststand von 1,65 Millionen im Jahr 2003 gestiegen sei.

8.7.3 Spezifische Auswirkungen auf die Filmindustrie

Die MPA-Untersuchung „Cost of Movie Piracy“ (MPA, 2006) enthält umfassende Informationen über die verwendeten Methoden und die Resultate. Laut den (von der OECD nicht überprüften) Angaben des Verbands ist diese Untersuchung genauer als frühere Arbeiten, und zwar aus folgenden Gründen:

- Das Kaufverhalten der Verbraucher wurde direkt gemessen.
- Die Schätzungen gründen sich auf gründliche Verbraucherstudien (die durch Erfahrungswerte der MPA ergänzt wurden).
- Die Daten und Berechnungen sind im Vergleich zwischen verschiedenen Volkswirtschaften konsistent.

Die wichtigsten Elemente der von der MPA angewandten Methode zur Schätzung der Filmpiraterie-Raten und der entstehenden Verluste waren:

- Befragungen von Fokusgruppen und Verbraucherumfragen in den Vereinigten Staaten sowie auf 21 anderen wichtigen Absatzmärkten und makroökonomische Modelle zur Extrapolation der Werte für weitere 42 Länder.
- Auf die direkt untersuchten Länder entfallen 95% des legalen Absatzes und 80% der durch Filmpiraterie entstehenden Verluste.
- Aufschlüsselung der Verluste nach Einnahmekategorie (z.B. Filmtheater, Privathaushalte) und Herkunft der Inhalte (z.B. Bootlegging, illegale Vervielfältigung)¹².
- Berichtigung um Verzerrungen, zu denen es infolge der Erfassungsmethoden sowie saisonaler Unterschiede kommt.
- Berichtigung um die „positiven“ Effekte der Filmpiraterie (Erhöhung des Bekanntheitsgrads der Produkte bei den Verbrauchern).
- Validierung der Ergebnisse durch mehrere interne und externe Konsistenztests.
- Laut der MPA-Studie beliefen sich die Verluste, die MPA-Mitgliedern (d.h. im Wesentlichen den großen amerikanischen Filmstudios) 2005 durch physische Piraterie entstanden sind, auf schätzungsweise rd. 3,8 Mrd. US-\$13. Die Aufschlüsselung dieser Verluste auf globaler Ebene ist Tabelle 8.3 zu entnehmen.

Die sieben Länder, in denen die MPA-Mitglieder mit rd. 60% der Gesamtsumme die größten Verluste zu verzeichnen hatten, sind im Einzelnen in Tabelle 8.4 genannt.

12. In der MPA-Untersuchung wird auch das Herunterladen von Filmen im Internet erfasst, das in dieser Phase der OECD-Studie nicht behandelt wird.

13. Bei Einrechnung der digitalen und der Internet-Piraterie erhöht sich dieser Betrag auf 6,1 Mrd. US-\$.

Tabelle 8.3 MPA-Mitgliedern durch Piraterie entstandene Verluste, 2005

In Mio. US-\$

Ort	Verluste durch illegale Vervielfältigung	Verluste durch Bootlegging	Insgesamt
Vereinigte Staaten	529	335	864
21 wichtige internationale Absatzmärkte*	593	1424	2017
Übrige Welt	242	648	890
Insgesamt	1364	2407	3771

Anmerkung: In dieser Tabelle werden die Begriffe "illegale Vervielfältigung" und "Bootlegging" gemäß der in Kasten 8.2 beschriebenen Terminologie der Filmbranche verwendet.

* Die 21 wichtigen internationalen Absatzmärkte sind: Kanada, Australien, Vereinigtes Königreich, Deutschland, Frankreich, Schweden, Italien, Spanien, Ungarn, Polen, Russland, Hongkong (China), Japan, China, Korea, Thailand, Indien, Mexiko, Brasilien, Chinesisch Taipeh.

Quelle: MPA (2006).

Interessant ist in dieser Tabelle die Zahl der aufgeführten OECD-Länder (vielleicht ein Indiz dafür, dass es auch mit den Gesetzen der fortschrittlichsten Volkswirtschaften nicht gelingt, den Zugang zu unerlaubt kopierten Produkten zu begrenzen), sowie der hohe Anteil der Verluste, die den MPA-Mitgliedern in den Vereinigten Staaten und Japan durch illegale Vervielfältigung und nicht durch Bootlegging entstehen (was auf eine erhebliche Produktion in diesen Ländern selbst schließen lässt). Diese Länder gehören in der Tat zu der kleinen Gruppe, in der die Verluste durch illegale Vervielfältigung höher sind als die Verluste durch Bootlegging, und in keinem der anderen Länder dieser Gruppe ist die Differenz zwischen den beiden Kategorien so hoch.

Tabelle 8.4 Die sieben wichtigsten Absatzzentren nach Höhe der Verluste der MPA-Mitglieder, 2005

In Mio. US-\$

Ort	Verluste durch illegale Vervielfältigung	Verluste durch Bootlegging	Insgesamt
Vereinigte Staaten	529	335	864
Mexiko	5	430	435
Vereinigtes Königreich	74	181	255
Russland	19	170	189
Japan	139	26	165
China*	2	148	150
Thailand	12	137	149

Anmerkung: Die MPA wies darauf hin, dass sich die Berechnungen auf die Zahl der Originalprodukte beziehen, die unter den zum jeweiligen Zeitpunkt geltenden Preisen und Freigabebeschränkungen gekauft worden wären, wenn die Raubkopien nicht erhältlich gewesen wären.

Quelle: MPA (2006).

Die Zahlen in Tabelle 8.3 und 8.4 beziehen sich auf die Einnahmeverluste, die die MPA-Mitglieder zu verzeichnen hatten, seitens der Branche wird allerdings darauf hingewiesen, dass es u.U. sinnvoller ist, die Schätzungen aus dem MPA-Bericht „The Cost of Movie Piracy“ (MPA, 2006) unter Bezugnahme auf eine Größe zu betrachten, die von der MPA als „entgangene Verbraucherausgaben“ (*consumer spending loss*) bezeichnet wird. Durch Betrachtung dieser Größe kann der MPA zufolge ein umfassenderes Bild des

Markts gewonnen werden, weil darin auch die Verluste berücksichtigt sind, die dem Staat, nicht der MPA-angehörigen Produktionsfirmen, örtlichen Vertriebsunternehmen usw. entstehen.

Dieser Ansatz ist deshalb nützlich, weil damit nicht nur die Verluste der MPA-Mitglieder, sondern auch die anderer Branchenangehöriger erfasst werden. Die fraglichen Daten haben allerdings den Nachteil, sich sowohl auf physische als auch auf digitale Piraterie zu beziehen (während in dieser Untersuchung nur die physische Piraterie untersucht wird), sie sind aber insofern hilfreich, als sie einen Eindruck von den Auswirkungen der Filmpiraterie im Allgemeinen vermitteln. Weil die Zahlen auch die digitale Piraterie umfassen, ist in Tabelle 8.5 statt der Geldbeträge der prozentuale Anteil der entgangenen Verbraucherausgaben angegeben, der jeweils auf die MPA-Mitglieder, auf lokale Produzenten und auf sonstige Akteure entfällt.

Tabelle 8.5 **Entgangene Verbraucherausgaben, 2005**

Ort	MPA-Mitglieder	Lokale Produzenten	Sonstige
Vereinigte Staaten	94%	n/a	6%
21 wichtige internationale Absatzmärkte*	56.1%	30.4%	13.5%
Übrige Welt	71.5%	17.2%	11.3%
Insgesamt	64.8%	23.2%	12.0%

* Die Liste der 21 wichtigen internationalen Absatzmärkte ist Tabelle 8.3 zu entnehmen.
Quelle: MPA (2006).

Interessant sind hier die erheblichen Verluste, die lokalen (d.h. nicht der MPA angehörenden) Produzenten entstehen, insbesondere auf den 21 anderen wichtigen Absatzmärkten, was darauf schließen lässt, dass die Filmpiraterie nicht nur der US-Filmindustrie (auf die allerdings ein großer Teil der gesamten Filmproduktion entfällt), sondern auch lokalen Interessen schadet.

8.8 Gegenmaßnahmen

Die OECD-Umfrageteilnehmer aus der Film- und Musikindustrie antworteten sehr ähnlich auf die Fragen zu den Maßnahmen, die ihre Branche zur Bekämpfung der Piraterie ergreift.

Wie ernst das Problem der Piraterie ist, macht die Zahl der Umfrageteilnehmer deutlich, die auf die Einrichtung spezieller Abteilungen zu ihrer Bekämpfung hinwies. Diese Abteilungen wurden mit einem spezifischen Auftrag und entsprechenden Mitteln ausgestattet, um wirkungsvolle Maßnahmen gegen die Herstellung, den Vertrieb und den Verkauf unerlaubt kopierter Musikartikel und Filme ergreifen zu können.

In vielen Volkswirtschaften wurden diese Abteilungen beauftragt, mit den zuständigen Behörden im Rahmen konzertierter Aktionen zur Bekämpfung der Piraterie zusammenzuarbeiten. Die Branche hält diese Vorgehensweise für wirkungsvoll.

Die Anti-Piraterie-Abteilungen ergänzen die von öffentlicher Seite eingeleiteten strafrechtlichen Schritte häufig durch zivilrechtliche Klagen unter Berufung auf die geltenden Gesetze zum Schutz geistiger Eigentumsrechte in der Volkswirtschaft, in der sie jeweils tätig sind. Auf diese Weise maximieren sie den Effekt ihrer Maßnahmen zur Bekämpfung der Produktpiraterie durch zivil- und strafrechtliche Schritte.

Die Anti-Piraterie-Abteilungen fungieren effektiv auch als Lobby-Gruppen, die die staatliche Politik zum Handeln und zur Bereitstellung zusätzlicher Mittel bewegen sollen, um auf die von der Produktpiraterie ausgehende Bedrohung zu antworten. Die meisten Umfrageteilnehmer betrachteten dies als eine schwierige Aufgabe, da die Regierungen dieser Problematik offenbar nicht genügend Priorität beimessen. Diese geringe Priorität hat wiederum Auswirkungen auf die für effektive Maßnahmen gegen Piraterie bereitgestellten Ressourcen (z.B. für die Strafverfolgungsbehörden).

Mehrere Umfrageteilnehmer betonten, dass die Regierungen die Piraterie zwar als ein wichtiges Problem betrachten, ihr in der Praxis aber nicht die entsprechende Priorität beimessen, was höchstwahrscheinlich darauf zurückzuführen ist, dass Musik- und Film- piraterie selten als schwere Vergehen gelten und daher weniger Aufmerksamkeit erhalten als andere, schwerwiegendere illegale Aktivitäten. Die Umfrageteilnehmer aus der Branche unterstrichen auch die hohen Kosten, die sowohl dem Staat als auch den Unternehmen durch Gegenmaßnahmen entstehen, mit denen Raubkopien entdeckt und aus dem Verkehr gezogen werden sollen.

Neben den Aktionen zur Bekämpfung der Produktpiraten wiesen die Umfrageteilnehmer auch auf die Bedeutung von Maßnahmen zur Aufklärung der Öffentlichkeit über die Effekte des Kaufs von Raubkopien hin – insbesondere die Auswirkungen auf die Beschäftigten in der Unterhaltungsindustrie sowie die Gefahr, dass kreative Talente der Film- und Musikindustrie den Rücken kehren, wenn diese der Piraterie zu stark ausgesetzt ist. Solche Kampagnen werden als sehr wichtig erachtet und sollen einen langfristigen Wandel in der Einstellung der Öffentlichkeit zu Musik- und Film- piraterie bewirken, ihre kurzfristigen Effekte lassen sich allerdings schwer abschätzen.

Einige Umfrageteilnehmer, insbesondere aus der Filmindustrie, äußerten sich zu möglichen technischen Lösungen zur Maximierung des Kopierschutzes, wobei unterstellt wird, dass sich die Attraktivität der Produktpiraterie automatisch reduziert, wenn es schwieriger wird, die Inhalte zu kopieren, und wenn die Kunden die Originale kostengünstiger und leichter erhalten können. Aus Branchensicht lässt sich die Logik dieser Argumentation kaum widerlegen, dabei muss allerdings vorausgesetzt sein, dass die technischen Lösungen und die Gesetze zu ihrem Schutz wirkungsvoll sind und die Rechte der Verbraucher gewahrt bleiben.

Die Kopierschutzvorkehrungen müssen zudem genau durchdacht sein, damit nicht gegen Verbraucher- und Datenschutzrechte verstoßen wird. Dieses Problem wird im Zuge der Umstellung auf hochauflösendes Fernsehen und neue DVD-Formate mit höherer Kapazität zweifellos eine sehr wichtige Rolle spielen. Wegen eines kurzen Überblicks über die Frage des richtigen Gleichgewichts zwischen einem wirkungsvollen Schutz geistiger Eigentumsrechte und dem Schutz der Interessen und Rechte der Verbraucher vgl. OECD (2006a), S. 23-30.

Ein Umfrageteilnehmer fasste die Bedingungen, die für eine effektive Bekämpfung der Piraterie erfüllt sein müssen, wie folgt kurz und knapp zusammen:

- wirkungsvolle und streng durchgesetzte Gesetze gegen Piraterie;
- wirksame Informationserfassung, die eine rasche Identifizierung von Herkunftsorten und Absatzmärkten ermöglicht.

So simpel diese Bedingungen auf den ersten Blick erscheinen mögen, so schwer sind sie in der Praxis zu gewährleisten. In Zukunft dürfte dies noch schwieriger werden, da sich sowohl die Film- als auch die Musikindustrie weiter mit den Folgen der allmählichen Umstellung von Raubkopien auf physischen Datenträgern (CDs und DVDs) hin zum direkten Transfer von Computer zu Computer auseinandersetzen müssen.

8.9 Organisierte Kriminalität

In den allgemeinen Kapiteln dieses Berichts wurde bereits mehrfach auf die Rolle der Organisierten Kriminalität (was sowohl die Aktivitäten krimineller als auch terroristischer Vereinigungen umfasst) in der Produkt- und Markenpiraterie hingewiesen. Kennzeichnend für die Organisierte Kriminalität ist, dass sie dort am häufigsten anzutreffen ist, wo das Gewinnpotenzial am höchsten ist und wo Investitionen in Produktionsstätten, in die Schaffung und Aufrechterhaltung komplexer Transport- und Vertriebsnetze und in ein effektives Management der Verkaufsstellen getätigt werden müssen.

Dies ist vor allem bei der Herstellung physischer Güter der Fall, wo qualitativ hochwertige Blaupausen, Vorlagen oder Masterkopien erforderlich sind, um Fälschungen herzustellen, und wo in Maschinen und entsprechende Fertigkeiten, in die Einrichtung geheimer Fabriken und den Transport von (häufig sperrigen) Gütern auf die Zielmärkte investiert werden muss.

Die Musik- und Filmindustrie wies in der Vergangenheit alle diese Merkmale auf und weckte daher, wie jeder andere von Produkt- und Markenpiraterie betroffene Sektor, die Aufmerksamkeit der Organisierten Kriminalität. In Berichten sowohl der Film- als auch der Musikbranche (MPA, 2005, und IFPI, undatiert) wird klar auf die Anziehungskraft hingewiesen, die die Gewinne, die dort unter relativ geringem Risiko mit Produktpiraterie zu erzielen sind, auf die Organisierte Kriminalität ausüben. In den Berichten werden einige konkrete Fälle aufgezählt, in denen eine Verbindung zwischen kriminellen oder terroristischen Vereinigungen und der Musik- sowie Filmpiraterie hergestellt werden konnte.

Die Situation in diesen Branchen scheint sich jedoch zu ändern, und folglich dürfte auch die künftige Rolle der Organisierten Kriminalität in diesem Sektor weniger gewiss sein.

Erstens verliert die zentralisierte Großproduktion (die sich für eine Beteiligung der Organisierten Kriminalität besonders anbietet) zunehmend an Attraktivität, da es infolge des Angebots an kostengünstigen und leistungsstarken Computerausrüstungen inzwischen auch kleinen Betrieben möglich ist, Musik und Filme zu kopieren bzw. zu vervielfältigen. Dadurch sind kriminelle Vereinigungen weniger gut in der Lage, das Angebot und den Vertrieb von Raubkopien zu kontrollieren, weshalb sie gezwungen sind, sich auf die Kontrolle der Verkaufsstellen zu verlagern, was selbst immer schwieriger wird, weil die Zahl der potenziellen Herstellungs-/Vertriebsstätten zunimmt.

Durch die unaufhaltsame Umstellung von Musik- oder Filmraubkopien auf CDs oder DVDs hin zu direkt von Computer zu Computer transferierbaren Dateien werden sich die Möglichkeiten der Organisierten Kriminalität zur Beteiligung an diesem Sektor weiter verringern, weil es in den meisten Fällen unmöglich ist, die Anbieter der Musik- oder Filmkopien zu lokalisieren, die sich in einem anderen Land oder auf einem anderen Kontinent befinden können und damit außerhalb der Reichweite der Verbrecher sind. Die allmähliche Einführung von High-Definition- und High-Capacity-DVDs dürfte jedoch dafür sorgen, dass auch weiterhin ein gewinnbringender Markt für Raubkopien auf physischen Datenträgern bestehen wird.

Wenn wirkungsvollere Kopierschutztechnologien für physische Datenträger zur Verfügung stehen, könnte es zudem schwieriger werden, Raubkopien in großem Rahmen herzustellen, womit sich wiederum neue Chancen für die Organisierte Kriminalität bieten könnten. Kriminellen Vereinigungen könnte dann der Wiedereinstieg in die Film- und Musikpiraterie gelingen, da sie wahrscheinlich die einzigen sind, die in der Lage sein werden, sich durch Erpressung oder Bestechung kopierbare Versionen von Filmen oder Musiktiteln zu verschaffen und die Investitionen zu tätigen, die angesichts der neuen

Technologien für großangelegte Pirateriegeschäfte erforderlich sind. Die Zeit wird zeigen, wie sich die Dinge in Zukunft entwickeln werden.

Damit aus dieser kurzen Analyse nicht geschlossen wird, dass die Organisierte Kriminalität in diesem Sektor keine Rolle mehr spielt, gilt es zuletzt noch zu erwähnen, dass mehrere Umfrageteilnehmer auf Verbindungen zwischen Produktpiraterie und Organisierter Kriminalität sowie terroristischen Vereinigungen hingewiesen und insbesondere betont haben, dass es diesen Vereinigungen gelungen ist, das Geschäft mit unerlaubt kopierten Film- und Musikprodukten sehr wirksam zu infiltrieren, weshalb die Auswirkungen ihrer Beteiligung noch einige Zeit zu spüren sein dürften. Vgl. hierzu im Einzelnen die Berichte der MPA und der IFPI zur Organisierten Kriminalität (MPA, 2005, und IFPI, undatiert).

Tabelle 8.6 **Propensität zur Produktion und zum Konsum unerlaubt kopierter audiovisueller Produkte**

FÜR DIE HERSTELLER	AUSWIRKUNGEN AUF DIE PRODUKTIONSPROPENSITÄT
Marktmerkmale	
Ertrag je Produktionseinheit	<p>Möglicherweise hohe Gewinnspannen</p> <p>Obwohl die Herstellungskosten bei kleinen Auflagen höher sein dürften als in der Massenproduktion, liegen sie immer noch deutlich unter 1 US-\$/Stück, so dass die Gewinnspannen ausreichend sind, um Anreize für eine Produktion für den eigenen Markt zu schaffen (da keine Ausgaben für die Produktion der Filme oder Musiktitel, für Werbung, Künstlerhonorare, Steuern usw. anfallen und auch kein Erfolgsrisiko getragen werden muss).</p>
Marktumfang	<p>Großer Massenmarkt</p> <p>Der Unterhaltungsmarkt, sei es für inländische oder importierte Musik- oder Filmhalte, ist sehr groß und weit ausgedehnt, wobei der Absatz durch den Starstatus der Künstler sowie die umfangreichen Werbeanstrengungen der Branche gefördert wird, beides Faktoren, für die die Produktpiraten nichts ausgeben müssen.</p>
Markenmacht des Originalprodukts	<p>Sehr stark</p> <p>Künstler, seien es Filmschauspieler, Regisseure oder Musiker, sind gewissermaßen „Marken“ mit sehr hohem Bekanntheitsgrad und einer großen, begeisterten Fangemeinde. Manche Musiktitel oder Filme ziehen selbst schon so viel Aufmerksamkeit auf sich, dass eine starke Nachfrage auf dem Markt für Raubkopien entsteht, vor allem wenn bereits ungeduldet neues Material veröffentlicht wird.</p>
Herstellung, Vertrieb und technische Aspekte	
Produktionsinvestitionen	<p>Moderat</p> <p>Moderate Investitionen in Computer und Drucker reichen aus, um Raubkopien von CDs und DVDs potenziell hoher Qualität herzustellen, was die Produktion auf kleinem Raum in der Nähe der Absatzmärkte ermöglicht.</p>
Technik	<p>Kein Hindernis</p> <p>Zur Herstellung von Raubkopien von CDs und DVDs sind technische Ausrüstungen erforderlich, diese sind jedoch leicht erhältlich, einfach anzuwenden und immer preisgünstiger zu haben. Die Technologie ist somit kein wesentliches Hindernis für die Herstellung unerlaubter Kopien.</p>
Logistik	<p>Wird einfacher</p> <p>Die zentralisierte Massenproduktion von CD- und DVD-Raubkopien ist auf Grund der geringeren Fertigungskosten zwar immer noch üblich, doch selbst im Filmbereich (wo die technischen Anforderungen höher sind als im Musikbereich) wird diese Vorgehensweise zunehmend durch die Produktion auf kleinem Raum oder die digitale Piraterie abgelöst, womit sich der Transport der Produkte weitgehend erübrigt. Die Produktion in kleinen Auflagen ist zwar kostspieliger als die Massenproduktion, die Gewinnspannen sind jedoch hoch genug, um das auszugleichen, zumal sich dadurch die Notwendigkeit einer komplexen Transport- und Vertriebslogistik und damit auch das Risiko der Entdeckung beim Überqueren von Landesgrenzen verringert.</p> <p>Die Logistik wird zudem durch die Verteilung von Masterkopien über das Internet in Kombination mit der Produktion von Raubkopien auf materiellen Datenträgern vor Ort erleichtert.</p>
Marketing und Produktabsatz	<p>Gute Absatzmöglichkeiten</p> <p>Produktpiraten profitieren von den umfangreichen Werbeanstrengungen, die die Film- und Musikproduzenten unternehmen. Zudem sind Musik- und Film-Raubkopien „harmlose“ Artikel, die so gut wie überall verkauft werden können, an Straßenecken, auf Märkten usw., und im Fall besonders hochwertiger Kopien sogar in regulären Läden, neben den Originalprodukten. Auch das Internet eignet sich, um Kunden zu erreichen, zumal dort auch besondere Kompilationen oder Kopien bestimmter Filme in Auftrag gegeben werden können.</p>

Verschleierung	Wird leichter Große Produktionsstätten lassen sich generell schwer verbergen. Durch die sich beschleunigende Entwicklung hin zu kleineren, mobileren und leichter geheim zu haltenden Produktionsstätten verringert sich jedoch das Risiko der Entdeckung.
Täuschung	Unnötig Da es den Produktpiraten durch einfach erhältliche Computerausrüstungen möglich ist, CDs und DVDs mit Musik- oder Filminhalten zusammenzustellen und zu produzieren, die vom Original u.U. so gut wie nicht zu unterscheiden sind, besteht kein Grund zur Täuschung der Kunden. Die Produktpiraten bieten ihren Kunden zumeist eine ziemlich genaue Entsprechung des Originals, und obwohl die Ton- und Bildqualität schwanken kann, sind auch hier Fortschritte zu verzeichnen.
Institutionelle Merkmale	
Entdeckungsgefahr	Mittelstark, Tendenz abnehmend Solange die Produktion zentralisiert ist, womit die Notwendigkeit des Transports auf die Märkte besteht, sind die Produktpiraten nach wie vor einer nicht unerheblichen Gefahr der Entdeckung ausgesetzt, vor allem wenn die Produkte Zollkontrollen passieren müssen. Dieses Risiko sinkt deutlich, wenn die CDs und DVDs auf lokaler Ebene in Kleinbetrieben hergestellt werden, wodurch sich die Notwendigkeit des Transports auf ein Minimum reduziert.
Rechtsdurchsetzung	Stark im Fall der Entdeckung Die Unterhaltungsindustrie setzt sich äußerst aktiv für den Schutz ihrer Urheberrechte ein, wobei sie häufig mit den Rechtsdurchsetzungsbehörden zusammenarbeitet. Produktpiraten müssen im Fall der Entdeckung damit rechnen, dass eine Vielzahl zivil- und strafrechtlicher Verfahren gegen sie eingeleitet wird. Nach Ansicht der Branche räumen die Regierungen der Bekämpfung der Produktpiraterie bei der Ressourcenallokation allerdings nur relativ geringe Priorität ein.
Strafen	Haben offenbar keine abschreckende Wirkung Obwohl die Erfolgsquote der (zivil- und strafrechtlichen) Verfahren im Zweifelsfall hoch ist, musste die Unterhaltungsindustrie (ebenso wie andere Branchen) die Erfahrung machen, dass nicht immer das volle Strafmaß angewandt wird, was zu einer hohen Quote an Wiederholungstätern führt. Rein finanzielle Strafen (z.B. Bußgelder) können von den Produktpiraten zudem einfach als zusätzliche Betriebskosten angesehen werden.
FÜR DIE VERBRAUCHER	AUSWIRKUNGEN AUF DIE KONSUMPROPENSITÄT BEI OFFENEN FÄLSCHUNGEN
Produktmerkmale	
Preis	Akzeptabel Im Großen und Ganzen zeigt die Markterfahrung, dass die Verbraucher bereit sind, unerlaubt kopierte Produkte zu den angebotenen Preisen zu kaufen, zumal diese im Allgemeinen deutlich unter den Preisen der entsprechenden Originalprodukte liegen.
Produktqualität und -merkmale	Im Allgemeinen annehmbar Wie bei allen Produktfälschungen kann die Qualität schwanken. Im Film- und Musiksektor ist es den Produktpiraten infolge des technischen Fortschritts jedoch möglich, qualitativ sehr hochwertige, vom Original kaum zu unterscheidende Produkte herzustellen, sofern sie über Masterkopien verfügen, die den erforderlichen Qualitätsanforderungen entsprechen. In anderen Fällen, z.B. bei Videomitschnitten von der Kinoleinwand, nehmen die Verbraucher u.U. eine geringere Qualität in Kauf, wenn sie das Produkt dafür früher erhalten können. Ein erheblicher Anreiz geht für die Verbraucher auch von der Möglichkeit aus, sich die Produkte nach Wunsch zusammenstellen zu lassen.
Statusverschleierung	Spielt keine Rolle Statusverschleierung bedeutet, dass es den Verbrauchern möglich ist, andere glauben zu lassen, sie befänden sich im Besitz der Originalprodukte. Da die Verbraucher im audiovisuellen Bereich im Allgemeinen unerlaubt kopierte Produkte erwerben, die dem Original entsprechen, spielt dieser Faktor hier keine nennenswerte Rolle.
Verbrauchermerkmale	
Gesundheitsrisiken	Keine Spielen in diesem Sektor keine Rolle.
Sicherheitsrisiken	Minimal Abgesehen von Sicherheitsproblemen, die im Fall einer Beteiligung krimineller Vereinigungen auftreten könnten, bestehen keine Gefahren für die persönliche oder öffentliche Sicherheit, die sich auf die Kaufentscheidung der Verbraucher auswirken könnten.

Persönliche Wertvorstellungen	Kein wichtiger Punkt Die Markterfahrung ebenso wie Umfrageantworten der Verbraucher zur Produktpiraterie lassen darauf schließen, dass diese nicht als ein ernstes Vergehen angesehen wird. Viele Verbraucher vertreten in der Tat die Ansicht, dass es sich gar nicht um ein Vergehen handelt, da dem Künstler oder dem Film- bzw. Musikunternehmen nichts „Materielles“ entwendet wird. Persönliche Wertvorstellungen scheinen also keine wichtige Rolle bei der Kaufentscheidung der Verbraucher zu spielen.
Institutionelle Merkmale	
Entdeckungsgefahr	Moderat Die Wahrscheinlichkeit der Entdeckung ist für die Verbraucher bestenfalls moderat, und ihr Effekt auf die Kaufentscheidung dürfte je nach Grad der Rechtsdurchsetzung im jeweiligen lokalen Kontext schwanken.
Verfolgungsrisiko	Moderat Obwohl die Unterhaltungsindustrie die Verfolgung von Rechtsverstößen aggressiv betreibt, z.T. auch indem sie direkt gegen Verbraucher vorgeht (insbesondere in Peer-to-Peer-Netzwerken), dürfte das Risiko, wegen des Kaufs einer unerlaubt kopierten CD oder DVD tatsächlich vor Gericht belangt zu werden, gering sein.
Strafen	Im Allgemeinen gering Es sind zwar Strafen mittleren Ausmaßes vorgesehen, in der Praxis dürfte es jedoch unwahrscheinlich sein, dass diese auf Gelegenheitskäufer unerlaubt kopierter Produkte angewandt werden, vor allem wenn diese nur kleine Mengen gekauft haben.
Verfügbarkeit und Leichtigkeit des Erwerbs	Frei erhältlich Unerlaubt kopierte Musik-CDs und Film-DVDs sind leicht erhältlich und werden auf Straßenmärkten in aller Welt angeboten.

Literaturverzeichnis

EU (Europäische Union) (2006), “The Economic Impact of Copyright in the EU Single Market”, http://ec.europa.eu/internal_market/copyright.

Global Sources, (2005), *China Sourcing Report: Optical Drives and Accessories*.

IIPA (International Intellectual Property Alliance) (2005), “Special 301 Methodology”, www.iipa.com/pdf/2005spec301methodology.pdf.

IIPA (2006a), Pressemitteilung vom 13. Februar 2006, “Copyright Industries Release Report on Piracy in 68 Countries/Territories and Press Their Global Trade Priorities for 2006”, verfügbar unter www.iipa.com/pressreleases.

IIPA (2006b), “Copyright Protection and Enforcement Around the World”, IIPA’s 2006 Special 301 Report to the USTR, www.iipa.com/special301.html.

IIPA (2006c) “Country Reports from Special 301 Recommendations submitted to the USTR”, www.iipa.com/countryreports.html.

IFPI (International Federation of the Phonographic Industry) (2003), Statement made by the Head of Enforcement at IFPI to the US House of Representative’s Committee on International Relations Hearing on “Intellectual Property Crimes: Are Proceeds from Counterfeited Goods Funding Terrorism”, Juli 2003, www.internationalrelations.house.gov.

IFPI (2005), *The Recording Industry 2005 Commercial Piracy Report*.

IFPI (2006), *The Recording Industry 2006 Commercial Piracy Report*.

IFPI (2006a), Pressemitteilung “Digital formats continue to drive the global music market – World Sales 2005”, 31. März 2006, verfügbar unter www.ifpi.org (“News”).

IFPI (undatiert), “Music Piracy: Serious, Violent and Organised Crime”, IFPI Secretariat, www.ifpi.org.

- MPA (Motion Picture Association) (2005), “Optical Disc Piracy v. Illegal Drug Trafficking”.
- MPA (2006), “The Cost of Movie Piracy”, im Auftrag der MPA erstellte Analyse der L.E.K Consultancy, www.mpa.org/press_releases/leksummarympa.pdf.
- MPAA (Motion Picture Association of America) (2006), Pressemitteilung “MPAA Releases Data from Piracy Study”, 3. Mai 2006, www.mpa.org/press_releases/2006_05_03lek.pdf.
- OECD (Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung) (2005), “Digital Broadband Content: Music”, Working Party on the Information Economy, www.oecd.org/dataoecd/13/2/34995041.pdf.
- OECD (2006a), “Digital Content Strategies and Policies,” Working Party on the Information Economy, www.oecd.org/dataoecd/54/36/36854975.pdf.
- OECD (2006b), “Digital Broadband Content: Development and Challenges”, Kapitel 5, *OECD Information Technology Outlook*, Working Party on the Information Economy, www.oecd.org/sti/ito.
- RIAA (Recording Industry Association of America) (2006a), “US Manufacturers’ Unit Shipment and Value Chart”, www.riaa.com/news/marketingdata/facts.asp.
- RIAA (2006b), “US Manufacturers’ Unit Shipment and Value Chart”, www.riaa.com/issues/piracy.
- Steven Schonherr (2002), The History of Magnetic Recording, University of San Diego, <http://history.acusd.edu/gen/recording/magnetic4.html>.

Kapitel 9

KRAFTFAHRZEUGSEKTOR

9.1 Überblick

Die Aktivitäten der Produkt- und Markenpiraterie betreffen in diesem Sektor hauptsächlich Kfz-Komponenten wie Ersatzteile und Zubehör, die bei Herstellung, Reparatur und Umbau aller Arten von Kraftfahrzeugen – vom Motorrad bis zum Personenfahrzeug (Pkw, Bus usw.) – sowie für den Gütertransport bestimmter Fahrzeuge verwendet werden.

Dabei werden Ersatzteile und Komponenten nicht nur nachgeahmt (was mit ziemlicher Gewissheit eine Markenrechtsverletzung darstellt), sondern es sind auch Belege für Patent- und Musterrechtsverletzungen vorhanden, die einzelne Komponenten bis hin zu kompletten Fahrzeugen betreffen.

Alle Vorfälle der Produkt- und Markenpiraterie haben gemeinsam, dass sie sowohl für den Verbraucher als auch für den Hersteller von Originalprodukten die aus dem Umlauf von Fälschungen resultierenden Gefahren und Risiken erhöhen. Von der finanziellen Warte aus betrachtet, geht aus Schätzungen der US Federal Trade Commission, die von der Automobilindustrie nicht bestritten wurden, hervor, dass die Produkt- und Markenpiraterie die gesamte Autoteilebranche weltweit jährlich 12 Mrd. US-\$ kostet – davon 3 Mrd. US-\$ allein in den Vereinigten Staaten (MEMA, 2005). Dieser Anteil ist signifikant, selbst in einer Branche, die Schätzungen des Zulieferverbands MEMA (Motor and Equipment Manufacturers Association) zufolge einen weltweiten Jahresumsatz von über 330 Mrd. US-\$ aufweist.

Im Kraftfahrzeugsektor gibt es aber neben der Besorgnis, dass Käufer einfach nicht bekommen, was sie haben wollten, noch eine zusätzliche Befürchtung. Bei Kraftfahrzeugen kann die Verwendung gefälschter Ersatzteile über die wirtschaftlichen Folgen der Verletzung geistiger Eigentumsrechte hinaus sowohl die Leistung als auch die Sicherheit von Motorfahrzeugen beeinträchtigen. Tests haben ergeben, dass sich gefälschte sicherheitsrelevante Ersatzteile (wie z.B. Bremsbeläge, Aufhängungs- und Lenkungskomponenten sowie Airbag-Anordnungen) häufig als qualitativ minderwertig und für den beabsichtigten Zweck ungeeignet erwiesen haben; ihre Unzulänglichkeit könnte zu schweren Unfällen mit Verletzungs- oder Todesfolge führen.

Hierdurch erhalten die Überlegungen über die Auswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie im Kraftfahrzeugsektor natürlich eine ganz andere Dimension.

9.2 Arten von Rechtsverletzungen

9.2.1 Markenrechtsverletzungen

Den verfügbaren Belegen zufolge macht das Kopieren von Produkten und Zeichen geschützter Marken den größten Anteil der Verletzungen geistiger Eigentumsrechte im

Kfz-Sektor aus. Konkret werden dabei hauptsächlich Nicht-Original-Ersatzteile mit wohlbekannten Marken versehen und dann als Originalprodukte verkauft. Es sind inzwischen zahlreiche Vorfälle von Markenrechtsverletzungen dieser Art registriert worden, die so unterschiedliche Produkte betreffen wie Bremsbeläge, Kupplungsscheiben, Ölfilter, Aufhängungs- und Lenkungscomponenten sowie Zündkerzen.

Bei den betroffenen Autoteilen kann es sich um Ersatzteile von verhältnismäßig guter Qualität handeln (manchmal Überproduktionen der Originalkomponenten), die dann unerlaubt mit dem Originalmarkenzeichen versehen wurden, um einen höheren Preis zu erzielen. Es kann sich aber auch um komplette Fälschungen handeln, die genauso aussehen wie die Originalteile, im Vergleich zu diesen aber von minderer Qualität und vielleicht sogar gefährlich sind.

Die Automobilindustrie hat aber auch festgestellt, dass in einigen Teilen der Welt (insbesondere Nordamerika) die Gefahr der Aufdeckung von Markenrechtsverletzungen Fälscher und Produktpiraten immer stärker dazu veranlasst, Ersatzteile ohne Markenbezeichnung auf den Markt zu bringen, was in einigen Fällen Fälscher sogar zur Gründung einer eigenen Marke veranlasst hat. Streng genommen kann diese Praxis, da keine Verletzung geistiger Eigentumsrechte vorliegt, nicht als Fälschung betrachtet werden, obgleich sie im Endeffekt dazu führt, dass dem Kunden Nicht-Originalteile angeboten werden.

9.2.2 Patentverletzungen

Kennzeichnend für die Kraftfahrzeugbranche sind technische Innovationen und industrielle Prozesse, die in einigen Fällen dem Patentschutz unterliegen. Auf Grund ihres öffentlichen Charakters besteht bei diesen Patenten laufend die Gefahr, dass sie kopiert oder die mit ihnen verbundenen Rechte anderweitig verletzt werden; beispielsweise durch das *Reverse Engineering* eines Fahrzeuggetriebes oder sonstiger technischer Ausrüstungsgegenstände. Die Teilnehmer an der OECD-Erhebung hielten insbesondere fest, dass Patentverletzungen auch durch die Überproduktion „echter“ Teile entstehen könnten oder die Weitergabe von Spezifikationen und Produktionsdetails an potenzielle Fälscher und Produktpiraten durch Vertragsunternehmen, die Originalkomponenten für Kfz-Hersteller produzieren.

Die Branche verwies aber auch darauf, dass Patente im Allgemeinen höherwertige Komponenten und Verfahren schützen, die mit geringerer Wahrscheinlichkeit Zielobjekt von Fälschern und Produktpiraten sind; diese visieren generell eher Komponenten mit geringerem Wert an, die eine weniger große technische Herausforderung darstellen. Das würde auch weitgehend erklären, warum es bei den vom Kraftfahrzeugsektor bezogenen Inputs verhältnismäßig wenig Patentverletzungsprobleme gibt.

9.2.3 Musterrechtsverletzungen

Über die Produkt- und Markenpiraterie von Kraftfahrzeugteilen hinaus (die Marken- und Musterrechtsverletzungen gleichermaßen umfassen können) werden immer mehr Fälle von Musterrechtsverletzungen gemeldet, die die Herstellung kompletter Fahrzeuge betreffen. Im Wesentlichen geht es dabei um das Kopieren der Karosserie, des mechanischen Layouts und des Innendesigns, um Fahrzeuge zu kreieren, die von außen dem kopierten Originalprodukt sehr ähneln, wahrscheinlich aber hinreichend Unterschiede aufweisen, um das Argument vertreten zu können, dass es sich nicht um Kopien, sondern vielmehr derivatives Design handelt.

Das Kopieren von Mustern ermöglicht es Fälschern und Produktpiraten, sowohl von den kreativen Innovationen anderer als auch den Investitionen der Originalhersteller in Promotion, Werbung und Imagepflege zu profitieren.

Es sind zahlreiche Beispiele für derartige mutmaßliche Musterrechtsverletzungen vorhanden, doch werden hier nur zwei zur Veranschaulichung angeführt.

Mitte 2005 gab es erste Meldungen über offensichtliche Designähnlichkeiten zwischen einem Geländewagen (mit der Bezeichnung Landwind), der in China hergestellt und nach Europa exportiert wurde, und dem Opel Frontera von General Motors.

Bei Redaktionsschluss für diesen Bericht war nicht klar, ob General Motors rechtliche Schritte zum Schutz seines Modells einleiten würde, u.a. weil die Produktion des Frontera (und ähnlicher Modelle in anderen Ländern) bereits eingestellt war, und angesichts der Komplikationen, die durch Querallianzen entstehen. Jangling Motors ist ein Joint-Venture-Partner in der Herstellung von Lkw von Isuzu Motors Japan, das selbst ein General-Motors-Partner ist, und das Original-Design des Frontera stammte von Isuzu Motors. Die Lage spitzte sich weiter zu, als bekannt wurde, dass eine Gruppe von Opelhändlern in Deutschland einen Vertrag mit dem Landwind-Importeur unterzeichnet hatte, um die Fahrzeuge in ihren Ausstellungsräumen zu platzieren.

Auch der japanische Autohersteller Toyota entdeckte, dass ein Unternehmen in China Doppelkabinen-Pickups herstellte, die sehr große Ähnlichkeiten mit seinem Hilux-Modell aufwiesen. Zusätzlich zur möglichen Musterrechtsverletzung nannte die chinesische Firma ihr Modell „Tayota“ (statt Toyota) und versah Kühlergrill und Kühlerhaube mit einem Emblem, das sehr große Ähnlichkeiten mit dem von Toyota registrierten und verwendeten Emblem hatte.

Mit anderen Worten gab es in diesem Fall neben den Designgleichheiten noch etwas, was als der Versuch beschrieben werden könnte, potenzielle Käufer (vor allem an technisch weniger anspruchsvollen Märkten) zu verwirren und Glauben zu machen, sie würden einen Original-Toyota oder zumindest ein Fahrzeug erwerben, an dessen Bau der japanische Hersteller in irgendeiner Form beteiligt war.

Diese Beispiele möglicher Musterrechtsverletzungen veranschaulichen beide Seiten der Medaille. Einerseits scheinen die Ähnlichkeiten im Fahrzeugdesign in den oben genannten Beispielen klar auf der Hand zu liegen, und die Forderungen des Urhebers nach Schadenersatz für die Verletzung seiner Eigentumsrechte sind klar nachvollziehbar. Andererseits ist es eine ziemlich schwierige Aufgabe, juristisch einwandfrei nachzuweisen, dass die Muster hinreichend ähnlich sind, um als Verletzung der geistigen Eigentumsrechte zu gelten, und es scheint so zu sein, dass bisher keiner der betroffenen Hersteller in der Lage war, im Umgang mit diesen offensichtlichen Rechtsverletzungen positive und erfolgreiche Schritte zu unternehmen.

Im Fall der Toyota-Hilux-Kopie kann der Export dieses Modells in andere Länder möglicherweise verhindert werden, wo Musterregistrierungen ein höheres Schutzniveau bieten. Im Falle des „Landwinds“ hingegen ist es dafür schon zu spät, da das Fahrzeug bereits nach Europa exportiert wurde, und es ist nicht abzusehen, ob der rechtliche Status des Fahrzeugs dort angefochten wird.

9.2.4 Zusammenfassung

Hinsichtlich der Rechtsverletzungen im Kfz-Sektor haben alle Umfrageteilnehmer – ohne Ausnahme – generell festgestellt, dass die Markenrechtsverletzungen das größte Problem seien, dem sie sich gegenübersehen. In der Tat hielt die Japanese Automotive Manufacturer's Association (JAMA) fest¹, dass jedes einzelne Mitglied seines Verbands

1. Nähere Angaben finden sich in vertraulichen Dokumenten, die der OECD zur Verfügung gestellt wurden.

bereits von Markenrechtsverletzungen und drei Viertel von Musterrechtsverletzungen betroffen waren, während nur ein Drittel Opfer von Patentverletzungen waren. Diese Ergebnisse stimmen im Großen und Ganzen mit Angaben aus Kreisen der internationalen Automobilindustrie insgesamt überein, die den Fragebogen beantwortet hatten.

9.3 Am stärksten betroffene Produkte

Am stärksten von Produkt- und Markenpiraterie betroffen sind im Kraftfahrzeugsektor die am Nachrüstmarkt für Ersatz- und Zubehörteile gehandelten Produkte. Es ist nämlich unwahrscheinlich (wenn nicht sogar unmöglich), dass Erstausrüster Teile für ihre neuen Fahrzeuge von anderen Quellen als von ihren eigenen Fabriken oder Fabriken bekannter Vertragshersteller spezifischer Teile und Ausrüstungsgegenstände beziehen.

Weil Integrität, Leistung und Sicherheit der Originalteile für die Fahrzeughersteller von so großer Bedeutung sind (aus Regulierungs-, Kundenbeziehungs-, Image- sowie Rechts-/Versicherungsgründen), dürfte es für Fälscher und Produktpiraten recht schwierig sein, in dieses verhältnismäßig geschlossene und streng kontrollierte Umfeld einzudringen. Entsprechend dürften gefälschte Teile mit ziemlicher Sicherheit nur dann in die regulären Vertriebsketten eindringen können, wenn Hilfe von innen erfolgt, was entweder durch Korruption im System oder vielleicht durch von Kriminellen ausgeübten Druck möglich ist. Kommt es zu einer derartigen Infiltration, sind die entsprechenden Renditen für die Fälscher und Produktpiraten entsprechend hoch.

Aus einer Vielzahl von Gründen ist aber der Kfz-Ersatzteilmarkt für Fälscher und Produktpiraten ein sehr viel einfacheres und daher interessanteres Betätigungsfeld.

Erstens wäre, wie bereits gesagt, die Infiltration des kleinen Kreises großer, einflussreicher und gut mit Ressourcen ausgestatteter Kfz-Hersteller, die ein erhebliches Interesse an der Wahrung der Integrität der für den Fahrzeugbau verwendeten Teile haben, schwierig. Demgegenüber besteht der Kfz-Ersatzteil- und -Nachrüstmarkt aus mehreren tausenden, hauptsächlich kleinen Firmen, die im Bereich der Kfz-Reparatur und -Wartung tätig sind, und einer noch größeren Zahl individueller Automobilbesitzer, die Kfz-Teile und -Zubehör erwerben. Beide Gruppen sind potenzielle Abnehmer von Nicht-Originalteilen, wenn diese preisgünstiger sind und als angemessener Ersatz betrachtet werden.

Zweitens lassen in dem Maße, wie der Umfang des potenziellen Markts für gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte zunimmt, die Überprüfung der Herkunft (sowie Eignung und Sicherheit) der Teile nach, da am Kfz-Ersatzteilmarkt viele dieser Teile nicht anhand eines Vergleichs ihrer technischen Leistung, sondern vielmehr auf der Basis einer akzeptablen visuellen Ähnlichkeit zwischen Original und Kopie gekauft werden. Aus diesem Grund besteht immer stärkerer Anlass zur Besorgnis hinsichtlich der Perfektion, mit der Fälscher und Produktpiraten ihre Produkte in Aussehen und Haptik den Originalprodukten identisch erscheinen lassen, obwohl ihre tatsächliche Leistung u.U. deutlich hinter der des Originalprodukts zurückbleibt.

Drittens wird mit zunehmender Größe des potenziellen Markts nicht mehr die Herkunft, sondern vielmehr der Preis zum ausschlaggebenden Faktor für Kaufentscheidungen. Aus diesem Grund ersetzen Kfz-Service- und -Reparaturwerkstätten zur Steigerung ihrer Gewinne und Senkung der ihren Kunden für die geleistete Arbeit in Rechnung gestellten Kosten u.U. Original- durch Nicht-Originalteile. Private Kraftfahrzeugbesitzer, die über noch weniger fachliche Kompetenz verfügen, um zu entscheiden, ob bestimmte Ersatzteile geeignet sind, könnten preisgünstige Ersatzteile u.U. als „Schnäppchen“ betrachten.

Es gibt noch keine direkt verfügbaren umfangreichen Daten, um eine Vorstellung davon zu vermitteln, welche Kfz-Teile am häufigsten gefälscht und unerlaubt kopiert werden, laut den bisherigen Erfahrungen der Branche stammen die am häufigsten betroffenen Teile aber von Fahrzeugen, die bereits seit mindestens drei oder vier Jahren am Markt sind (um die Größe des verfügbaren Markts zu erhöhen), und es sind konkret jene Teile, die am verschleißanfälligsten sind, am einfachsten kopiert werden können und Fälschern wie Produktpiraten die höchsten Gewinnmargen bieten.

Beispiele für derartige Teile sind Zündkerzen, Stoßdämpfer sowie unterschiedliche Arten von Filtern (Filter wurden von einem großen Lkw-Hersteller als das in seiner Kategorie am einfachsten zu fälschende und am häufigsten kopierte Produkt identifiziert). Bremskomponenten (darunter Bremsbeläge), Aufhängungs- und Lenkungscomponenten, Karosserieteile, Lager, Windschutzscheiben, Reifen, alle Kategorien von Scheinwerfern sowie Motorbestandteile (einschließlich Motorhalterungen) sind in den Antworten zum Fragebogen auch häufig als Zielprodukte von Fälschungen und unerlaubten Kopien genannt worden. Einige Teile dürften auch die Qualität der Schadstoffemissionen beeinflussen.

In einigen Fällen gehörten die Artikel, die mit dem gefälschten Markenzeichen versehen waren, gar nicht zur Produktpalette des betroffenen Herstellers. Auch wenn diese Beispiele als einfacher Missbrauch eingetragener und nicht eingetragener Marken und nicht als unerlaubte Nachahmung spezifischer Teile oder Komponenten bezeichnet werden können, dürften sie dennoch den betroffenen Herstellern Schaden zufügen.

Den Beobachtungen eines großen Lkw-Herstellers zufolge ist die Zahl der aufgedeckten Rechtsverletzungen gestiegen, obwohl das Spektrum der von Rechtsverletzungen betroffenen Produkte in den vergangenen Jahren verhältnismäßig konstant blieb.

Die nachstehende, von einem großen europäischen Kfz-Hersteller zur Verfügung gestellte Tabelle (Tabelle 9.1) liefert einige zusätzliche Informationen über die Bandbreite der betroffenen Produkte und ihre prozentualen Anteile, gemessen anhand des Werts der von den betroffenen Unternehmen 2005 im Rahmen einer koordinierten Aktion mit den Rechtsdurchsetzungsbehörden beschlagnahmten Produkte.

Tabelle 9.1 **Volumen der 2005 beschlagnahmten Autoteile**
Millionen Euro

Autoteil	Wert	In Prozent des Gesamtwerts
Bremsscheiben	2.7	18.0%
Lenkhebel	2.6	17.3%
Bremsbeläge	2.5	16.7%
Motoraufhängung	2.4	16.0%
Lenkungscomponenten	0.8	5.3%
Öl und Ölfilter	0.5	3.3%
Ölpumpen	0.5	3.3%
Wasserpumpen	0.5	3.3%
Zubehör	0.4	2.7%
Gurtstraffer	0.3	2.0%
Verschiedenes	1.8	12.0%

Analoge Daten eines nordamerikanischen Herstellers ergaben die nachstehende Aufschlüsselung der betroffenen Komponenten:

- 30% Filterprodukte,
- 25% Zubehörteile,
- 25% Bremsen und Zündkerzen,
- 25% sonstige Komponenten.

Der besorgniserregendste Aspekt ist bei diesen Angaben die Tatsache, dass einige der am stärksten vertretenen Artikel (wie Bremsen und Steuerungskomponenten) die Sicherheit der Kraftfahrzeuge potenziell ernsthaft gefährden und Funktionsstörungen daher zu ernsthaften Unfällen führen könnten, die u.U. nicht nur schwere und tödliche Verletzungen auslösen, sondern auch dem Hersteller des Fahrzeugs angelastet werden könnten, auch wenn letzteren gar keine Schuld trifft.

9.4 Ausmaß, Tragweite und Trend der Rechtsverletzungen

Da es sich bei der Produkt- und Markenpiraterie um eine illegale Aktivität handelt, sind Informationen über deren Ausmaß und Niveau an bestimmten Märkten unweigerlich unzuverlässig, und die verfügbaren Daten wurden (hier wie auch bei anderen illegalen Aktivitäten) generell von den Ziffern der beschlagnahmten Ladungen sowie am Markt entdeckten gefälschten bzw. unerlaubt kopierten Produkte abgeleitet.

Ein Problem besteht bei diesen abgeleiteten Informationen neben ihrer Unvollständigkeit in der Schwierigkeit festzustellen, ob neue Entwicklungen in der Zahl der Aufgriffe auf Veränderungen im Bereich der Herstellung, des Handels und des Absatzes oder im Bereich der erfolgreichen Aufdeckung oder in beiden Bereichen zurückzuführen sind. Unter Berücksichtigung dieser Einschränkungen bildeten sich im Laufe der OECD-Erhebung zur Produkt- und Markenpiraterie im Kfz-Sektor folgende Indikatoren heraus:

Ein Hersteller lieferte Hinweise auf die Zahl der Vorfälle von Markenrechtsverletzungen im Nahen Osten, aus denen kurz gesagt hervorging, dass die Zahl der Fälle zwischen 2000 und 2003 von etwa 50 auf über 200 und die Zahl der gefälschten oder unerlaubt kopierten Produkte im selben Zeitraum ebenfalls von nahezu 400 000 auf über 1,3 Millionen gestiegen ist.

Schätzungen eines anderen Herstellers zufolge sind der Nahe Osten und Asien mit einem Verkaufsanteil von bis zu 30% an gefälschten Ersatzteilen an ihren Märkten die am stärksten von Fälschungen durchdrungenen Regionen. Die entsprechende Zahl für die EU-Märkte betrug etwa 5%². Diese Konzentration der Produkt- und Markenpiraterie (wenn nicht sogar der tatsächlichen Herstellung) auf den Nahen Osten wurde auch von anderen Unternehmen in der Branche bestätigt.

Ähnliche Angaben zur Marktdurchdringung wurden vom Automotive Component Manufacturers Association of India gemacht, der in einer Studie aus dem Jahr 2003 befand, dass am lokalen Kfz-Ersatzteil- und -Nachrüstmarkt die Chance auf Verwendung eines gefälschten Artikels bei 37% lag³.

-
2. Die erheblich niedrigere Durchdringungsrate in der Europäischen Union wurde von der Automobilindustrie auf die Existenz des Direktvertriebssystems in Europa zurückgeführt, das den direkten Verkauf von Autoteilen durch Dritte an Distributoren und Wiederverkäufer untersagt.
 3. Vgl. www.acmainfo.com.

Von Interesse ist, dass eine Gruppe von Kfz-Herstellern die „Koalition zum Schutz von Kfz-Marken“ (Automotive Brand Protection Coalition) mit Sitz in Dubai⁴ ins Leben gerufen hat, um Öffentlichkeit und Lobbyisten in der Regierung zur Verstärkung des Schutzes der geistigen Eigentumsrechte zu erziehen.

Ob nun beabsichtigt oder nicht, ist die Standortwahl signifikant, da die Vereinigten Arabischen Emirate häufig als sehr günstiges Einfallstor für Fälscher und Produktpiraten erwähnt werden, und die von der Koalition erstellten Statistiken scheinen diesen Status zu bestätigen.

Im Juli 2005 berichtete die Koalition über die Beschlagnahme von einer Viertelmillion gefälschter Autoteile. Dies wurde im Bericht nur als die „Spitze des Eisbergs“ beschrieben. Die Koalition verwies außerdem auf einen Artikel in der Zeitung „Gulf News“, dem zufolge in China hergestellte gefälschte Zündkerzen im Wert von 1 Mio. US-\$, die mit dem Markennamen verschiedener Motorhersteller versehen waren, 2005 im Hafen von Jebel Ali beschlagnahmt wurden⁵. Die Website der Koalition enthält zahlreiche ähnliche Berichte über Entdeckungen und Beschlagnahmen.

Als grobe Orientierung für den Umfang des potenziellen Markts für gefälschte Kfz-Teile gab ein großer Hersteller außerdem an, dass das Volumen an Produktfälschungen für den Binnen- und Exportmarkt in Nordasien unter Zugrundelegung des lokalen Einzelhandelswerts der Originalteile 100 Mio. Euro erreichen könnte.

Derselbe Hersteller gab ferner an, dass er selbst in China gefälschte und illegal kopierte Ersatz- und Zubehörteile mit einem Einzelhandelswert von etwa 6 Mio. Euro beschlagnahmt habe und jährlich mit etwa 600-700 Fällen von Eigentumsrechtsverletzungen konfrontiert sei.

Zudem hat eine von Vertretern der Mehrzahl der internationalen Kfz-Hersteller eingerichtete Arbeitsgruppe zum Schutz geistiger Eigentumsrechte (Intellectual Property Working Group) eine Schätzung der US-Handelskommission bestätigt, der zufolge die US-amerikanische Autoindustrie allein in den Vereinigten Staaten einschlägige Verluste in Höhe von nahezu 3 Mrd. US-\$ und weltweit 12 Mrd. US-\$ erlitten hat. Laut Angaben der Arbeitsgruppe belaufen sich die jährlichen Einbußen der japanischen Maschinenbauindustrie (einschließlich Kfz-Hersteller) in Asien auf fast 7,5 Mrd. US-\$⁶.

9.5 Hauptmotive für Produktion und Konsum gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte

In diesem Abschnitt werden verschiedene Faktoren untersucht, die für Produktion und Konsum gefälschter Kfz-Ersatz- und -Zubehörteile ursächlich sind. Kenntnis und Verständnis dieser Bestimmungsfaktoren können nähere Informationen über die Propensität der Produkte dieser Kategorie liefern, rechtswidrig hergestellt zu werden. Dies dürfte dann wiederum eine gewisse Vorstellung davon geben, mit welcher Wahrscheinlichkeit diese Produkte am Markt zu finden sind, und vielleicht statistische Daten untermauern, die im Rahmen von Aufgriffen durch Zollbehörden und Polizeirazzien in Produktions- und Verkaufsstätten oder als Ergebnis rechtlicher Schritte bzw. anhand sonstiger markt-

4. Die Koalitionsmitglieder sind BMW, GM, Honda, Mercedes Benz, Nissan und Toyota.

5. Der Bericht erschien in den Arab News und wurde der Website der Koalition unter www.nofakeparts.com entnommen.

6. Diese Informationen wurden der OECD von der Arbeitsgruppe zum Schutz geistiger Eigentumsrechte in der Automobilindustrie zur Verfügung gestellt.

basierter Informationen ermittelt wurden. Darüber hinaus könnten die Angaben zur Fälschungs- und Konsumneigung wichtige Erkenntnisse darüber liefern, wie Erhebungen und ökonomische Modelle am besten genutzt werden können, um die Messungen zu verbessern.

Nähere Einzelheiten sind der Übersichtstabelle am Ende des Kapitels (Tabelle 9.5) „Propensität zur Produktion und zum Konsum gefälschter Kfz-Produkte“ zu entnehmen. Die für den Kfz-Sektor als relevant betrachteten Bestimmungsfaktoren sind danach beurteilt worden, ob und in welchem Ausmaß sie Produktion und Konsum dieser gefälschten Produkte begünstigen oder bremsen.

Bei der Interpretation der Propensitätsfaktoren in Tabelle 9.5 ist eine gewisse Vorsicht geboten, da ungeachtet der Stärke ihres Effekts auf die Propensität nicht allen Bestimmungsfaktoren im Entscheidungsprozess das gleiche Gewicht zukommt. So sind z.B. die Schwierigkeiten in Zusammenhang mit dem Transport und Vertrieb gefälschter Kfz-Teile u.U. nicht groß genug, um die vermuteten Gewinnmargen der Fälscher und Produktpiraten zunichte zu machen. Als weiteres Beispiel sei angeführt, dass die Strafen für Herstellung/Vertrieb gefälschter Produkte im Gegensatz zu den für Drogenhandel geltenden Strafen vergleichsweise gering sind, was die Wahrscheinlichkeit erhöhen dürfte, dass die Organisierte Kriminalität ihre organisatorischen Fähigkeiten eher in Richtung Produkt- und Markenpiraterie als auf andere Formen der Kriminalität lenkt (diese Beobachtung wurde von zahlreichen Umfrageteilnehmern gemacht).

Die Motive, die im Kfz-Sektor zum Tragen kommen, lassen generell vermuten, dass die Propensität zu Herstellung und Konsum gefälschter Kfz-Bestandteile und -Komponenten erheblich ist. Zurückzuführen ist dies prinzipiell auf das für den Hersteller starke Motiv der Gewinnerzielung im Verein mit den potenziell sehr großen internationalen Absatzmöglichkeiten für die Produkte. Da die gefälschten Produkte im Allgemeinen von der Warte des Herstellers, Vertreibers und Kunden aus betrachtet als verhältnismäßig harmlos angesehen werden, sind Beschlagnahme und Verfolgung außerdem weniger wahrscheinlich und die Strafen auf jeden Fall geringer als bei anderen illegalen Aktivitäten.

Die einzigen Punkte, die Fälschern und Produktpiraten etwas Sorge bereiten könnten, sind die Tatsache, dass die Herstellung von Kfz-Teilen ein gewisses Maß an Investitionen in Maschinen und Technik voraussetzt, was aber für die richtigen Personen (d.h. Hersteller mit Überschusskapazitäten) kein ernsthaftes Problem darstellen dürfte. Der andere Minuspunkt ist die Komplexität des Transports und Vertriebs der gefälschten Produkte an die Zielmärkte (mit der Möglichkeit der Beschlagnahme an den Zollgrenzen), doch ist es auch hier wiederum unwahrscheinlich, dass sich Fälscher und Produktpiraten, die mit erheblichen Ressourcen und organisatorischen Fähigkeiten ausgestattet sind, wie dies etwa bei der Organisierten Kriminalität der Fall ist, hiervon abschrecken lassen.

Insgesamt deuten die Motive für die Produkt- und Markenpiraterie im Kfz-Sektor darauf hin, dass es sich um eine Branche handeln dürfte, in der ein hohes Maß an Produkt- und Markenpiraterie herrscht, wobei sich die Hersteller wahrscheinlich in Gebieten/Ländern mit Überschusskapazitäten im Verarbeitenden Gewerbe und schwach ausgeprägtem Schutz der Rechte des geistigen Eigentums ansiedeln. Auf Verbraucherseite dürfte der Markt angesichts der hohen Verbreitung und zunehmenden Homogenität von Kraftfahrzeugen sowie der Schwierigkeit, die Käufer solcher Produkte zu ermitteln, eine weltweite Dimension aufweisen, wobei zusätzlich zu berücksichtigen ist, dass viele dieser Artikel auf die Täuschung des Endverbrauchers abzielen und damit den Selbstschutz der Verbraucher aushebeln, die den Kauf gefälschter Produkte vermeiden möchten.

9.6 Produktionszentren für gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte

Was Markenrechtsverletzungen betrifft, so ist China wiederholt als Hauptquelle der Produkt- und Markenpiraterie im Kfz-Sektor identifiziert worden, und dies sowohl in Bezug auf Marken- als auch Musterrechtsverletzungen. So hat ein großer japanischer Hersteller beispielsweise die Erfahrung gemacht, dass in nahezu 90% aller seine Produkte betreffenden Fälschungsvorfälle China beteiligt ist. Als weitere Standorte mit signifikanter Fälschungsaktivität wurden Chinesisch Taipeh, Thailand, die Türkei, Russland, der Nahe Osten und Lateinamerika identifiziert.

Tabelle 9.2 liefert einen Überblick über die Häufigkeit, mit der Standorte in der OECD-Erhebung in Verbindung mit Produkt- und Markenpiraterie genannt wurden.

Tabelle 9.2 **Häufigkeit, mit der nachstehende Standorte als Zentren für Produkt- und Markenpiraterie genannt wurden**

Häufigkeit	Standort
Häufig erwähnt	China, Lateinamerika, Naher Osten, Russland, Chinesisch Taipeh, Thailand, Türkei
Relativ häufig erwähnt	Indien, Iran, Osteuropa, Philippinen, Saudi-Arabien, Vereinigte Arabische Emirate, Vietnam
Gelegentlich erwähnt	Argentinien, Brasilien, Indonesien, Italien, Malaysia, Pakistan, Polen, Südkorea, Ukraine

Quelle: OECD Survey of the Automotive Industry (2005).

Ein anderer Kfz-Hersteller kam zu dem Ergebnis, dass die überwiegende Mehrzahl der gefälschten Autoteile in China hergestellt wird, wobei sich einzelne Regionen auf die Herstellung ganz bestimmter gefälschter Teile konzentrieren. So soll beispielsweise eine Stadt im Südosten Chinas mit Fabriken zur Herstellung gefälschter Bremsbeläge gesättigt sein.

Konkreter berichtete ein großer nordamerikanischer Hersteller über den Fall eines umfangreichen Handels (im Wert von über 150 Mio. US-\$) mit gefälschten Zündkerzen, die in Yancheng, China, hergestellt und in den Vereinigten Staaten, Kanada, Europa und dem Nahen Osten vertrieben wurden.

Zwar werden einige der gefälschten Autoteile in China selbst verwendet, doch geht der Großteil der Produktion ins weltweite Ausland, vor allem in den Nahen Osten, nach Nordafrika, Osteuropa, Mexiko sowie Nord- und Südamerika.

Im Bereich der Musterrechtsverletzungen ist die Situation weniger eindeutig, obwohl in den letzten Jahren überall in der Welt zahlreiche Musterrechtsverletzungen gemeldet wurden. Probleme bereitet bei dieser Art der Rechtsverletzung unter anderem, dass trotz des Vorhandenseins vieler erkennbarer Ähnlichkeiten zwischen dem Design unterschiedlicher Fahrzeuge (und auch anderer Produkte), diese Tatsache allein nicht als Beweis für die Existenz einer Musterrechtsverletzung geltend gemacht werden kann; daher bedarf es u.U. komplexer (und kostspieliger) juristischer Schritte, um festzustellen, ob eine Rechtsverletzung vorliegt. Laut Angaben der Automobilindustrie werden derartige Schritte vor allem in Entwicklungs- und Transformationsländern nur ganz vereinzelt eingeleitet.

Die Aufnahme einiger Beispiele von unterstellten Musterrechtsverletzungen, die ihren Ursprung in China haben, in diesen Bericht sollten nicht als Beleg dafür verstanden werden, dass China der einzige oder auch nur der größte Standort sei, an dem derartige Rechtsverletzungen stattfinden; vielmehr kommt darin zum Ausdruck, dass zum Zeitpunkt der Niederschrift dieses Berichts große Automobilhersteller derartige Praktiken öffentlich beklagt haben.

9.7 Vorgehensweisen sowie Transport gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte

Viele der gefälschten Produkte im Kfz-Sektor werden für die Ausfuhr in andere Märkte hergestellt. Das gilt insbesondere für kopierte Teile, die für Luxusautomobile bestimmt sind, da mit diesen Artikeln ein Preisaufschlag erzielt werden kann, wenn sie ahnungslosen Käufern als Original verkauft werden können.

Autoteile sind im Allgemeinen voluminös und schwer und eignen sich daher nicht für das gelegentliche Einschmuggeln kleiner Mengen in Exportmärkte. Sie werden daher generell als relativ große Ladungen über normale Verkehrswege in Containern transportiert, als wären sie rechtmäßige Frachten.

Im Verlauf einer Serie von Ermittlungen in China entdeckte ein Umfrageteilnehmer, dass Produktionsstätten mit unterschiedlicher Größe und Produktion ihre Aufträge für gefälschte Güter von Exportunternehmen beziehen, die gewöhnlich in einer großen chinesischen Hafenstadt angesiedelt sind. Die Exportunternehmen werden ihrerseits von Offshore-Unternehmen beauftragt, um die Fälschungsaufträge auszuführen. Dem Umfrageteilnehmer zufolge befinden sich diese Unternehmen häufig in Hongkong (China) und Chinesisch Taipeh.

Die gefälschten Teile werden von diesen Fabriken per Lkw zum Exportunternehmen transportiert, das dann den Export mittels Frachtcontainer organisiert. Danach werden die Produkte weltweit verschifft, entweder direkt an ihr Endziel oder zunächst an einen Wegpunkt (*way point*) oder Gateway, um die Möglichkeiten der Aufdeckung am Endziel auf ein Mindestmaß zu reduzieren.

Auch wenn Kfz-Teile manchmal geschmuggelt werden, hat die Branche bisher die Erfahrung gemacht, dass Fälscher und Produktpiraten, um sich zu schützen, in der Regel auf die geringe Quote an Containerinspektionen und den generell unverfänglichen Charakter der transportierten Produkte sowie die verhältnismäßig geringe Priorität setzen, die gefälschten Produkten von den Zollbehörden bei Grenzkontrollen beigemessen wird, in denen es eher um Drogen, Sprengstoff und Waffen geht.

Normalerweise ist der Inhalt derartiger Container korrekt angegeben (d.h. Luftfilter werden als Luftfilter beschrieben) und mit einem korrekten Konnossement und anderen Dokumenten versehen. Es bleibt den Zollbeamten überlassen, den gefälschten Charakter der Produkte aufzudecken, was sich angesichts der perfekten Begleitverpackung und Etiketten in manchen Fällen als schwierig erweisen dürfte. Generell dürfte es für einen Zollbeamten schwierig sein, anhand einer einfachen visuellen Inspektion herauszufinden, ob es sich bei einem Teil um ein Original oder eine Fälschung handelt, so dass in einigen Fällen eine technische Kontrolle durch den Hersteller der Originalteile notwendig sein könnte, um gefälschte Teile zu identifizieren. Ein Umfrageteilnehmer gab an, dass selbst Hologramme, die zu den fälschungssichersten Zeichen zählen, perfekt imitiert werden können, was natürlich die Komplexität der Identifizierung gefälschter Produkte erhöht.

Hinzu kommt, dass gewiefte Fälscher und Produktpiraten zusätzliche Vorsichtsmaßnahmen ergreifen, um die Gefahr der Aufdeckung auf ein Mindestmaß zu reduzieren. Viele gefälschte Produkte werden beispielsweise ohne besondere Verpackung oder Markenzeichen transportiert und einfach mit ihrem generischen Produktnamen bezeichnet (z.B. Filter oder Bremsbeläge). In diesem Stadium kann also nicht von einer offensichtlichen Markenrechtsverletzung gesprochen werden, und derartige Produkte lassen sich nur schwer aufgreifen und vom Zoll oder von anderen Behörden beschlagnahmen. Die entsprechenden Markierungen und Verpackungen werden erst kurz vor Markteintritt im Zielland oder in der Zielregion hinzugefügt.

Ein weiteres Merkmal des Handels mit gefälschten Kfz-Komponenten besteht darin, dass Fälscher und Produktpiraten ihre Produkte häufig über Zwischenhäfen bzw. sogenannte Gateways transportieren, die die Aufmerksamkeit der Zollbeamten am Endziel weniger stark auf sich lenken. Insbesondere Freihandelszonen, die überall in der Welt existieren, wurden von Umfrageteilnehmern als Gateways im Kfz-Sektor identifiziert. Im Allgemeinen gilt die Regel, dass Produkte, so lange sie nicht auf das Hoheitsgebiet des Landes gelangen, in dem sich eine Freihandelszone befindet, und so lange keine eindeutigen Belege für die Beteiligung krimineller oder terroristischer Kreise an den Produkten vorhanden sind, in den Freihandelszonen keine Zollkontrollen durchgeführt werden⁷. Diese Freihandelszonen dienen manchmal auch der Wertsteigerung von Produkten (möglicherweise durch eine neue Verpackung oder Neukennzeichnung) oder ihrer Umladung, so dass ihre ursprüngliche Herkunft verschleiert werden kann.

Ein Umfrageteilnehmer gab an, dass Hongkong (China), die Türkei und die Vereinigten Arabischen Emirate am häufigsten als Gateway für den Transport von Fälschungen von Teilen und Zubehör ihres Unternehmens dienen.

Ein anderer Teilnehmer vermerkte, dass die Mehrzahl der gefälschten Autoteile zunächst in zentrale Transitstellen verbracht wird, bevor sie dann in ihr Endziel exportiert werden. Den Erfahrungen dieses Teilnehmers zufolge ist der größte Umschlagplatz für gefälschte Produkte im Nahen Osten Dubai, das als Gateway für Saudi-Arabien, Ägypten und den Libanon benutzt wird, und zugleich auch als Knotenpunkt für den Vertrieb der Produkte in europäische Zielländer dient.

Wiederum nach Erfahrungen dieses Teilnehmers ist Malta der Hauptumschlagplatz für nordafrikanische Länder (insbesondere Marokko, Algerien und Tunesien), und Kolumbien der wichtigste Transitbereich für den Vertrieb gefälschter Produkte nach Latein-, Mittel- und Südamerika. Einem anderen Teilnehmer zufolge laufen für den US-amerikanischen Markt bestimmte gefälschte Produkte über Kanada. Schließlich wurde Bulgarien von diesem Teilnehmer als möglicher Transitpunkt für den Vertrieb gefälschter Produkte in andere osteuropäische Länder identifiziert.

All das legt den Schluss nahe, dass für die Beschaffung, den Transport und den Vertrieb gefälschter Kfz-Teile und -Komponenten bereits hochentwickelte Netze vorhanden sind. Dies entspricht auch weitgehend dem Charakter derartiger Komponenten, für deren Herstellung es relativ hochentwickelter Maschinen und Verarbeitungskompetenzen bedarf. Sie können nur an einer begrenzten Zahl von Standorten produziert werden, während die Absatzmärkte den Globus umspannen, so dass es für den Transport der Güter an ihren jeweiligen Zielmarkt recht umfassender und komplexer Transport- und Vertriebsstrukturen bedarf.

Tabelle 9.3 Häufigkeit, mit der nachstehende Standorte als Transitpunkte für gefälschte/unerlaubt kopierte Produkte erwähnt wurden

Häufigkeit	Standort
Häufig erwähnt	Vereinigte Arabische Emirate/Dubai, Hongkong (China)
Relativ häufig erwähnt	Libanon, Singapur, Türkei, Osteuropa
Gelegentlich erwähnt	Ägypten, Bulgarien, Kanada, Kolumbien, Jordanien, Malta, Saudi-Arabien, Chinesisch Taipeh

Quelle: OECD *Survey of the Automotive Industry* (2005).

7. Die Weltzollorganisation untersucht derzeit Vorschläge für eine bessere Kontrolle der Produkte bei Ein- und Ausfuhr in und aus Freihandelszonen, gedacht wird dabei an Maßnahmen, die derzeit bereits bei Transitwaren in anderen Häfen Anwendung finden.

Als zusätzlicher Beleg für die Breite und Tiefe der Vertriebsstrukturen für gefälschte Kfz-Teile wurde im Rahmen einer Razzia, die amtlicherseits auf Ersuchen eines großen europäischen Herstellers in einer großen Produktionsstätte für Fälschungen in China stattfand, eine große Menge an Warenbegleitpapieren zum Transport der gefälschten Teile beschlagnahmt. Die nachstehende Tabelle gibt Aufschluss über Standort und Zahl der einzelnen Organisationen und Personen, mit denen die Fabrik in verschiedenen Teilen der Welt zusammenarbeitete⁸.

Tabelle 9.4 Anzahl der Bezieher gefälschter Autoteile

Land/Region	Anzahl
China	315
Naher Osten	115
Südostasien	97
Ostasien	23
Westeuropa	21
Mitteleuropa	5
Afrika	3

Im Hinblick auf Musterrechtsverletzungen scheint der Transport keine Probleme aufzuwerfen, da die meisten Kopien an Inlandsmärkten veräußert werden, während die für den Export (selbst in das Herkunftsland des Originalprodukts) bestimmten Fälschungen recht offen vertrieben werden. Das deutlichste und jüngste Beispiel ist die Lancierung des „Landwind“-Geländewagens auf der Frankfurter Automobilausstellung im Jahr 2005 und sein offener Verkauf in Belgien, Deutschland und den Niederlanden.

9.8 Auswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie im Automobilsektor

9.8.1 Allgemeine Auswirkungen

Innerhalb des Automobilsektors sind die Hersteller von Originalprodukten, Kunden und auch die Volkswirtschaften der betroffenen Länder mit Auswirkungen konfrontiert, die den durch andere gefälschte Produkte erzeugten Effekten ähneln. Konkret entstehen den Herstellern von Originalprodukten Marktanteilsverluste und Gewinneinbußen, der Ruf ihrer Marke verschlechtert sich und sie verliert an Wert. Sie müssen einen Verlust an Marktexklusivität hinnehmen und erhebliche Anstrengungen zur Bekämpfung von Fälschungen und Fälschern unternehmen. Ihre Mitarbeiter leiden in Form von Arbeitsplatzverlusten, wenn die Nachfrage nach Originalprodukten nachlässt.

Da Autoteile außerdem im Allgemeinen nur bei Bedarf (für Reparatur oder Wartungszwecke) und nicht nach freiem Ermessen gekauft werden, kann davon ausgegangen werden, dass für jeden Erwerb eines gefälschten Teils der Hersteller von authentischen bzw. legal hergestellten Ersatzteilen ein Produkt weniger verkauft. Die Branche hat bereits die Erfahrung gemacht, dass derartige Verluste erheblich sein können, und die Schätzung eines großen nordamerikanischen Herstellers, der zufolge die Verluste jährlich nahezu 1 Mrd. US-\$ betragen, erscheint glaubwürdig.

8. Der OECD vertraulich übermittelte Informationen.

Verbraucher, die mit gefälschten Produkten getäuscht worden sind, erleiden einen Nachteil, da sie nicht das Produkt erhalten, für das sie ihrer Meinung nach bezahlt haben, und bekommen möglicherweise Produkte von minderer Qualität als das Original, für die außerdem mit ziemlicher Gewissheit nicht dieselben Garantiebedingungen gelten. Die gefälschten und unerlaubt kopierten Produkte sind in manchen Fällen überdies für den beabsichtigten Zweck ungeeignet, was den Nutzenverlust für den Verbraucher noch erhöht.

Länder, in denen verbreitet gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte verkauft werden, erleiden u.U. Steuer- und sonstige Einnahmeverluste, was sich in einer Reduzierung staatlicher Dienstleistungen und Verschlechterung der allgemeinen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen niederschlagen kann.

Länder, in denen gefälschte Produkte hergestellt werden, verzeichnen möglicherweise vorübergehend einen starken Beschäftigungszuwachs; dort kann es gleichzeitig aber auch vorkommen, dass eine unzureichende Durchsetzung der geistigen Eigentumsrechte direkt in einem Rückgang der ausländischen Direktinvestitionen resultiert. Außerdem können manche Unternehmen beschließen, sich in diesen Ländern nicht mehr geschäftlich zu engagieren, da diese nicht in der Lage sind, die komplexen Anforderungen und Kosten zu bewältigen, die mit dem Schutz der geistigen Eigentumsrechte verbunden sind, und folglich ihre Investitionen oder Geschäfte umorientieren und in anderen Ländern tätigen.

9.8.2 Sektorspezifische Auswirkungen in der Automobilbranche

Vertrieb und Absatz von Originalteilen für den Kfz-Ersatzteilmarkt sind komplex und extrem gut organisiert. Obwohl viele Originalteile universell einsetzbar sind (was mit anderen Worten bedeutet, dass ein Spezialhersteller verschiedene Kfz-Händler mit denselben Teilen versorgen kann), sind viele andere wiederum marken- und modellspezifisch und für andere Fahrzeuge nicht geeignet.

Diese Komplexität setzt ein sehr gut organisiertes Vertriebssystem voraus, insbesondere auf der Ebene der Händler, die sich auf bestimmte Marken und/oder Modelle spezialisieren. Außerdem können Groß- und Einzelhandelsverkaufsstellen auch Originalersatzteile anbieten. Das gesamte Netz ist bis zu einem gewissen Grad von den Investitionen abhängig, die seitens der Hersteller in Design, technische Innovationen, Zuverlässigkeit, Qualitätskontrolle, Werbung und Marketing getätigt werden. Originalteile werden von den zuständigen Behörden geprüft und zertifiziert und sind generell mit einer Kundendienst- und Garantiezusage verbunden. All diese Kosten sind im Preis der Ersatzteile enthalten.

Die Hersteller gefälschter Ersatzteile, die als Original präsentiert werden (im Gegensatz zu Ersatzteilen, die unter eigenem Markennamen als geeigneter Ersatz für das Original verkauft werden), umgehen die meisten dieser organisatorischen, qualitativen und regulierungsbedingten Anforderungen und finanziellen Verpflichtungen, und ihr einziger Kostenfaktor entsteht durch die Notwendigkeit, ihr gefälschtes Produkt wie das Original aussehen zu lassen, ohne unbedingt die gleichen Leistungen zu erbringen. Befreit von den Kosten für FuE, Entwicklung, Tests, Marketing sowie Kundendienst- und Garantieleistungen können die gefälschten Bestandteile zu Preisen auf den Markt kommen, die unter denen der Originalprodukte liegen. Selbst wenn diese gefälschten Produkte mit einem Preisnachlass angeboten werden, um sie für den Kunden attraktiv zu machen, kann der geforderte Preis dennoch nahe am Preis des Originalprodukts liegen. Die niedrigen Produktionskosten für die gefälschten Artikel garantieren den Fälschern und Produktpiraten hohe Gewinne.

Werden gefälschte oder unerlaubt kopierte Teile zu Preisen zum Verkauf angeboten, die geringfügig unter denen der Originalteile liegen, reagiert die Branche nach eigenen Angaben in der Tendenz mit einer Senkung der Preise für Originalteile, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Es entsteht ein Konkurrenzkampf, der (auf Grund der oben genannten Faktoren) natürlich nicht allein anhand des Preises entschieden werden kann und im Allgemeinen im Grunde zu nichts anderem als weiteren Verzerrungen am Markt für Originalteile führt.

Besonders besorgniserregend ist für die Automobilindustrie die Tatsache, dass in Fällen, in denen Kunden gefälschte Teile in dem Glauben kaufen, es handle sich um Originale, nicht nur der Ruf des Erstausrüsters bei Funktionsuntüchtigkeit der Teile geschädigt wird, sondern die Kunden auf die Erfüllung von Garantie- und Kundendienstverpflichtungen pochen werden. In einigen Fällen können die Gewährleistungs- und Haftungsverpflichtungen auch die Hersteller der Originalteile betreffen.

Nach Angaben der Automobilbranche besteht eine mögliche Reaktion auf diese unkontrollierte Konkurrenz durch gefälschte Produkte in der Verlagerung der eigenen Produktionsstätten an Standorte mit niedrigeren Produktionskosten, die konkret in oder in der Nähe von Zentren liegen können, in denen Produktpiraterie gang und gäbe ist. Durch die Senkung ihrer eigenen Produktionskosten hoffen die Kfz-Hersteller die Vorteile, die Fälscher und Produktpiraten genießen, durch die Reduzierung von deren potenziellen Gewinnmargen zu verringern.

Diese Strategie hat aber auch zwei Nachteile. Erstens könnten die Hersteller durch die Ansiedlung von Produktionsstätten in der Nähe von Zentren für Produkt- und Markenpiraterie noch stärker von Fälschungen betroffen werden, u.U. durch Überschussproduktion unzuverlässiger Lieferanten und Auftragnehmer, die an den sogenannten „grauen Markt“ gehen. Zweitens würde diese Strategie an bereits bestehenden Produktionsstätten, vor allem in Europa, Nordamerika und Japan, zu zusätzlichen umfassenden Arbeitsplatzverlusten im Verarbeitenden Gewerbe führen, was für einige Hersteller Anlass zu Besorgnis geben könnte.

9.8.3 Spezifische sicherheitsrelevante Auswirkungen

Über die oben genannten Auswirkungen hinaus hat der Kfz-Sektor einige spezifische und sehr wichtige Folgen für die Leistungsfähigkeit und Sicherheit von Kraftfahrzeugen identifiziert, die sich aus dem Einsatz gefälschter Teile ergeben.

Luft-/Ölfilter, Bremsbeläge und Kupplungsscheiben zählen zu den Teilen, die die Leistungsfähigkeit von Kraftfahrzeugen, für die sie abgestimmt sind, beeinflussen können. Qualitativ minderwertige Zündkerzen haben beispielsweise eine geringere Lebensdauer, können die Motorleistung ernsthaft beeinträchtigen und zugleich vielleicht auch den Benzinkonsum und die Emission von Luftschadstoffen erhöhen.

Natürlich geben diese unerwünschten, durch den Einsatz gefälschter Autoteile bedingten Nebeneffekte den Originalherstellern Anlass zu Besorgnis, sie sind aber weniger folgenschwer als die Verwendung gefälschter Bremsbeläge, Hydraulikschläuche, Motor- und Fahrwerkteile, Aufhängungs- und Lenkungsbestandteile sowie Airbagmechanismen, die die Sicherheit der Fahrzeuge ernsthaft gefährden könnten. Die Industrie befürchtet, dass die geringere Leistungsfähigkeit bzw. völlige Funktionsuntüchtigkeit dieser Teile Unfälle verursachen oder dazu führen könnten, dass Fahrzeuginsassen und Passanten nicht mehr hinreichend geschützt sind, was wiederum Verletzungen und Todesfälle nach sich ziehen kann.

Die Hersteller von Originalteilen sind ernsthaft besorgt darüber, dass gefälschte Teile unbemerkt zum Einsatz kommen und in Fällen, in denen Fahrzeuge mit diesen gefälschten Teilen in schwere Unfälle verwickelt sind, der Originalhersteller für derartige Unfälle verantwortlich gemacht werden könnte, mit möglichen Rechts- und Haftpflichtfolgen und einem Imageschaden für das betreffende Unternehmen wegen mangelnder Qualität und Sicherheit.

Ein besonders anschauliches Beispiel für die Sicherheitsauswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie lieferte die Arbeitsgruppe der Automobilindustrie zum Schutz geistiger Eigentumsrechte⁹ im Hinblick auf gefälschte Motorhauben für eine beliebte Kfz-Baureihe eines europäischen Herstellers. Während die Originalmotorhaube aus Aluminium bestand, war die gefälschte aus Stahl, und daher sehr viel schwerer und steifer sowie für Fußgänger folglich gefährlicher als das Originalprodukt. Außerdem fehlte dem gefälschten Produkt die dem Modell eigene „Knautschzone“, die den Fahrzeuginsassen bei einer ernsthaften Kollision Schutz bieten würde, indem sie einen Großteil der beim Zusammenprall freigesetzten Energie absorbieren würde.

In anderen von der Arbeitsgruppe zum Schutz geistiger Eigentumsrechte gelieferten Unterlagen wurde über Tests eines Automobilherstellers berichtet, bei denen Vorfälle nachgewiesen und dokumentiert wurden, wo Bremsbeläge brachen und sich vom Zwischenblech lösten sowie in einigen Fällen bei starker Belastung Feuer fingen. Ferner kam es bedingt durch die Verwendung qualitativ minderwertiger Materialien in den gefälschten Ersatzteilen zu undichten Ölfilterdichtungen und geschmolzenen Zündkerzenelektroden. All diese Funktionsstörungen könnten Unfälle mit Verletzungs- bis Todesfolge verursachen.

9.9 Gegenmaßnahmen

Die Hauptreaktion des Automobilsektors bestand darin, sowohl innerhalb des eigenen Organisationsbereichs (einschließlich der Vertragshändler) als auch in der breiten Öffentlichkeit ein Bewusstsein für die durch Produkt- und Markenpiraterie verursachten Probleme zu schaffen und sofern möglich Zollbeamte zu schulen, damit sie gefälschte Teile erkennen.

Auch der Einsatz (offener und verdeckter) Abnahmetechniken (*product verification*) wurde von der Industrie als nützliches Instrument zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie in legalen Vertriebsketten erkannt, doch stellen die Kosten ein Problem dar, da es schwierig ist, alle „gesetzestreu“ Kunden darüber aufzuklären, wie sie bestimmte Markendetails erkennen und prüfen können, um mögliche Fälschungen zu identifizieren.

Für die Aufdeckung von Rechtsverletzungen, die dann den zuständigen Behörden gemeldet werden, um weitere Fälle zu verhindern, werden weitgehend externe Ermittler eingesetzt. Die Zusammenarbeit mit dem Zoll und anderen Rechtsdurchsetzungsbehörden wie auch das aktive Einleiten rechtlicher Schritte gegen Fälscher und Produktpiraten von privater Seite sind in den Augen des Automobilsektors Kernstrategien.

Darüber hinaus vertritt die Kfz-Branche die Auffassung, dass die breite Publizierung erfolgreicher Razzien und Gerichtsverfahren das Bewusstsein in der Öffentlichkeit schärft und die Zahl der Vorfälle von Produkt- und Markenpiraterie wie auch die Nachfrage nach diesen Produkten reduzieren kann. Informationskampagnen gelten daher vor allem auf Grund der gravierenden potenziellen Sicherheitsrisiken, die mit der Verwendung bestimmter Ersatzteile verbunden sind, als wichtiges Instrument.

9. Aus Unterlagen, die der OECD vertraulich von der Arbeitsgruppe zum Schutz geistiger Eigentumsrechte zur Verfügung gestellt wurden.

Rechtsaktionen dieser Art können aber zeitraubend und kostspielig sein; ein Teilnehmer aus Nordamerika berichtete beispielsweise, dass ein Rechtsstreit, in dem es um Produkte im Wert von etwa 200 000 US-\$ ging, erst nach drei langwierigen Gerichtsverfahren zufriedenstellend abgeschlossen wurde.

Nach Auffassung der Umfrageteilnehmer sind die individuellen Erfolgsraten bei der Bekämpfung von (Marken-)Rechtsverletzungen im Allgemeinen hoch. Es werden zugleich aber auch vorsichtigere Stimmen laut, da in einigen Hoheitsgebieten (Türkei und Italien wurden u.a. ausdrücklich genannt) Probleme in der Form auftraten, dass die gesetzlichen Maßnahmen zur Durchsetzung von Markenschutzrechten begrenzt oder unangemessen waren, wobei sich die in solchen Hoheitsgebieten in die Wege geleiteten Verfahren als langwierig und kostspielig herausstellen können.

Es wurden auch Beschwerden darüber laut, dass Widersprüchlichkeiten und Inkohärenzen in den Gerichtsurteilen zu Markenrechtsverletzungen die Bemühungen um die korrekte Behandlung derartiger Verletzungen behindern. So geht aus vertraulichem Material eines japanischen Automobilherstellers hervor, dass er sich in China einer Reihe von Produkt- und Markenpiraterievorfällen gegenüber sah, gegen die er rechtliche Schritte eingeleitet hat, um den Rechtsverletzungen ein Ende zu setzen. Das betroffene Unternehmen meldete, dass die Gerichtsurteile zum Logo-Missbrauch inkohärent waren, wobei einigen Klagen stattgegeben wurde, während andere, die für das Unternehmen von gleicher Bedeutung waren, verworfen wurden.

Hinzu kommt, dass die in vielen Ländern existierenden verhältnismäßig geringen Strafen für Markenrechtsverletzungen (diese können in China weniger als 1 000 US-\$ betragen) nicht hinreichend abschreckend wirken und es folglich zu vielen Wiederholungstaten kommt. In China beispielsweise gab der bereits erwähnte Hersteller an, dass die Wiederholungsrate etwa 90% beträgt, was die häufig von der Branche vertretene Auffassung zu stützen scheint, wonach die Strafen nicht ausreichen, um den Fälschern und Produktpiraten das finanzielle Interesse an der Piraterie zu nehmen. Andere Originalhersteller berichteten über ähnliche Erfahrungen, und diese Auffassung wurde auch häufig in anderen Sektoren vertreten, die im Rahmen der Studie untersucht wurden.

Ein Teilnehmer an der OECD-Erhebung hielt fest, dass ab dem Zeitpunkt, an dem die Zollbehörden im Libanon härter gegen die Fälschung von Autoteilen vorgehen, die Verkäufe von Originalersatzteilen um 10% zugenommen haben, bis erneut ein Rückgang einsetzte, als die Zollbeamten ihre Aufmerksamkeit wieder auf andere Produkte richteten. Eine ähnliche Erfahrung machte ein nordamerikanischer Teilnehmer, der angab, dass strenge Maßnahmen gegen den Verkauf gefälschter Autoteile in der Türkei zu einem deutlichen Anstieg des Absatzes von Originalteilen führten, der sich in einigen Fällen sogar verdoppelt, wenn nicht sogar verdreifacht hat.

Auch wenn es keine spezifischen empirischen Belege für Verbindungen zwischen diesen Ereignissen gibt, besteht intuitiv ein enger Kausalzusammenhang zwischen ihnen.

Ein Effekt, der auch im Automobilsektor beobachtet wurde, ist, dass Fälscher und Produktpiraten ihre Aktionen nun sehr viel aggressiver verteidigen, insbesondere in Hoheitsgebieten, wo die Gesetze zum Schutz geistiger Eigentumsrechte schwach ausgeprägt oder unwirksam sind oder nur locker durchgesetzt werden. All das erhöht die Kosten für den Schutz geistiger Eigentumsrechte für betroffene Unternehmen erheblich und verringert gleichzeitig den ihnen zur Verfügung stehenden Schutz.

So stellte die Branche beispielsweise fest, dass Maßnahmen zum Schutz vor Patentverletzungen ganz besonders kostenaufwendig sind und in den Vereinigten Staaten ein

durchschnittlicher Patentrechtsstreit mit Kosten von etwa 1 Mio. US-\$ verbunden ist. Dennoch sind diese kostspieligen Maßnahmen u.U. der einzig verfügbare Weg, um gegen Fälscher und Produktpiraten vorzugehen, wenn diese Patentrechte verletzen, zugleich aber die Verwendung von Markenzeichen vermeiden, was den Besitzern der geistigen Eigentumsrechte die Möglichkeit einräumen würde, weniger teure Rechtsdurchsetzungsverfahren zu führen.

Im Bereich der Musterrechtsverletzungen scheinen diese Fälle trotz mehrerer medienwirksamer Verfahren von Automobilherstellern gegen derartige Verletzungen nur geringe Auswirkung auf Produktion und Verkauf dieser kopierten Produkte gehabt zu haben. Anders als bei Marken und Patenten lassen sich Musterrechtsverletzungen sehr viel schwieriger identifizieren. Bisher betreffen Verfahren gegen Musterrechtsverletzungen hauptsächlich Großunternehmen (größtenteils aus China), die ihre Fahrzeuge sowohl am Binnen- als auch an den Exportmärkten offen verkaufen.

Dies könnte ein Bereich sein, in dem es zusätzlicher staatlicher und privater Maßnahmen bedarf, um klar festzustellen, wo Musterrechtsverletzungen stattgefunden haben, und Möglichkeiten der Abhilfe zu schaffen. Ansonsten besteht die Gefahr, dass der Schutz von Musterrechten unwirksam wird, da jeder potenzielle Verstoß, der ungeahndet bleibt, einen Präzedenzfall darstellt, der andere noch stärker zu Rechtsverletzungen ermutigt, wodurch die Rechtsdurchsetzung weiter erschwert wird.

9.10 Die Rolle der Organisierten Kriminalität

Teilnehmer an der OECD-Erhebung gaben an, dass Produktion, Vertrieb und Absatz gefälschter Autoteile potenziell ein sehr lukratives Geschäft darstellen, und einige gingen sogar so weit zu sagen, dass es, was die Profite betrifft, mit dem Drogenhandel konkurrieren könnte. Ferner werden Markenrechtsverletzungen von der Öffentlichkeit, der Polizei und der Justiz im Allgemeinen als sehr viel weniger schwerwiegend eingestuft als der Drogenhandel, und infolgedessen werden zur Bekämpfung der Produktpiraterie auch weniger Zollbeamte, Rechtsdurchsetzungs- und Strafverfolgungsressourcen eingesetzt. Hinzu kommt, dass selbst in Fällen, in denen Verfolgung und Rechtsverfahren gegen Produkt- und Markenpiraterie erfolgreich sind, die Strafen erheblich niedriger ausfallen als bei anderen illegalen Aktivitäten.

All diese Merkmale machen die Produkt- und Markenpiraterie für die Organisierte Kriminalität attraktiv, und viele Umfrageteilnehmer stellten fest, dass die kriminellen Aktivitäten in diesem Sektor zugenommen haben. Praktisch alle stimmten der Aussage zu, dass sich die Zahl der Vorfälle von Einschüchterung, Bedrohungen und physischer Gewalt gegenüber den Ermittlern erhöht hat.

Ein großer europäischer Kfz-Hersteller gab auf Grund seiner eigenen Markterfahrung zu Protokoll, dass in Fällen, in denen organisierte kriminelle Gruppen an der Herstellung und am Vertrieb gefälschter Autoteile beteiligt waren, diese etwa 30% des Markts für Verschleißteile ausmachen können.

Die Hersteller äußerten sich auch besorgt darüber, dass die Beteiligung der Organisierten Kriminalität bei der Herstellung und in den Vertriebsketten auch zu Bestechung und Korruption von öffentlichen Amtsträgern sowie Schlüsselpersonen in den Vertriebsnetzen führen könnte. Der MEMA zufolge könnte die Einschleusung gefälschter Kfz-Teile in Taxi-, Bus- und Limousinenflotten diesem Phänomen zugeschrieben werden.

Tabelle 9.5 Propensität zur Produktion und zum Konsum gefälschter Kfz-Produkte

FÜR DIE HERSTELLER	AUSWIRKUNGEN AUF DIE PRODUKTIONSPROPENSITÄT
Marktmerkmale	
Ertrag je Produktionseinheit	Es sind Argumente für und wider Fälschungen gegeben. Einerseits müssen Fälscher und Produktpiraten, selbst wenn sie die FuE, Werbe- und Garantiekosten sparen, die Teile herstellen, auszeichnen und verpacken, damit sie aussehen wie das Original. Andererseits können sie in dem Maße, wie sich die Verbraucher verhältnismäßig einfach täuschen lassen, die Preise für Fälschungen näher am Originalpreis ansetzen, als dies ansonsten der Fall wäre. Insgesamt besteht der Eindruck, dass die verfügbaren Gewinne diese Aktivität für bestimmte Personen und Unternehmen recht erstrebenswert machen.
Marktumfang	Dieser ist potenziell sehr groß, da er den überwiegenden Teil des Kfz-Nachrüstmarkts umspannen kann. Dieser Markt existiert für ein breites Spektrum an Kraftfahrzeugen in praktisch allen Ländern der Welt. Der sehr unterschiedliche Spezialisierungsgrad des Markts lässt den Fälschern und Produktpiraten außerdem reichlich Spielraum für Produktdifferenzierungen, und die zunehmende Globalisierung der Marken erhöht den Umfang der potenziellen Märkte erheblich.
Markenmacht des Originalprodukts	Die großen Kfz-Marken werden von jeher weltweit in unterschiedlichen Erscheinungsformen verkauft. Markennamen und Handelsmarken sind gut bekannt und Gegenstand umfassender internationaler Werbe- und Informationskampagnen. Das hilft den Fälschern und Produktpiraten insofern, als sie aus einer Vielzahl von Marken wählen und ihre gefälschten Komponenten an unterschiedlichen Zielmärkten anbieten können, um die dort jeweils bestehenden vorteilhaften Bedingungen auszuschöpfen.
Herstellung, Vertrieb und technische Aspekte	
Produktionsinvestitionen	Autoteile müssen so hergestellt werden, dass sie den Originalteilen zumindest stark ähneln (und in einigen Fällen auch bis zu einem gewissen Grad wie diese funktionieren). Das setzt technische Fertigkeiten sowie Herstellungskompetenzen und -kapazitäten voraus. Im Allgemeinen sind Design und Herstellung von Autoteilen verhältnismäßig komplexe Verfahren, die erhebliche Investitionen fordern, so dass dieser Sektor für kleine Produktionsmengen ungeeignet ist. Indessen scheinen die Produktionsmengen groß zu sein, was die Kosten je produzierter Einheit generell reduziert. Außerdem reduzieren geheime (und wahrscheinlich illegale) Überproduktionen von Anbietern legal hergestellter Originalkomponenten die Produktionskosten u.U. zusätzlich.
Technik	Für die Herstellung der Teile, insbesondere jener, mit denen der Verbraucher getäuscht werden soll, bedarf es eines gewissen technischen Know-hows. Auch diese Technik dürfte wiederum kleinen oder gelegentlichen Fälschern bzw. Produktpiraten nicht zugänglich und infolgedessen größeren Fälschungsaktivitäten vorbehalten sein.
Logistik	Diese kann komplex sein. Kfz-Komponenten sind in der Regel sperrig und werden in großen zentralisierten Einrichtungen hergestellt. Das bedeutet mit anderen Worten, dass sie an die Märkte befördert und (vor allem die Teile, bei denen eine Täuschungsabsicht besteht) dort irgendwie in die legalen Vertriebsketten eingeschleust werden müssen. In vielen Fällen müssen die Teile nicht nur lange Transportstrecken zurücklegen, sondern auch nationale Grenzen überschreiten, wo sie Gegenstand von Zollinspektionen sein können und möglicherweise entdeckt werden. Positiv für die Fälscher und Produktpiraten ist, dass Kfz-Teile von Natur aus unverfänglich und auch bis zu ihrer Etikettierung und Verpackung wahrscheinlich rechtlich einwandfrei sind.
Marketing und Produktabsatz	Wie viele andere gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte werden Kfz-Komponenten (potenziell) auf Straßenmärkten verkauft. Da es sich aber zumeist um ganz spezifische Teile handelt, wird der Großteil an Kfz-Werkstätten bzw. Einzelhändler von Nachrüstkomponenten verkauft. Die Einschleusung in die legale Vertriebskette bzw. den grauen Markt kann schwierig sein.
Verschleierung	Die Produktion der meisten Kfz-Komponenten setzt erhebliche Herstellungskapazitäten in Form von Maschinen und Ausrüstungen sowie qualifizierten Arbeitskräften voraus. Derartige Ausrüstungen sind verhältnismäßig immobil und im Allgemeinen in Einrichtungen integriert, die für die Herstellung anderer (häufig rechtmäßiger) Produkte verwendet werden. Eine Verschleierung dieser Operationen ist im Allgemeinen schwierig. Da die Komponenten aber in vielen Fällen andernorts ausgezeichnet und verpackt werden (in dem Moment, wo sie dann auch wirklich zur Fälschung werden), ist eine solche Verschleierung gar nicht notwendig.

Täuschung	Neben der Täuschung durch eine echt anmutende Verpackung und Kennzeichnung ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass Verbraucher über die Echtheit von Autoteilen getäuscht werden, da die Endkunden (Autofahrer) nicht über das technische Wissen verfügen, um Fälschungen zu entdecken, vor allem wenn sie korrekt zu funktionieren scheinen, was möglich ist, auch wenn sie gegenüber dem Original qualitativ minderwertig sind.
-----------	---

Institutionelle Merkmale

Entdeckungsgefahr	Autoteile sind im Allgemeinen unverfänglich und ziehen aus diesem Grund an sich keine Aufmerksamkeit auf sich (und müssen entsprechend auch nur selten versteckt oder geschmuggelt werden). Sie müssen aber über große Entfernungen transportiert werden, was natürlich die Gefahr, dass sie entdeckt werden, erhöht, insbesondere bei Zollkontrollen kurz vor ihrem Endziel.
Rolle des Internets	Neben einer Verbesserung der Kommunikation und möglicherweise Unterstützung der Fälscher und Produktpiraten bei der Kundengewinnung, dürfte das Internet kaum eine erleichternde oder erschwerende Rolle spielen.
Rechtsdurchsetzung	Die meisten gefälschten Autoteile bleiben unentdeckt, bis sie auf den Markt kommen, und gemäß der bisherigen Erfahrung der Autoindustrie werden Hersteller nur verhältnismäßig selten straf- (oder zivil-)rechtlich verfolgt. Das scheint vor allem in Herstellungsländern der Fall zu sein, in denen die Gesetzgebung unwirksam ist, die Bevölkerung vor Ort Sympathie zeigt und der Mangel an offiziellen Ressourcen die Wirksamkeit einer Strafverfolgung weiter reduzieren.
Strafen	Eigenen Angaben der Kfz-Branche zufolge sind die verfügbaren (und verhängten) Strafen selbst bei erfolgreicher Strafverfolgung in der Regel unangemessen, um wirklich abschreckend zu wirken.

FÜR DIE VERBRAUCHER AUSWIRKUNGEN AUF DIE KONSUMPROPENSITÄT BEI OFFENEN FÄLSCHUNGEN

Produktmerkmale

Preis	Bei betrügerischen Fälschungen würde ein preislich günstigeres Produkt als das Originalprodukt den Käufer Glauben machen, ein Schnäppchen gemacht zu haben. Bei offenen Fälschungen müsste der Preis deutlich unter dem des Originalprodukts angesetzt werden, um den Verbraucher davon zu überzeugen, dass das gefälschte Produkt, trotz möglicher Sicherheitsrisiken, ein akzeptabler Ersatz ist.
Produktqualität und -merkmale	Die äußere Erscheinung der meisten gefälschten und unerlaubt kopierten Produkte entspricht fast dem der Originale, und einige ähneln diesen so stark, dass selbst die Originalhersteller die Produkte testen müssen, um sicherzugehen, dass es sich um Fälschungen handelt. Unter den Verbrauchern, die im Allgemeinen nicht über die technischen Kompetenzen verfügen, um derartige Prüfungen vorzunehmen, sind nur wenige in der Lage, sich bei gleichem Aussehen ein Urteil über die Qualität zu bilden.
Statusverschleierung	Der Status, etwas zu besitzen, das wie ein Originalmarkenprodukt aussieht, dürfte nur in einigen Fällen ein Einflussfaktor für den Erwerb derartiger Komponenten sein.

Verbrauchermerkmale

Gesundheitsrisiken	Als unerheblich empfundene Risiken
Sicherheitsrisiken	Bei Fälschungen mit Täuschungsabsicht sind die empfundenen Risiken gering, selbst wenn das tatsächliche Risiko hoch ist. Bei offenen Fälschungen sind die Verbraucher u.U. dazu bereit, ein Risiko einzugehen, wenn sie wissen, dass sie Geld sparen.
Persönliche Wertvorstellungen	Wahrscheinlich kein ausschlaggebender Faktor, selbst wenn Verbraucher Fälschungen und unerlaubt kopierte Produkte als Alternative zu notwendigen, aber teuren Komponenten betrachten.

Institutionelle Merkmale

Entdeckungsgefahr	Die Wahrscheinlichkeit, von den Behörden entdeckt zu werden, ist gering, da die Komponenten häufig an Kfz-Werkstätten und Einzelhändler verkauft werden. Vielfach werden sie ohne Wissen des Eigentümers eingebaut.
Verfolgungsgefahr	Die Wahrscheinlichkeit der strafrechtlichen Verfolgung ist gering, und Verbraucher, die beim Kauf des gefälschten Produkts getäuscht wurden, werden generell eher als Opfer, nicht als Täter betrachtet.
Strafen	Selbst wenn ein Endverbraucher entdeckt und strafrechtlich verfolgt wird, dürften die Strafen für ihn niedrig sein.
Verfügbarkeit und Leichtigkeit des Erwerbs	Unter Ausklammerung der an Straßenmärkten verkauften Komponenten bedeutet der spezifische Charakter vieler Teile, dass sie nur von Kfz-Werkstätten und im Facheinzelhandel vertrieben werden, was ihre Verfügbarkeit in Grenzen halten könnte, wenn ein Verbraucher gezielt danach sucht.

Literaturverzeichnis

MEMA (Motor & Equipment Manufacturers Association) (2005), „Stop Counterfeiting of Automotive and Truck Parts“.

Kapitel 10

ELEKTROINDUSTRIE

10.1 Überblick

Zum Zweck dieses Berichts umfasst die Definition der Elektroindustrie Bauteile, die bei **Erzeugung, Übertragung, Verteilung** oder **Verbrauch** von Strom verwendet werden. Diese Teile fallen unter fünf Unterbereiche:

- Stromverteilung und Transformatoren,
- Schaltanlagen,
- Motoren und Generatoren,
- industrielle Steuerungen,
- Dampf-, Gas- und Wasserturbinen sowie Turbinengeneratoren¹.

Einige Beispiele für diese Bauteile sind Relais, Kontakte, Zeitschaltuhren, Schutzschalter, Sicherungen und Verkabelungszubehör. Ausgeklammert bleiben elektrische und elektronische Geräte wie Rasierapparate, Radios sowie Teile, die ausschließlich produziert werden, um in Konsumgüter wie Plasmabildschirme, TV- und Radioantennen oder CD- und DVD-Laufwerke eingebaut zu werden. Dieser Bericht befasst sich auch kurz mit Batterien.

Die Elektroindustrie unterscheidet sich in gewisser Hinsicht von den anderen in dieser Studie erfassten Sektoren, da es sich bei den Artikeln generell nicht um Konsumgüter handelt, sondern um Artikel, die an Hersteller- und Montagefirmen verkauft werden. Die Artikel werden dann wieder in Produkte für den Endverkauf integriert. Diese Produkte reichen von Generatoren für Kraftwerke bis hin zu Sicherungen und Schaltungen für Häuser, Geräte usw.

Gefälschte Elektroteile sollen den Käufern in der Regel vorspiegeln, dass sie ein Originalprodukt erwerben. Indessen erwähnten die Umfrageteilnehmer Fälle, in denen Unternehmen wie auch Verbraucher wissentlich gefälschte Waren gekauft haben, und es gibt Hinweise darauf, dass auf einigen Märkten gefälschte Waren leicht zu erkennen sind. Angesichts der potenziellen Sicherheitsrisiken, die mit dem Versagen nicht normgerechter Elektroteile zusammenhängen, scheint dies ein ziemlich irrationales Verhalten der Nutzer zu sein und sollte Anlass zu Besorgnis über den offenkundigen Erfolg der Plagiatoren geben, Käufer davon zu überzeugen, dass gefälschte Erzeugnisse akzeptable Substitute für die Originalprodukte sind.

1. *Quelle:* Wirtschaftszweigsystematik.

10.2 Arten von Rechtsverletzungen

Markenrechtsverletzungen sind die meist verbreitete Art von Verletzungen geistiger Eigentumsrechte, mit denen sich die Hersteller von Elektroteilen konfrontiert sehen. In den meisten Fällen stellt der Fälscher selbst Imitate minderer Qualität her und zeichnet sie als qualitativ hochwertige Markenware aus. Diese Produkte entsprechen häufig nicht den Zertifizierungsstandards, und es ist eine verbreitete Technik, billige „No-Name“-Produkte zu kaufen, um sie dann umzuetikettieren und als qualitativ hochwertige (und daher hochpreisige) Originalprodukte auszugeben.

Patentverletzungen kommen vor, aber offenbar nicht so häufig wie Markenrechtsverletzungen. Es kann nicht mit Sicherheit gesagt werden, ob dies auf eine geringere Zahl von Rechtsverletzungen oder auf die Tatsache zurückzuführen ist, dass Patentverletzungen schwieriger aufzudecken sind. Zudem ist die Verfolgung von Patentverletzungen kostspielig, insbesondere in Ländern, in denen die Rechte des geistigen Eigentums noch nicht ausreichend geschützt sind, und dies hält einige Hersteller möglicherweise nicht nur davon ab, ihre Technologien patentieren zu lassen, sondern u.U. auch davon, weniger schwere Verstöße zu verfolgen.

Einige Teilnehmer der OECD-Umfrage gaben an, dass eine große Anzahl der gefälschten Produkte nicht mit Markenlogos versehen wird, um direkte Verletzungen geistiger Eigentumsrechte zu vermeiden. Indessen ahmen die Fälscher die Technologie und das Aussehen der Produkte nach, die nahezu zum vollen Preis verkauft werden und somit den Schluss nahelegen, es seien Originalprodukte. Selbst wenn diese Praxis für Unternehmen ein Anlass zu Besorgnis ist, stellt sie streng genommen keine Markenrechtsverletzung dar, obwohl die Produkte u.U. Patente oder Muster verletzen, wenn diese eingetragen sind.

10.3 Am stärksten betroffene Produkte

Die Elektroindustrie weist darauf hin, dass sich Fälscher auf kostengünstige, nicht komplexe Artikel wie Schutzschalter, Sicherungen, Schaltanlagen, Verteiler und Verkabelungszubehör konzentriert haben, die leicht in großen Mengen mit relativ wenig Input (keine hochentwickelten Maschinen, keine spezialisierten Arbeitskräfte usw.) produziert werden können. Dies ermöglicht es ihnen, eine hohe Kapitalrendite zu erzielen, da in den Handelsspannen von Markenprodukten erhebliche Kosten im Zusammenhang mit Marketing, Zertifizierung sowie Forschung und Entwicklung enthalten sind.

Zudem deuten Antworten der Unternehmen und Daten der Zollverwaltungen darauf hin, dass sich Fälscher, selbst wenn die Nachahmung von großen Ausrüstungsgegenständen nicht gänzlich unbekannt ist, in der Regel auf relativ kleine Artikel konzentrieren, die einfach in großen Mengen per Lkw oder in Containern transportiert werden können.

Ein anderer Typ der Produkt- und Markenpiraterie impliziert die Herstellung von Elektroprodukten, die ähnlich aussehen wie verschiedene bekannte Markenprodukte und die mit unterschiedlichen Unternehmenslogos gekennzeichnet werden können, ohne den Artikel zu verändern. Dies erhöht die Komplexität der Lieferkette für die einzelnen Marken und erschwert es den Ermittlern, die gefälschten Artikel zurückzuverfolgen. Mit diesem Trick wird zudem das Beschlagnahmerisiko in denjenigen Ländern verringert, in denen Beschlagnahmeverfügungen für jede Marke getrennt erlassen werden müssen. Da in diesen Ländern tätige Ermittler oft nur mit entsprechenden Unterlagen für eine Marke ausgestattet sind, bleiben die anderen häufig unberücksichtigt.

Kasten 10.1 Batterien: einer der meistgekauften Artikel weltweit

Trockenbatterien (Nassbatterien, die in Autos, Schiffen und Flugzeugen zum Einsatz kommen, sind nicht berücksichtigt) dienen weithin als Energiequelle für Mobiltelefone, Laptops sowie andere elektronische und mechanische Geräte, einschließlich einiger Apparate, die für medizinische Zwecke genutzt werden.

Offenbar bestehen erhebliche Probleme mit potenziell gefährlichen, qualitativ minderwertigen Fälschungen, insbesondere bei den gängigen Alkali-Batterien der Größen AAA und D. Der *National Electrical Manufacturers Association* (2004) berichtet, dass von der Batterieindustrie im Einzelhandel durchgeführte Stichproben durch Fälschungen bedingte jährliche Umsatzeinbußen (Inlandswerte) von schätzungsweise 12 Mio. US-\$ in den Vereinigten Staaten, 4 Mio. US-\$ in Südamerika und 7 Mio. US-\$ in Europa erkennen lassen.

Die Daten der US-Zollverwaltung zeigen für das Finanzjahr 2004 Beschlagnahmen von gefälschten Batterien mit einem Inlandswert von 2,3 Mio. US-\$, was für diesen Zeitraum 2% der Beschlagnahmen insgesamt darstellt (US Customs and Border Protection und US Immigration and Customs Enforcement, 2006). Ein Teilnehmer am OECD-Fragebogen erwähnte, dass 2004 34 Millionen Batterien mit seinem Markennamen beschlagnahmt wurden, wovon über 3 Millionen aus den Vereinigten Staaten, über 15,5 Millionen aus China und die restlichen aus der übrigen Welt kamen.

Die Statistiken für 2005 weisen auf einen Aufwärtstrend bei den Beschlagnahmen in den Vereinigten Staaten hin, da im ersten Halbjahr 2005 über 7,3 Millionen Batterien dieser bestimmten Marke beschlagnahmt wurden, während die Zahlen für die übrige Welt zurückgegangen sind.

Das größte Sicherheitsrisiko, das mit Batterien minderer Qualität zusammenhängt, betrifft den Druckausgleich. Qualitätsbatterien jeglichen Typs enthalten ein Ventil, das dazu dient, im Falle einer Störung oder falschen Anwendung den internen Druck in der Batterie abzulassen. Gefälschte Batterien haben häufig kein solches Ventil. Wenn innerhalb einer Batterie ohne Ventil Druck entsteht und nicht entweichen kann, kommt es zu einer Explosion. Zudem sind schlecht gefertigte, gefälschte Batterien anfällig für das Auslaufen von Elektrolyten, was zu jedem Zeitpunkt während der Lebensdauer der Batterie eintreten kann.

Batterieelektrolyten sind potenziell für das Körpergewebe schädlich und beeinträchtigen viele gängige Materialien und Stromkreise, die in elektronischen Geräten eingesetzt werden. Namhafte Batteriehersteller achten insbesondere darauf, Produkte zu konzipieren, bei denen das Auslaufen im Wesentlichen verhindert wird. Darüber hinaus wurde festgestellt, dass gefälschte Batterien Umweltschutzbestimmungen verletzen, da einige Quecksilber enthalten, das offenbar absichtlich unter Verletzung von US- und EU-Gesetzen und -Verordnungen hinzugefügt wurde.

Schließlich sind gefälschte Batterien gelegentlich etwas größer oder kleiner als die Originalprodukte, so dass sie nicht richtig in die Geräte passen. Dies wurde insbesondere im Hinblick auf Batterien für Mobiltelefone und Laptops erwähnt.

Markenrechtsverletzungen sind die häufigste Art der Rechtsverstöße in der Batterieindustrie, insbesondere was Batterien als Konsumgüter betrifft.

Quelle: NEMA (National Electrical Manufacturers Association) (2004), "Dry Battery Counterfeit White Paper", www.nema.org/gov/anti-counterfeiting.

Ebenso wie auch andere Branchen gibt die Elektroindustrie an, dass viele Produkte, die ohne Genehmigung Markenzeichen tragen, im Sortiment des jeweiligen Markeninhabers nicht existieren. Ein Umfrageteilnehmer berichtete über mehrere Vorfälle, bei denen gekennzeichnete Waren ohne Zusammenhang mit seinem Unternehmen abgefangen wurden. In anderen Fällen wurden Bauteile, deren Muster Eigentum einer Firma war, kopiert und mit der Marke eines anderen Unternehmens gekennzeichnet.

Neben den Produkten selbst zeigte sich die Elektroindustrie auch über den Besitz und die unbefugte Benutzung von Druckformen, gedruckten Etiketten und Verpackungen (einschließlich Hologramme und Zertifizierungszeichen) besorgt, die Firmen, die gefälschte Waren herstellen, zum Kauf angeboten werden. Obwohl der Geldwert solcher Etiketten oder Druckformen relativ gering ist, liegt ihr wirklicher Wert darin, dass ein

(bislang legales) „Imitat“ zu einer Fälschung wird, wenn ein Markenlogo ohne Genehmigung der betroffenen Partei hinzugefügt wird.

In einigen Hoheitsgebieten (z.B. Nordamerika) stellt der bloße Besitz von Etiketten und Werkzeugen, die nachgemachte und unbefugt verwendete Markenzeichen aufweisen, keinen Gesetzesverstoß dar. Die illegale Weitergabe oder der Handel mit Etiketten, Verpackungen, Behältern und dergleichen, die nachgemachte oder unbefugt verwendete Markenzeichen aufweisen, ist indessen eine Rechtsverletzung. Darüber hinaus kann der Besitz solcher Etiketten und Werkzeuge als Beweis für den Handel oder die Beteiligung am Handel mit Fälschungen gewertet werden. In den meisten Hoheitsgebieten können Etiketten und Werkzeuge beschlagnahmt werden, wenn der illegale Handel aufgedeckt wird.

10.4 Vorgehensweisen

Berichte über sektorspezifische Ermittlungen deuten den Teilnehmern der OECD-Studie zufolge darauf hin, dass ein Großteil der Fälschungen von Elektroteilen von im Handelsregister eingetragenen Unternehmen hergestellt wird. Diese Firmen operieren wie normale Unternehmen mit relativ modernen Infrastrukturen und Ausrüstungen, die neben der Herstellung von gefälschten Artikeln häufig auch Waren unter ihrem eigenen Markennamen produzieren, ihre eigenen Internetseiten betreiben, „ihre“ Produkte auf Handelsmessen und Kongressen (z.B. auf der Kanton-Messe in China) anbieten und sogar über eine Marketing-Abteilung verfügen. Es wurde berichtet, dass einige dieser Unternehmen offizielle Hersteller von Originalprodukten sind und ihre Überkapazität nutzen, um gefälschte Produkte zu fertigen, die mitunter von geringerer Qualität sind, in ihrem äußeren Erscheinungsbild aber dennoch den Originalprodukten gleichen. Für einen Außenstehenden scheinen sie das rechtmäßige Vertragsunternehmen der Marken zu sein, die sie nachahmen.

Darüber hinaus werden Fälschungen auch in „Untergrund“-Fabriken hergestellt, wo die Produktion und Lagerung der gefälschten Waren in simplen Einrichtungen erfolgen, die relativ leicht verlegt werden können, um eine Entdeckung zu vermeiden. Nach Ansicht der Elektroindustrie war in den jüngsten Jahren ein stetiger Trend von großen Fabriken hin zu kleineren, nicht lizenzierten Einheiten festzustellen, so dass die Aufträge in kleinere Lieferungen aufgeteilt werden können, um das Risiko der Beschlagnahme eines ganzen Auftrags zu verringern.

Was den Vertrieb betrifft, nannten die Umfrageteilnehmer neben dem direkten Transport über normale Transportrouten (wobei die Eigentümer von einem geringen Kontrollrisiko auf Grund der allgemein unverfänglichen Natur der Produkte ausgehen) auch die legale Ausfuhr von Bauteilen in Ziel- oder Transitländer, wo sie dann in das Endprodukt eingebaut, etikettiert und für den Verkauf weiter vertrieben werden. Speziell China wurde als größter Exporteur von Bauteilen, namentlich nach Afrika, genannt.

Da die Bauteile selbst legal sind, können die Zollverwaltungen nur selten Maßnahmen gegen sie ergreifen, es sei denn, es liegen eindeutige Beweise vor, dass sie in gefälschte Güter umgewandelt werden sollen. Nach Auffassung der Umfrageteilnehmer besteht für die Fälscher darin eine Möglichkeit, ihre Vertriebskanäle zu schützen, aber dies impliziert auch, dass die Endfertigung der gefälschten Produkte in den Zielländern durchgeführt werden müsste, was den Behörden u.U. Gelegenheiten bietet, sie aufzugreifen.

Da Elektroteile generell an Weiterverarbeiter oder institutionelle Endverwender verkauft werden (und weniger an Privatpersonen, wie es bei eher konsumorientierten Produkten der Fall ist), müssen die Fälscher in der Regel eine Möglichkeit finden, um in die legale Vertriebskette ihrer Absatzmärkte einzudringen, was auf vielerlei Wegen erfolgt.

Einem Umfrageteilnehmer zufolge ist die meist verbreitete Art, die Artikel zu verkaufen, authentische und gefälschte Erzeugnisse in einem signifikanten, aber begrenzten Verhältnis in Groß- und Einzelhandelsgeschäften zu mischen, da sich dadurch für die gefälschten Waren das Entdeckungsrisiko verringert. Für die Plagiatoren maximiert dies ihre Gewinnmarge, da die Fälschungen zum vollen Preis neben den Originalprodukten verkauft werden.

In anderen Fällen versuchen die Fälscher ihre Erzeugnisse über die traditionellen Vertriebskanäle des Großhandels zu vermarkten, die die größten kommerziellen Verwender beliefern (d.h. Hersteller, Baufirmen usw.), obgleich es nicht immer ein leichtes Unterfangen sein dürfte, in das relativ streng kontrollierte, formelle Vertriebsnetz einzudringen.

Das Internet bietet den Fälschern ebenfalls die Möglichkeit, ihre Waren günstig und relativ sicher zu verkaufen. Ein Umfrageteilnehmer nannte drei verschiedene Arten von Verkaufskanälen für gefälschte Elektroteile:

- von Exporteuren in Ursprungsländern betriebene Webseiten, über die gefälschte Waren als Originalprodukte angeboten und an Einzelhändler in Zielmärkten verkauft werden;
- von Importeuren in Zielmärkten betriebene Webseiten, über die gefälschte Produkte mit Hilfe des Internets an Kunden in diesen Märkten verkauft werden;
- Auktionsseiten, über die Fälscher ihre Produkte anonym und folglich mit relativ geringem Risiko verkaufen können.

Die Vorteile, die sich aus der Internetnutzung ergeben, sind offensichtlich, selbst wenn die Erträge der Fälscher niedriger ausfallen könnten. Außer der Internetadresse gibt es keine Unterlagen, die die Herkunft des Produkts nachweisen. Für korrekt dokumentierte kleine Warensendungen ist die Wahrscheinlichkeit einer Zollkontrolle gering, und direkte Lieferungen an die Käufer stellen eine einfache Transportart dar. Die Transaktionen erfolgen über die Grenzen verschiedener Hoheitsgebiete hinweg, was rechtliche Schritte und Abhilfemaßnahmen erschwert, selbst wenn die Fälschungen aufgedeckt werden.

10.5 Hauptmotive für die Herstellung und den Kauf von gefälschten Elektroteilen

In diesem Abschnitt werden verschiedene Faktoren untersucht, die für die Herstellung und den Kauf gefälschter Elektroteile maßgeblich sind. Jeder Sektor hat seine besonderen Merkmale, die diese Faktoren z.T. bestimmen oder prägen, weshalb die Ermittlung und das Verständnis dieser Faktoren Aufschluss über die Propensität dieser Produktkategorie für Nachahmungen geben können. Dies wiederum kann Aufschlüsse über die Wahrscheinlichkeit liefern, mit der solche Produkte auf dem Markt zu finden sind, und u.U. die statistischen Daten ergänzen, die durch Zollaufgriffe, polizeiliche Razzien in Produktionsstätten und Vertriebsstellen, die Ergebnisse rechtlicher Schritte und sonstige Marktinformationen gewonnen werden. Darüber hinaus könnten Informationen zur Propensität wichtige Erkenntnisse darüber vermitteln, wie Umfragen und ökonomische Modelle optimal zur Verbesserung der Messung eingesetzt werden könnten.

Eine entsprechende Übersicht bietet die Tabelle „Propensität zur Produktion und zum Konsum gefälschter Elektroteile“ (Tabelle 10.1) am Ende dieses Kapitels. Die Faktoren, die für die Elektroindustrie gelten könnten, wurden anhand des Kriteriums zusammengestellt, ob und inwieweit sie die Herstellung und den Kauf dieser gefälschten Erzeugnisse begünstigen oder verhindern.

Die Charakteristiken der Elektroindustrie deuten darauf hin, dass dieser Sektor noch immer ein relativ attraktiver Markt für die Fälscher ist, selbst wenn sie dort auf einige Probleme stoßen. Auf der Herstellerseite scheint die Produkt- und Markenpiraterie attraktiv zu sein, da der Markt groß ist und die Gewinnmargen auch relativ hoch sind. Andererseits stellen das Entdeckungsrisiko und Schwierigkeiten beim Eindringen in etablierte Vertriebsketten einschränkende Faktoren dar. Auf der Käuferseite wird der Markt für „offene“ Fälschungen angesichts der großen Sicherheitsrisiken und des Risikos, Artikel minderer Qualität zu kaufen, obwohl dies Berichten zufolge durchaus vorkommt, als gering betrachtet. Der Großteil der Käufe von gefälschten Produkten ließe sich somit darauf zurückführen, dass der Käufer im Hinblick auf die echte Natur der Erzeugnisse getäuscht wird.

10.6 Ausmaß und Spektrum der Rechtsverletzungen sowie Trends

Von den Unternehmen zur Verfügung gestellte Informationen legen den Schluss nahe, dass die Produktpiraterie in der Elektroindustrie ein großes Problem darstellt. Die Teilnehmer der OECD-Umfrage wiesen auf eine stetige Zunahme der Quantität wie auch der geografischen Verbreitung von Produktfälschungen hin. In den letzten drei bis fünf Jahren hat sich Afrika zu einem kritischen Gebiet entwickelt, wo nach Ansicht der Unternehmen inzwischen schätzungsweise 25-75% des Markts für in großen Mengen hergestellte Elektroteile auf gefälschte Erzeugnisse entfallen.

Zonen mit existierenden Problemen, in denen gefälschte Waren immer mehr Marktanteile erobern, sind Asien (insbesondere China, wo 10-40% des Markts auf Fälschungen entfallen dürften), der Nahe Osten (20-40% Fälschungen) und Osteuropa (10-40% Fälschungen). Im Vereinigten Königreich, in Indien, Irland, Italien, Spanien und Portugal wurde ebenfalls eine starke und zunehmende Präsenz von Markenrechts- oder Patentverletzungen festgestellt. Australien, Deutschland, Frankreich, die Niederlande und die nordischen Länder sind den Angaben zufolge nicht substantziell von Fälschungen betroffen.

Besonders erwähnenswert ist die steigende Tendenz der Produktpiraterie in Südamerika, wo Verbindungen zur Organisierten Kriminalität zusammen mit Verknüpfungen zwischen Fälschergruppen und Drogenhandel erwähnt wurden. Ein Umfrageteilnehmer verwies darauf, dass in vielen Fällen, eine merkliche Verlagerung von dem mit großen Risiken behafteten Drogenhandel zum Handel mit gefälschten Waren erfolgte, darunter auch Elektroteile, was für die kriminellen Vereinigungen ein deutlich geringeres Risiko mit sich bringt. Diese Erkenntnis wurde auch in ähnlichen Berichten aus anderen Industriezweigen angeführt.

Was die Herkunftsländer betrifft, wurde berichtet, dass China der führende Anbieter gefälschter Waren in der Elektroindustrie ist. Wenngleich Produkt- und Markenpiraterie überall im Land anzutreffen ist, wurden Guangzhou und Wenzhou als die Hauptherstellungsgebiete genannt. Guangzhou ist das größte und am schnellsten wachsende Industrie- und Außenhandelszentrum in Südchina, und in jedem Frühjahr und Herbst findet dort die Chinesische Exportwarenmesse statt (auch bekannt als Kanton-Messe), die weltweit die größte Ausstellung dieser Art ist. Die Elektroindustrie prüft diese Handelsmesse regelmäßig auf Aussteller, die gefälschte Artikel anbieten, und jedes Mal stellt sie zahlreiche Verletzungen geistiger Eigentumsrechte fest.

Die Umfrageteilnehmer erwähnten ebenfalls, dass die in China hergestellten Produkte in der Regel entweder verschifft oder per Luftfracht direkt zu den „Importeuren“ in den verschiedenen Ländern transportiert werden, die die Produkte dann über lokale Distributoren verkaufen. Der zweite Kanal umfasst die Nutzung von Transitpunkten. Dies bietet

den Fälschern die Möglichkeit, die Vertriebskanäle zu verschleiern, indem sie einfach das Lieferunternehmen wechseln oder die Lieferung in kleinere Ladungen aufteilen, um sie dann in verschiedene Länder mittels unterschiedlicher Zustelldienste und Transportarten zu versenden. Solche Transitpunkte sind der Nahe Osten (Kuwait und Saudi-Arabien wurden am häufigsten genannt) und einige afrikanische (Kenia, Tansania, Uganda) und europäische Länder (Italien, das Vereinigte Königreich, Irland, Malta und Polen).

10.7 Auswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie auf die Elektroindustrie

Da Elektroteile im Allgemeinen keine Konsumgüter sind, dürften die unmittelbaren Effekte der Produktpiraterie die Hersteller von Originalprodukten und die Firmen betreffen, die die Bauteile kaufen und sie in ihre zum Verkauf bestimmten Produkte integrieren. Folglich sind u.U. auch die Verbraucher davon betroffen, wenn Produkte versagen, die gefälschte Bauteile beinhalten (z.B. ein beim Hausbau verwendeter elektrischer Schalter, der ein Feuer auslöst).

Auf die Hersteller von Originalprodukten hat die Produktpiraterie zweierlei Auswirkungen: Umsatzeinbußen und Preisdruck. Was die Umsatzeinbußen anbelangt, so kann, wenn die gefälschten Elektroteile den Käufer täuschen sollen (was am häufigsten der Fall ist), unterstellt werden, dass jede gekaufte Fälschung für den Hersteller des Originalprodukts einen entgangenen Verkauf repräsentiert, da der Käufer davon ausging, der gekaufte Artikel sei ein Originalprodukt. Wie jedoch bereits erwähnt, erwerben Käufer in einigen Ländern offenbar wissentlich gefälschte Artikel. In diesem Fall ist ungewiss, ob die Käufer das Originalprodukt gekauft hätten, wenn das gefälschte Erzeugnis nicht verfügbar gewesen wäre, oder ob sie sich für ein anderes Produkt entschieden hätten. Gleichwohl stellen beide Fälle in unterschiedlichem Maße entgangene Verkäufe dar. Schätzungen der europäischen Elektroinstallationsbranche zufolge lagen die entsprechenden Umsatzeinbußen 2005 weltweit zwischen 2 und 4 Mrd. Euro (basierend auf Einzelhandelspreisen).

Was den Druck auf die Preise betrifft, beinhaltet die Kalkulation des Endpreises eines Produkts einen erheblichen Teil für Konzeption, Qualitätsmanagement, Konformität des Produkts mit den Zertifizierungsstandards sowie Investitionen in Forschung, Entwicklung und Marketing. Plagiatoren haben keine solchen Verpflichtungen und setzen für die Herstellung des Produkts häufig Materialien minderer Qualität ebenso wie billige Arbeitskräfte ein. Zudem erhöht die Steuervermeidung ihre Gewinnmargen. Daher kann die Nachahmung eines bekannten, hochwertigen Originalprodukts sehr viel günstiger verkauft werden (30-50%, wie einer der Umfrageteilnehmer angab), während sie dem Fälscher noch immer eine gute Gewinnmarge bringt.

Die Zwischen- und Endverbraucher erleiden finanzielle Verluste, wenn das gefälschte Bauteil einen Defekt des Produkts verursacht, in das es eingebaut wurde. Dies führt dann zu Kosten für die Verbraucher wie auch die Hersteller des Gerätes, wenn ein Gewährleistungsanspruch besteht. Darüber hinaus tragen die Zwischenverbraucher möglicherweise eine Schädigung ihres Markennamens davon, eine der am häufigsten genannten negativen Auswirkungen. Besonders besorgniserregend ist für die Hersteller von Endprodukten für den Einzelhandel, dass die Käufer in der Regel nicht wissen (und auch nicht wissen können), dass der Hersteller ahnungslos ein fehlerhaftes Bauteil verwendet hat, weil er davon ausging, es sei ein Originalteil; dies geht unweigerlich zu Lasten seines Markennamens.

Sicherheit ist ebenfalls ein potenziell wichtiges Thema, das mit dem weit verbreiteten Einsatz von gefälschten Elektroteilen verbunden ist. Viele gefälschte Elektroartikel sind minderer Qualität und erbringen u.U. keine zufriedenstellende Leistung, und in einigen Fällen funktionieren sie u.U. derart schlecht, dass sie möglicherweise Verletzungen oder Todesfälle

verursachen. Ein Schutzschalter dient z.B. dazu, den Stromfluss in einem plötzlich überlasteten oder sonst außergewöhnlich belasteten Stromkreis zu unterbrechen, und seine Leistung hängt von der Kalibrierung ab, die während des Herstellungsprozesses erfolgt, sowie von der Materialqualität seiner Bauteile. Bei gefälschten Schutzschaltern wurde festgestellt, dass sie falsch kalibriert und/oder aus Materialien minderer Qualität gefertigt waren, was in einer Funktionsstörung resultieren könnte. Störungen durch Bauteile minderer Qualität, insbesondere durch diejenigen Teile, die im Glauben verwendet wurden, es seien Originalprodukte, könnten erhöhte Risiken in Gestalt von Stromschlägen oder Bränden zur Folge haben.

10.8 Gegenmaßnahmen

10.8.1 Brancheninterne Zusammenarbeit

In der Elektroindustrie wurden Maßnahmen hauptsächlich von den Wirtschaftsverbänden ergriffen, wie z.B. dem französischen Verband für Elektroinstallationshersteller (DOMERGIE), dem *National Electrical Manufacturers Association* (NEMA) und dem *British Electrotechnical and Allied Manufacturers Association* (BEAMA). Eine umfassende, interne Berichterstattungspolitik (einschließlich einer Intranet-Datenbank) wurde zwischen den Mitgliedern der Verbände und innerhalb der Verbände selbst eingeführt, um die Entwicklungen im Bereich der Produkt- und Markenpiraterie zu überwachen. Eines der Ziele dieser Initiative besteht auch darin, dem Problem zu begegnen, dass Produktpiraterie als ein Verbrechen wahrgenommen wird, das nicht wirksam bekämpft werden kann, und dass daher die getätigten Investitionen zur Unterstützung von Anstrengungen und Aktionen gegen Produktfälschungen verschwendet seien.

Die Verbände dienen auch als Lobbys, um Regierungen zu beeinflussen und zu beraten sowie Kontakte mit anderen Organen wie Zollverwaltungen, Zertifizierungsstellen, Organisationen zur Bekämpfung der Produktpiraterie, Organisatoren von Handelsmessen und Großhandelsverbänden zu knüpfen und zu stärken.

10.8.2 Schulungen und Sensibilisierung der Öffentlichkeit

Bessere Schulungs- und Aufklärungsmaßnahmen wurden ebenfalls als wichtiges Thema angeführt. Diese umfassen Kurse für Zollbeamte, um deren Fähigkeit zu verbessern, gefälschte Elektroteile zu identifizieren, öffentliche Kampagnen gegen Produkt- und Markenpiraterie sowie PR-Aktionen während Handelsmessen, um die Aussteller davor zu warnen, gefälschte Erzeugnisse anzubieten. Die Umfrageteilnehmer erwähnten positive Effekte, die aus diesen Maßnahmen hervorgehen, insbesondere jene, an denen Zollbeamte beteiligt sind.

Ein Umfrageteilnehmer verwies auf ein positives Ergebnis durch den Einsatz der Medien, um die Öffentlichkeit stärker zu sensibilisieren und sie über die negativen Effekte der Produkt- und Markenpiraterie aufzuklären. Offenbar wird dieses Thema inzwischen nicht mehr ignoriert sondern in öffentlichen Kommentaren sowie detaillierten, analytischen Fallstudien umfassend behandelt. Indessen hat sich den Unternehmen zufolge das Medieninteresse für die Elektroindustrie zu Gunsten anderer Sektoren verringert, die stärker im Blickpunkt der Öffentlichkeit stehen, wie Arzneimittel, Auto- und Flugzeugteile sowie Tabakprodukte.

10.8.3 Technologie

Eine weitere gegen Produkt- und Markenpiraterie ergriffene Maßnahme besteht in der Einführung technischer Methoden für die Produktidentifizierung sowie spezifischer Verpackungen. Ein Beispiel für ein aktuelles System ist jenes, das von den Mitgliedern des französischen DOMERGIE-Verbandes angewandt wird. NOTACOPY ist ein Authentifizierungssystem, das auf einer geheimen und einmaligen Nummerierung jedes legal

hergestellten Artikels basiert und es dem Käufer einer Ware ermöglicht, unverzüglich zu prüfen, ob der Artikel als Originalprodukt registriert ist. Diese Prüfung ist gebührenfrei und über das Internet zugänglich. Der Käufer kann zudem seine Adresse und die des Verkäufers angeben. Die durch dieses System gesammelten Informationen erlauben es den Herstellerfirmen, die Region zu identifizieren, in der gefälschte Waren entdeckt wurden, und können Hinweise über das Ausmaß von Produkt- und Markenpiraterie in verschiedenen Regionen weltweit liefern (*SARL Notacopy.com*).

10.8.4 Produktionsverlagerung

Ein strategischerer Ansatz, der von den Unternehmen genannt wurde, ist die Verlagerung von Produktionsstätten in die Nähe anerkannter Hotspots der Produktpiraterie. Ein Argument dafür ist, dass nicht nur die Produktionskosten niedriger sind, da die Herstellung von Fälschungen in der Regel in Niedrigkostenländern stattfindet, sondern dass die Präsenz der betroffenen Parteien in diesen Regionen die Aktivitäten der Produktpiraterie auf Grund des erhöhten Risikos für die Fälscher, entdeckt zu werden, u.U. zum Erliegen bringen könnte.

Diese Strategie kann jedoch auch den gegenteiligen Effekt zur Folge haben. Einige Vertragslieferanten, die Mitgliedern der Elektroindustrie bestens bekannt sind, haben Berichten zufolge Produktionsüberschüsse auf dem „grauen Markt“ verkauft und möglicherweise durch den Verkauf von Originalprodukten, die mit ihrer eigenen Marke versehen waren, Patent- und/oder Markenrechte verletzt. Ein Umfrageteilnehmer erwähnte, dass einige der früheren Vertragsunternehmen nun selbst offizielle Hersteller sind, die zwar dieselben Artikel produzieren, die sie zuvor für die Originalhersteller fertigten, diese jedoch inzwischen mit ihren eigenen Marken kennzeichnen. Diese Unternehmen investieren sogar in FuE und den Schutz geistiger Eigentumsrechte, um ihre eigenen Erzeugnisse vor Nachahmungen zu schützen.

10.8.5 Marketingstrategien

Eine andere Methode, die von den Originalherstellern eingesetzt wird, um den Nachbau ihrer Produkte zu erschweren, besteht darin, ihr Produktdesign häufig zu ändern. Die Effekte solcher Änderungen sind jedoch zeitlich begrenzt, da die Produkte wieder nachgeahmt werden, sobald das neu eingeführte Design bekannt ist. Darüber hinaus hat diese Strategie keine Auswirkungen auf preisgünstige Marktsegmente, wo Grundfunktionen und billige Preise die entscheidenden Faktoren sind.

10.8.6 Rechtsdurchsetzungsmaßnahmen

Schließlich stellen Feldaktionen, die von Verbänden wie auch einzelnen Branchenmitgliedern organisiert werden, die Instrumente dar, die hauptsächlich gegen Fälscher eingesetzt werden. Für diesen Industriezweig bieten sie folgende Vorteile: 1. relativ geringe Kosten (genannt wurden z.B. rd. 210 000 US-\$ für eine sechsmonatige Operation), 2. relativ effiziente, diskrete Behandlung des Problems der Produkt- und Markenpiraterie und 3. keine langfristige Verpflichtung, Aktionen in spezifischen Regionen durchzuführen, da die Ermittlungsteams mobil sind.

Zudem haben der Mangel an wirksamem Schutz der geistigen Eigentumsrechte in einigen Herstellerländern und die große Anzahl der Wiederholungstäter die Markeninhaber zu der Schlussfolgerung veranlasst, dass die beste Methode zur Bekämpfung der Fälscher darin besteht, kontinuierlich Razzien durchzuführen, um dabei so viele Produkte wie möglich zu beschlagnahmen, was den Rechtsverletzern finanziell schaden würde. Anstelle von generell weniger wirksamen zivilrechtlichen Schritten erfolgen diese Aktionen fall-spezifisch in Zusammenarbeit mit den Rechtsdurchsetzungsbehörden, um den Einsatz von Strafverfahren zu fördern.

Ein Beispiel für eine erfolgreiche Initiative zur Bekämpfung von Produktfälschungen, die Aufschluss über die Dimension von Produkt- und Markenpiraterie in diesem Industriezweig gibt, ist die jüngst ins Leben gerufene Koalition verschiedener Elektroherstellerverbände, der auch der französische DOMERGIE und der britische BEAMA angehören. Eine Reihe von Operationen zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie erfolgte im Rahmen dieser Initiative in China, Afrika und dem Nahen Osten. Die Zahl der Artikel, die durch private Ermittler in Zusammenarbeit mit den Rechtsdurchsetzungsbehörden konfisziert wurden, erreichte für den Zeitraum 2001-2005 mehr als 10 Millionen Produkte (es wurden Razzien in über 150 Fertigungsstätten durchgeführt), darunter eine viermonatige Operation in China, bei der 220 000 Schaltanlagen, 125 000 elektrische Steckverbindungen, 1 900 Schutzschalter und 260 000 Verkabelungszubehörteile beschlagnahmt wurden.

10.8.7 Zusammenarbeit mit den Regierungen

Was die Regierungen betrifft, gehen die Meinungen der Teilnehmer der OECD-Umfrage in Bezug auf die Hilfe, die sie von Regierungsbehörden für Maßnahmen gegen Produkt- und Markenpiraterie in der Elektroindustrie erwarten können, auseinander. Ein besorgniserregender Punkt, der von den Unternehmen angeführt wurde, ist der subjektive Mangel an Zusammenarbeit zwischen Regierungen und Rechtsdurchsetzungsbehörden, um Probleme zu lösen, die mit grenzüberschreitenden Aktivitäten der Produkt- und Markenpiraterie zusammenhängen.

Die Europäische Kommission wurde insbesondere auf Grund ihrer Unterstützung für Programme zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie erwähnt, wobei in der Branche jedoch weiterhin der Eindruck vorherrscht, dass anderen Produkten, wie Arzneimitteln, eher Priorität eingeräumt wird. Ferner wurde erwähnt, dass die Vereinigten Staaten dazu beigetragen haben, die Überwachung und Verfolgung im Fall von Elektroprodukten zu fördern; das Land habe nach Ansicht der Umfrageteilnehmer aus der Wirtschaft allgemein einige nützliche Initiativen gegen Produkt- und Markenpiraterie ergriffen.

Die Umfrageteilnehmer wiesen zudem auf ein größeres Bewusstsein und Engagement in China und den Ländern des Nahen Ostens bei der Durchsetzung von Maßnahmen zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie hin, aber das gegenwärtige Schutzniveau für geistige Eigentumsrechte in diesen Regionen wird von den Unternehmen noch immer als unzureichend betrachtet. Die in Süd- und Mittelamerika gemachten Erfahrungen zeigen auch, dass sich die Regierungsbehörden als hilfsbereit erwiesen haben, wenn ihnen entsprechende Fälle vorgelegt wurden. Andererseits wurden verschiedene afrikanische Länder als sehr schwierige Orte für die Durchsetzung geistiger Eigentumsrechte bezeichnet, was z.T. auf eine unzulängliche Gesetzgebung und einen Mangel an Bewusstsein seitens der dortigen Regierungen zurückzuführen ist.

Als allgemeine Beobachtung äußerten die Umfrageteilnehmer in diesem Sektor, dass Entwicklungsländer wahrscheinlich Maßnahmen ergreifen und Unterstützung anbieten, wenn die betroffenen Unternehmen Informationen und Beweise über die Aktivitäten der Produkt- und Markenpiraterie liefern. Indessen erschweren das mangelnde Bewusstsein der Öffentlichkeit, schlecht ausgebildete Zoll- und Rechtsdurchsetzungsbeamte sowie das als gering empfundene Risiko bei der Produktfälschung im Vergleich zu anderen illegalen Aktivitäten die erfolgreiche Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie in diesem Sektor.

Darüber hinaus stellte ein Umfrageteilnehmer fest, dass der Zeit- und Kostenaufwand der Strafrechtsdurchsetzung bei einigen Regierungen und ihren Behörden abschreckend wirken könnte.

Tabelle 10.1 **Propensität zur Produktion und zum Konsum gefälschter Elektroteile**

FÜR DIE HERSTELLER	AUSWIRKUNGEN AUF DIE PRODUKTIONSPROPENSITÄT
Marktmerkmale	
Ertrag je Produktionseinheit	Die Branche gibt an, dass gefälschte Waren um rd. 30-50% billiger verkauft werden als die Originalprodukte, wenn die Fälscher nicht die Absicht haben, den Käufer zu täuschen. Dies impliziert, dass die Gewinnmarge hoch ist, was den Fälschern einen beträchtlichen Spielraum bei der Preisgestaltung ihrer Produkte lässt. Bei betrügerischen Fälschungen können die Gewinnmargen sogar noch höher ausfallen. Selbst wenn die Kosten für Verpackung und Etikettierung mit denen der Originalprodukte vergleichbar sind, lassen sich die Unterschiede bei den Produktionskosten auf die mindere Qualität der verwendeten technischen Teile ebenso wie auf den Mangel an FuE, Zertifizierung und Marketing zurückführen.
Marktumfang	Elektroteile sind gängige Artikel, da sie bei der Herstellung von Geräten der Unterhaltungselektronik und anderen spezifischen elektronischen Geräten wie auch im Bausektor als Komponenten dienen. Im Allgemeinen werden sie jedoch nicht als Konsumgüter betrachtet.
Markenmacht des Originalprodukts	Wenngleich es einige sehr bekannte Markennamen in der Elektroindustrie gibt, handelt es sich bei Elektroteilen nicht um Konsumgüter, und folglich bieten Marken hier weniger Anreiz als in anderen Sektoren. Steht ein Markenname auch für die Einhaltung notwendiger Spezifikationen und Standards, könnte dies eine Ausnahme bilden, was den Marktwert der Fälschungen erhöhen würde.
Herstellung, Vertrieb und technische Aspekte	
Produktionsinvestitionen	Elektroteile benötigen keine großen Investitionen, da sich die Fälscher darauf konzentrieren, einfache Teile zu produzieren, bei denen es am meisten auf das Erscheinungsbild und die Kennzeichnung ankommt. Die Herstellung findet häufig in Untergrundfabriken statt und erfordert keine teuren Maschinen oder Fachkräfte.
Technik	Generell ist für die Herstellung der meisten gefälschten Elektroteile keine hochentwickelte Technik erforderlich. Gewisse technische Anforderungen müssen u.U. für die Produktion einiger komplizierterer Teile erfüllt werden.
Logistik	Die etablierten Transport- und Vertriebskanäle können beim Überqueren der Landesgrenzen mit großen Risiken verbunden sein (im Hinblick auf die Entdeckung), und da die Artikel in großer Anzahl transportiert werden, können sie zudem sperrig sein. Indessen bevorzugen die meisten Fälscher nach wie vor die traditionellen Kanäle und setzen auf die relativ unverfängliche Natur der Produkte, um einer genaueren Prüfung zu entgehen.
Marketing und Produktabsatz	Da die Elektroteile im Wesentlichen als Komponenten in Endprodukten verwendet werden, müssen sie in etablierte Vertriebsketten eingeschleust werden, was schwierig sein könnte.
Verschleierung	Manche erforderlichen Maschinen und Produktionsstätten lassen sich u.U. nur schwer verbergen. Die Maschinen könnten jedoch für andere Zwecke genutzt werden, um die Aktivitäten der Produktfälschung zu tarnen.
Täuschung	Da es unmöglich ist, Elektroteile minderer Qualität in elektronischen Ausrüstungen ohne technische Untersuchung aufzuspüren, sind das Erscheinungsbild, das Etikett und das Zertifizierungszeichen sowie die Verpackung die wichtigsten Faktoren für die Täuschung. Wie von einigen Umfrageteilnehmern angegeben, wirft die Herstellung dieser Artikel für die Fälscher keine Probleme auf. Die einzige Variable, die darauf hindeutet, dass es sich bei der Ware um eine Fälschung handelt, ist der Preis, der auch kontrolliert werden kann.
Institutionelle Merkmale	
Entdeckungsgefahr	Die Entdeckungsgefahr wird von der Branche als relativ hoch angesehen, hauptsächlich auf Grund ihrer Anstrengungen, die Produktpiraterie zu bekämpfen. Die Branche erwähnt eine Verbesserung der Lage, d.h. die Nachahmung mancher Marken hat sich in einigen Ländern verringert. Einige Umfrageteilnehmer sind jedoch der Ansicht, dass die von den Regierungen ergriffenen Maßnahmen zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie unzureichend (oder in manchen Fällen inexistent) sind, insbesondere in Entwicklungsländern. Dies erleichtert die Arbeit der Fälscher.
Rechtsdurchsetzung	Es scheint, dass die Verfolgungsgefahr (im Gegensatz zur Verhängung von Gebühren und Beschlagnahme von Waren) sehr gering ist, insbesondere in Entwicklungsländern. Daher stellt dies für die Fälscher kein großes Hindernis dar.

Strafen	Strafrechtliche Schritte in China, den Vereinigten Staaten und der EU könnten (in der Theorie) angesichts der Sicherheitsrisiken, die mit potenziell fehlerhaften Fälschungen zusammenhängen, zu beträchtlichen Strafen führen. Indessen sehen sich die Fälscher in der Praxis offenbar nur geringen Strafen gegenüber, wenn es zu Verurteilungen kommt. Selbst die Beschlagnahme der Fabrik, Ausrüstung und Lagerbestände würde hohe, aber dennoch keine prohibitiven Kosten für die Fälscher zur Folge haben.
FÜR DIE VERBRAUCHER AUSWIRKUNGEN AUF DIE KONSUMPROPENSITÄT BEI OFFENEN FÄLSCHUNGEN	
Preis	Dieser Punkt umfasst zwei Aspekte. Einerseits werden die Käufer durch fast perfekte Imitate getäuscht, und kaufen u.U. die Fälschung, weil sie glauben, es seien Originalprodukte. In diesem Fall wäre keiner der anderen Faktoren relevant. Andererseits deuten möglicherweise einige Merkmale der Elektroteile darauf hin (z.B. wo sie verkauft werden oder wider Erwarten niedrige Preise), dass es sich um ein gefälschtes Produkt handelt. In diesen Fällen haben die Käufer wahrscheinlich einige Überlegungen über die Nützlichkeit des Artikels ebenso wie die Höhe des Preises angestellt und sind möglicherweise der Ansicht, dass die Fälschungen für ihre Zwecke "gut genug" sein würden.
Produktqualität und -merkmale	Gefälschte Elektroteile werden im Bausektor und als Komponenten bei der Fertigung anderer Waren verwendet. Die Erfahrung der Branche zeigt, dass die Fälschungen in ihrem äußeren Erscheinungsbild generell den Originalprodukten gleichen, aber aus Materialien minderer Qualität hergestellt sind.
Statusverschleierung	Das Image von Waren, die nachgebaut werden, dürfte die Entscheidung zum Erwerb der Fälschung nicht beeinflussen.
Verbrauchermerkmale	
Gesundheitsrisiken	Gesundheitsrisiken stellen in diesem Sektor keine Faktoren dar.
Sicherheitsrisiken	Sicherheitsrisiken, die mit gefälschten Elektroteilen zusammenhängen, sollten einen sehr starken negativen Faktor darstellen, aber das mangelnde Verständnis solcher Risiken oder der Glaube, die Fälschungen würden in akzeptabler Weise funktionieren oder die Attraktivität der Preise oder eine Kombination aus all dem könnte das Gewicht verringern, das die Käufer diesem wichtigen Element beimessen.
Persönliche Wertvorstellungen	Die potenziellen Sicherheitsimplikationen bei der Verwendung gefälschter Bauteile sollten für die Käufer einen Faktor darstellen, aber es gibt keine Hinweise dafür, ob das in der Praxis der Fall ist.
Institutionelle Merkmale	
Entdeckungsgefahr	Die Entdeckungsgefahr ist gering, da sich die Regierungen und die Elektroindustrie vielmehr auf die Lieferanten und weniger auf die Käufer konzentrieren.
Verfolgungsgefahr	Die Verfolgungsgefahr ist sehr gering, da das in der Regel täuschende Erscheinungsbild vermutlich dazu beitragen dürfte, den Käufer als Opfer dastehen zu lassen.
Strafen	Die Strafen für Käufer dürften gering sein, selbst wenn sie verfolgt werden oder sich rechtlichen Schritten gegenübersehen.
Verfügbarkeit und Leichtigkeit des Erwerbs	Da viele Elektroteile einem spezifischen Zweck dienen und für den Einsatz im Bausektor oder bei der Herstellung von Endprodukten (wie z.B. Generatoren) vorgesehen sind, werden sie generell durch normale Lieferketten vertrieben, was für die Fälscher eine Schwierigkeit darstellen könnte. Dies könnte ihre Verfügbarkeit für die Verbraucher einschränken.

Literaturverzeichnis

BEAMA (British Electrotechnical and Allied Manufacturers' Association), "Counterfeit campaign success", www.beama.org.uk/Newsletter/issue3/articles/beamainstallation.htm#3.

DOMERGIE (Französischer Verband für Elektroinstallationshersteller), "Panorama 2002 – 2006", www.domergie.fr/content/Default.asp?pageID=6.

SARL Notacopy.com, "Notacopy concept", www.notacopy.com/E/procede2.php.

US Department of Commerce, McGraw-Hill, Standard & Poors, International Trade Administration (1998), US. Industry & Trade Outlook '98 (1998), McGraw-Hill Companies, New York.

Kapitel 11

NAHRUNGSMITTEL- UND GETRÄNKESEKTOR

11.1 Überblick

Im Mittelpunkt der folgenden Analyse stehen Verletzungen geistiger Eigentumsrechte im Bereich Nahrungsmittel und Getränke. Es ist darauf hinzuweisen, dass nach der breiteren Interpretation von „Produktpiraterie“, die in diesem Sektor offenbar gewöhnlich verwendet wird, hierzu auch „gefälschte“ Erzeugnisse zählen, die keine Fälschung im strikten Sinne darstellen (z.B. Flaschen mit alkoholischen Getränken wie Wodka, die ohne Verletzung von Markenrechten im Handel sind). Wengleich diese Produkte aus Sicht der öffentlichen Politik von Bedeutung sind, fallen sie nicht in den Rahmen dieses Projekts, das sich auf Fälschungen beschränkt, bei denen Rechte des geistigen Eigentums verletzt werden.

Ebenso bleiben geografische Angaben wie Bezeichnungen für eine kontrollierte Herkunft (wie *Denominazione di Origine Controllata* – DOC in Italien und *Appellation d'Origine Contrôlée* – AOC in Frankreich) bei dieser Analyse unberücksichtigt, da sie in einer späteren Phase dieser Studie gesondert untersucht werden.

Zudem wird der Tatsache Rechnung getragen, dass es sich bei Nahrungsmitteln und Getränken um einen etwas sensiblen Sektor handelt, da bei diesen für den menschlichen Verzehr bestimmten Produkten die Möglichkeit der Verunreinigung und/oder der Verwendung von qualitativ minderwertigen Inhaltsstoffen besteht. Neben der ernsthaften Besorgnis über die potenziellen gesundheitlichen Auswirkungen von gefälschten Produkten besteht von Seiten der OriginalproduktHersteller außerdem berechtigter Anlass zur Sorge, dass das Ansehen ihrer Marken bei Auftreten gesundheitlicher Probleme im Zusammenhang mit Nahrungsmitteln beschädigt werden könnte, selbst wenn sie hierfür nicht verantwortlich sind.

Wegen möglicher negativer Reaktionen der Verbraucher sind die Nahrungsmittel- und Getränkehersteller verständlicherweise sehr darauf bedacht, dass der Name ihrer Marken in breiten öffentlichen Diskussionen über Produktpiraterie nicht fällt. Daher werden im Zusammenhang mit dieser Sektoranalyse keine bestimmten Unternehmen oder Markennamen genannt.

11.2 Arten von Rechtsverletzungen

Bei den meisten Verletzungen von geistigen Eigentumsrechten in der Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie erfolgt ein Missbrauch von Marken oder eingetragenen Mustern, insbesondere bei solchen Nahrungsmitteln oder Getränken, wo das Originalprodukt leicht durch ein ähnliches Produkt ersetzt werden kann, das sich äußerlich nicht ohne weiteres vom Original unterscheiden lässt. Typische Beispiele für Produkte, die auf diese Weise

substituiert wurden, sind bei Nahrungsmitteln Kiwi-Früchte und Babynahrung bzw. bei Getränken Tee und schottischer Whisky.

Nach Angaben der Branche gibt es wesentlich weniger Fälle von Rechtsverletzungen, wenn zur Nachahmung eines Produkts eine physische Fälschung erforderlich ist (statt des einfachen Kopierens von Verpackung, Etikettierung, Marke und des allgemeinen Erscheinungsbilds des Produkts), da dann eine wesentlich bessere Ausstattung benötigt wird, um das Produkt erfolgreich zu fälschen und die Händler und Kunden zu überzeugen, dass es sich um das Originalprodukt handelt. Beispielsweise ist die Fälschung von Tiefkühl-Nahrungsmitteln oder Konserven viel schwieriger, da für die Herstellung, die Lagerung und den Transport der gefälschten Produkte Spezialausrüstung erforderlich ist, wodurch der Anreiz für deren Fälschung deutlich vermindert wird.

Da es besonders auf das Erscheinungsbild der Produktfälschung ankommt (dem Kunden soll ja vorgetäuscht werden, dass es sich um das Originalprodukt handelt), dürfte mit der Markenrechtsverletzung auch eine Rechtsverletzung von Mustern einhergehen, die zum Schutz des speziellen Erscheinungsbilds und/oder der Verpackung bestimmter Produkte eingetragen wurden.

Schließlich ist es durchaus denkbar, dass einige Verfahren und Rezepte für die Herstellung von Nahrungsmitteln und Getränken durch Patente geschützt sind und diese Patente bei der Fälschung des Produkts u.U. verletzt werden. Indessen wurde dies von den Teilnehmern an der OECD-Umfrage nicht als spezielles Problem herausgestellt. Stattdessen brachten einige von ihnen ihre Abneigung zum Ausdruck, ihre Verfahren und Rezepte patentieren zu lassen, da sie dadurch öffentlich zugänglich würden; solche Verfahren und Rezepte würden eher als Geschäftsgeheimnis gewahrt und durch genaue Beobachtung sowie durch den umfassenden Einsatz von Geheimhaltungs- und Vertraulichkeitsvereinbarungen geschützt.

11.3 Produkte mit besonders hoher Fälschungsanfälligkeit

Nach Erfahrung der Branche sind vor allem Produkte fälschungsanfällig, die am einfachsten durch passable Substitutionserzeugnisse zu ersetzen sind, und deren Substitution für den Kunden nicht ohne weiteres erkennbar ist (und zum Teil auch nicht für Groß- und Einzelhändler). Die Teilnehmer an der OECD-Erhebung nannten in dieser Kategorie beispielsweise Tee, Reis und Wodka.

Die Erzeugnisse dieser Produktkategorie lassen sich leicht durch billigere (und wahrscheinlich minderwertige) Produkte ersetzen, wobei sich die Fälscher darauf konzentrieren, die Verpackung möglichst gut zu imitieren, so dass die Fälschung praktisch nicht mehr vom Original zu unterscheiden ist. Fast alle Befragten verwiesen auf das zunehmende Geschick der Fälscher bei der Nachahmung von Verpackungen, wodurch die Fälschungen kaum noch vom Original zu unterscheiden seien. Selbst Sicherheitselemente gegen Produktfälschungen wie Hologramme und Steuersiegel würden mitkopiert.

Diesbezüglich decken sich die Erfahrungen der Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie mit denen anderer Sektoren: Die zunehmende Verbreitung und die Preisrückgänge bei Ausrüstungen wie Computern und Peripheriegeräten haben den Produktfälschern die Arbeit wesentlich erleichtert.

Verschiedene Umfrageteilnehmer gaben an, das Ausmaß der Produktpiraterie und der Verletzung von Markenrechten sei bei Nahrungsmittelerzeugnissen im Vergleich zu anderen Produkten relativ gering, da die Gewinnspannen im Allgemeinen niedrig und

Produktion, Handhabung, Transport und Vertrieb von Nahrungsmitteln mit einem erheblichen logistischen Aufwand verbunden sind. Bei leicht verderblichen Waren kommen diese Aspekte noch stärker zum Tragen, da die Handhabung solcher Produkte eine noch bessere Organisation erfordert und die Vertriebsketten effizient funktionieren müssen.

Der von der Branche geäußerte Eindruck, dass bei ihren Erzeugnissen eine geringe Tendenz zur Produktpiraterie besteht, wurde bis zu einem gewissen Grad durch die Fragebogenaktion der OECD bei den Zollbehörden bestätigt, die parallel zu den Erhebungen über Produkt- und Markenpiraterie bei staatlichen Stellen und bei Unternehmen durchgeführt wurde. Die Vertreter der Zollbehörden machten in ihren Antworten selten gesonderte Angaben zu Nahrungsmitteln und Getränken und wenn doch, ging es dabei um vergleichsweise geringe Mengen/Beträge. Daraus könnte der Schluss gezogen werden (allerdings mit gewissen Vorbehalten, da es widersprüchliche Signale gibt), dass Nahrungsmittel und Getränke für Fälscher ein schwieriges Terrain darstellen und sie sich daher eher auf andere, leichter zu fälschende Produkte mit potenziell höheren Gewinnspannen konzentrieren.

Dies mag bei Nahrungsmitteln, die einen hohen Verarbeitungs- oder Umwandlungsaufwand erfordern, der Fall sein, es gibt aber immer noch zahlreiche Nahrungsmittel und Getränke, die mit geringem organisatorischen und finanziellen Aufwand von Seiten der Fälscher kopiert (oder zumindest substituiert) werden könnten. So lassen sich z.B. die Blätter hochwertiger Teesorten durch billigen losen Tee substituieren oder Babynahrung durch ein Pulver ersetzen, das wie das Originalprodukt aussieht, aber kaum Wirkstoffe enthält. In diesen Fällen wäre die Qualität der Verpackung ausreichend, um die Kunden zum Kauf zu animieren, und oft merken sie wahrscheinlich nicht einmal, dass sie eine Produktfälschung statt des Originals gekauft haben (allerdings könnten sie vom Kauf eines Produkts derselben Marke in Zukunft Abstand nehmen).

Bei Getränken bevorzugen Fälscher alkoholische Produkte auf Grund ihres Markenwerts (und des damit verbundenen Preisaufschlags) sowie der hohen Mehrwert- und Verbrauchsteuerkomponente im Endpreis, durch die sich der Preis, den die Fälscher fordern können, erhöht. Alkohol gehörte bei der Erhebung unter den Zollbehörden zu den am häufigsten genannten Erzeugnissen in der Produktkategorie Nahrungsmittel und Getränke, und nach den Antworten auf den OECD-Unternehmensfragebogen geht es bei den Rechtsverletzungen meistens um die Wiederbefüllung von Originalflaschen mit einem minderwertigen Ersatzgetränk. Auch Alkoholsorten für Mixgetränke sind besonders beliebt, da durch die Mischung der markante Geschmack des zugesetzten Alkohols überdeckt werden kann.

Während diese Form der illegalen Wiederbefüllung von Originalflaschen eher im Kleingewerbe stattfindet, bilden sich nach Aussage der Branche zunehmend groß angelegte Fälschungsunternehmen heraus, bei denen halbautomatische Flaschenfertigungslinien und moderne Druckmaschinen zum Einsatz kommen. Solche Unternehmen investieren auch in Flaschen-Gießformen sowie in die Herstellung von Verpackungsmaterial und Rohspiritus. Einige Umfrageteilnehmer gaben außerdem an, dass an der Herstellung von Produktfälschungen in dieser Größenordnung – die sich zum Teil auf internationaler Ebene vollzieht – mit ziemlicher Sicherheit kriminelle Organisationen beteiligt sind.

11.4 Produktion und Vertrieb

Im Großen und Ganzen sind Nahrungsmittel und Getränke sperrig, oftmals leicht verderblich und im Transport recht aufwendig. Daher produzieren die Fälscher eher für

den lokalen Markt, als die mit der Verbringung auf Exportmärkte verbundenen Mühen und Kosten auf sich zu nehmen.

Dass Fälschungen auf den Inlandsmarkt ausgerichtet sind, ging aus zahlreichen Antworten auf den OECD-Fragebogen hervor, wobei sich ein großer internationaler Spirituosenhersteller am ausführlichsten dazu äußerte und angab, dass Verteilung und Vertrieb von Markenfälschungen größtenteils lokal erfolgen. Demnach verkaufen die Fälscher ihre Produkte direkt an Spirituosengeschäfte, Bars usw. und werden kaum auf internationaler Ebene tätig.

Bei Produktion, Vertrieb und Verbrauch im Inland vermeiden die Fälscher vor allem Grenzübertritte, bei denen sie mit größerer Wachsamkeit der Zollbehörden rechnen müssten, insbesondere wenn es um Produkte wie Spirituosen geht, auf die eine hohe Verbrauchsteuer erhoben wird. Dadurch verringert sich einerseits das Risiko einer Aufdeckung, und sollte es doch dazu kommen, sind die entdeckten Mengen weit geringer als beim internationalen Transport ganzer Containerladungen. Dadurch verringert sich die Gefahr einer strafrechtlichen Verfolgung und auch das Strafmaß fällt u.U. geringer aus.

Ein weiterer Effekt der relativ kleinen, lokalen Produktion besteht darin, dass die Tätigkeit an weitaus mehr Standorten durchgeführt wird, als es bei einer in Massenproduktion von Fälschungen für die internationalen Märkte der Fall wäre. So nannte ein internationaler Spirituosenhersteller rund 30 Volkswirtschaften (sowohl Industrie- als auch Entwicklungsländer), in denen in den vergangenen Jahren Produktfälschungen beschlagnahmt wurden, und gab an, zur Bekämpfung der Produktpiraterie in über 150 Volkswirtschaften ein komplexes globales Programm zur Erkennung von Fälschungen unterhalten zu müssen.

Andererseits berichtete der Europäische Markenverband (AIM), dass die Zahl der Beschlagnahmen von Nahrungsmitteln und Getränken durch die Zollbehörden in den vergangenen Jahren ganz erheblich zugenommen hat (zwischen 2003 und 2005 wurde bei der Zahl der beschlagnahmten Produkte ein Anstieg um rd. 250% verzeichnet), was darauf schließen lässt, dass der grenzüberschreitende Vertrieb dieser Produkte nach wie vor existiert und nicht ignoriert werden darf (AIM, 2005; Europäische Kommission, Taxud, 2003-2005).

Wie in nahezu allen anderen Sektoren wurde China von den Umfrageteilnehmern häufig als Ursprungsland für die Produktion, den Vertrieb und den Verkauf gefälschter Nahrungsmittel und Getränke genannt, aber in dieser Produktkategorie ist das Land nicht der einzige oder dominierende Produzent, was wiederum bestätigt, dass mit dieser Art von Produkten hauptsächlich der Inlandsmarkt anvisiert wird.

11.5 Hauptmotive für Produktion und Konsum gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte

In diesem Abschnitt werden verschiedene Faktoren untersucht, die für Produktion und Konsum gefälschter Nahrungsmittel und Getränke ursächlich sind. Jeder Produktsektor hat seine besonderen Merkmale, die die jeweiligen Bestimmungsfaktoren mit beeinflussen, weshalb deren Kenntnis und Verständnis nähere Informationen über die Propensität der Produkte dieser Kategorie liefern können, gefälscht zu werden. Dies dürfte dann wiederum eine gewisse Vorstellung davon vermitteln, mit welcher Wahrscheinlichkeit solche Produkte am Markt zu finden sind, und vielleicht statistische Daten untermauern, die im Rahmen von Aufgriffen durch die Zollbehörden und Polizeirazzien in Produktions- und Verkaufsstätten oder als Ergebnis rechtlicher Schritte bzw. anhand

sonstiger marktbasierter Informationen ermittelt wurden. Darüber hinaus könnten die Angaben zur Fälschungs- und Konsumneigung wichtige Erkenntnisse darüber liefern, wie Erhebungen und ökonomische Modelle am besten genutzt werden können, um die Messungen zu verbessern.

Nähere Einzelheiten sind der Übersichtstabelle am Ende des Kapitels (Tabelle 11.1) „Propensität zur Produktion und zum Konsum gefälschter Nahrungsmittel und Getränke“ zu entnehmen. Die für den Nahrungsmittel- und Getränkektor als relevant betrachteten Bestimmungsfaktoren wurden (gestützt auf vorliegende Informationen, Analysen, Erfahrungswerte der betroffenen Branchen und qualitative Beurteilungen) danach bestimmt, ob und in welchem Ausmaß sie Produktion und Konsum der gefälschten Produkte begünstigen oder bremsen.

Bei der Interpretation dieser Propensitätsfaktoren ist eine gewisse Vorsicht geboten, da nicht allen Bestimmungsfaktoren im Entscheidungsprozess das gleiche Gewicht zukommt. So könnten, um ein einfaches Beispiel zu nehmen, z.B. die Schwierigkeiten in Verbindung mit dem Transport und Vertrieb gefälschter Nahrungsmittel und Getränke sowie die potenziell geringen Gewinnspannen durch die schiere Größe und Vielfalt des potenziellen Markts und die Leichtigkeit, mit der Verbraucher beim Anblick einer bekannten Marke und vertrauten Verpackung zu täuschen sind, aufgewogen werden.

Aus der Bewertung der in Tabelle 11.1 dargestellten Bestimmungsfaktoren geht hervor, dass die relativ leichte Täuschung sowie die Größe des Markts für bekannte Markenprodukte starke Anreize für die Fälschung dieser Waren bieten. Andererseits haben die generell niedrigen Gewinnspannen, die Herausforderungen in Verbindung mit dem Transport und Vertrieb sowie die potenziell schwerwiegenden Konsequenzen einer strafrechtlichen Verfolgung einen Bremseffekt.

Auf der Verbraucherseite bewirkt die relative Leichtigkeit, mit der Verpackungen zu imitieren sind, dass das Produkt vor dem Kauf oder dem Verzehr selten als Fälschung erkannt wird und somit die Faktoren, die den Verbraucher vom Kauf abhalten könnten (insbesondere die Besorgnis über eventuelle Gesundheitsrisiken), kaum zum Tragen kommen. Wird das Produkt als Fälschung erkannt, nehmen Verbraucher (vor allem solche mit einem geringeren verfügbaren Einkommen) u.U. das potenziell mit der Produktfälschung verbundene Risiko einer Gesundheitsgefährdung in Kauf, wenn der Preis für das gefälschte Produkt deutlich unter dem des Originals liegt.

Insgesamt deuten die Motive für Produkt- und Markenpiraterie im Nahrungsmittel- und Getränkektor darauf hin, dass es sich um eine Branche handelt, in der ein gewisses Maß an Produkt- und Markenpiraterie herrscht, wobei sich diese auf Grund der Schwierigkeiten in Verbindung mit dem Transport vieler der hier hergestellten Erzeugnisse wahrscheinlich eher auf den lokalen Markt beschränkt. In gewisser Weise stützt dies die von der Branche vertretene Ansicht (wie sie aus den Antworten auf den OECD-Fragebogen hervorgeht), dass der Nahrungsmittel- und Getränkektor für Produktfälscher zu den schwierigeren Bereichen gehört.

11.6 Ausmaß und Spektrum

Leider hat die Erhebung sehr wenig Aufschluss über das tatsächliche Ausmaß und Spektrum der Produktpiraterie im Nahrungsmittel- und Getränkektor gebracht. Das ist zum Teil dadurch bedingt, dass in diesem Sektor weitgehend unklar zu sein scheint, was tatsächlich unter einer Produktfälschung zu verstehen ist.

Viele der Umfrageteilnehmer sind offenbar der Ansicht, dass neben tatsächlichen Produktfälschungen, die als Originale verkauft werden, jedes beliebige Produkt als Fälschung eingestuft werden könnte, sofern es den Anschein hat, ein Original nachzuahmen. So vertrat ein Teilnehmer die Auffassung, dass die Verwendung von Produktnamen, die Assoziationen mit einem bestimmten Land hervorrufen könnten, oder die Verwendung einer Fahne oder eines markanten Symbols ein hinreichender Anhaltspunkt seien, das Produkt als Fälschung einzustufen. Eine Gruppe hat hierfür den Begriff „Italian Sounding“ geprägt, um Fälle zu bezeichnen, in denen Wörter mit italienischem Klangbild verwendet wurden, obwohl es sich oft gar nicht um Italienisch handelte. Das Gleiche ließe sich zweifellos im Hinblick auf Wörter mit französischem oder spanischem Anklang usw. sagen.

Es ist hervorzuheben, dass der Begriff Fälschung im Rahmen dieser Studie Produkte bezeichnet, mit denen der Kunde unter Verletzung von Rechten des geistigen Eigentums wie Markenrechten, eingetragenen Mustern oder Patenten vorsätzlich getäuscht wird.

Ein zu weit gefasstes Konzept des Begriffs Fälschung lässt die von den Originalproduktherstellern angegebenen Verluste rasch in die Höhe schnellen. So schätzte die Federazione Italiana dell'Industria Alimentare (FEDERALIMENTARE) in einer 2003 durchgeführten Studie z.B., dass sich die legalen Exporte italienischer Nahrungsmittel im Jahr 2002 auf insgesamt 13,9 Mrd. Euro beliefen, gleichzeitig mit dem Verkauf „illegaler“ Imitationen aber 2,6 Mrd. Euro umgesetzt wurden (FEDERALIMENTARE, 2003).

Dies ist ein hoher Betrag, der sich jedoch gering ausnimmt im Vergleich zu der im Bericht genannten Schätzung des Gesamtumsatzes mit „italienisch klingenden“ (und damit nicht unbedingt illegalen) Produkten im gleichen Jahr, d.h. der enormen Summe von 52,6 Mrd. Euro. Zweifellos sind derartige Zahlen mit Vorsicht zu behandeln, um die der Branche entstandenen Verluste nicht unangemessen aufzublähen; dennoch vermitteln die Angaben zu „italienisch klingenden“ Produkten eine gewisse Vorstellung davon, mit welchen Problemen die legalen Hersteller im Umgang mit Imitationen aller Art konfrontiert sind.

Bezüglich der Getränkeindustrie teilte der Europäische Markenverband (AIM) mit, dass die Maßnahmen der Spirituosenbranche gegen Produktpiraterie im Jahr 2004 zur Beschlagnahme von mehr als einer Million Fälschungen und zur Schließung von 148 Produktionsanlagen für Fälschungen führten. Nach Einschätzung der Branche betrug die kumulative Produktionskapazität in diesen Produktionsanlagen über einen Zeitraum von 12 Monaten 155 000 Kisten mit einem potenziellen Einnahmewert von insgesamt rd. 19 Mio. Euro.

Laut einem alarmierenden Bericht, der auf der Website der Food & Drink Europe¹ veröffentlicht wurde, handelte es sich bei rd. 40% der im ersten Halbjahr 2003 in Russland verkauften alkoholischen Getränke und bei 36% der Nahrungsmittel um Fälschungen. Der Verkauf von Fälschungen sei ein zunehmendes Problem, das Moskau jedes Jahr über 1 Mrd. US-\$ koste.

Der Bericht zitierte die jüngsten Zahlen der staatlichen Handelsinspektion des Wirtschaftsministeriums, die wiederum auf etwa 3 000 in diesem Zeitraum durchgeführten Inspektionen basierten, bei denen in 48% der Fälle Verstöße gegen das Gesetz festgestellt wurden. Mehr als 2 000 Vertriebsstellen wurden geschlossen und Fälschungen im Wert von 1 Mio. US-\$ konfisziert.

1. www.foodanddrinkeurope.com/news vom 31. Oktober 2003.

In einem von Food Production Daily² veröffentlichten Bericht aus dem Jahr 2005 wird die russische Behörde für Gesundheits- und Verbraucherschutz zitiert, nach deren Aussage der russische Markt in einigen Bereichen bis zu 94% aus Nahrungsmittelfälschungen besteht. Im Jahr 2004 beschlagnahmte die Behörde Waren im Wert von fast 10 Mio. Euro und erließ zahlreiche Anweisungen zur Vernichtung von Produktfälschungen nach der Inspektion der Nahrungsmittel durch Branchenverbände und Hersteller.

Nach Angaben der Europäischen Kommission ist die Zahl der registrierten Fälle in den vergangenen Jahren zwar relativ konstant geblieben (und macht nur einen sehr geringen Teil der insgesamt verzeichneten Fälle aus), wurden im Jahr 2005 aber dennoch 5,2 Millionen gefälschte Nahrungsmittel, Getränke und Alkohol aufgegriffen, was einem Anstieg um 118% gegenüber 2003 entspricht (Europäische Kommission, Taxud, 2005). Der Bericht der Europäischen Kommission verweist auch darauf, dass es sich bei den meisten beschlagnahmten Produktfälschungen um normale im Haushalt gebrauchte Produkte (darunter alltägliche Nahrungsmittel, Getränke und Alkohol) und weniger um Luxusgüter handelte und die Fälschungen auf Grund ihrer hohen Qualität ohne technisches Fachwissen als solche oft nicht zu identifizieren sind.

Diese Berichte sind mit gewissem Vorbehalt zu betrachten, zumal (wie bereits in diesem Abschnitt erwähnt) nicht sicher ist, ob bei allen genannten Vorfällen tatsächlich geistige Eigentumsrechte verletzt wurden. Gleichwohl liefern sie eine gewisse Vorstellung vom Ausmaß des Problems in einigen wichtigen Märkten (selbst wenn keine exakten Messungen vorliegen); und zumindest geht aus solchen Berichten hervor, dass in der Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie größere Mengen an Fälschungen in der einen oder anderen Form im Umlauf sind.

11.7 Wichtigste Effekte der Produktpiraterie in diesem Sektor

11.7.1 Auswirkungen auf Hersteller

Die Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie lieferte relativ wenig Informationen über die Auswirkungen der Produktpiraterie auf die Unternehmen. Bezüglich der wirtschaftlichen Effekte gab ein Umfrageteilnehmer aus der Spirituosenbranche an, er schätze sein gesamtes Umsatzverlustrisiko in Verbindung mit Fälschern auf mindestens 54 Mio. US-\$. Darüber hinaus investiere das Unternehmen zum Schutz seiner Marken jedes Jahr erhebliche Beträge in realisierbare Maßnahmen gegen Produktpiraterie. Da die Fälscher rasch auf Veränderungen an der Verpackung und andere Sicherheitsmaßnahmen reagierten, müssten diese ständig weiterentwickelt werden. Solche Maßnahmen betreffen u.a. nicht wiederbefüllbare Flaschen und Behälter, ausgefallene Verpackungen sowie sichtbare und versteckte Elemente und Markierungen zur Identifizierung der Originalprodukte.

Das Unternehmen wendet jährlich nicht weniger als 75 Mio. US-\$ für dieses kontinuierliche Schutzprogramm gegen Produktpiraten auf. Diese Beträge liefern einen Anhaltspunkt für die finanzielle Belastung, die den Unternehmen durch Umsatzverluste und Vorsorgemaßnahmen in diesem Sektor entsteht, in dem eine große Anzahl von Marken zu schützen ist. Ferner geht daraus hervor, dass sich die Hersteller durchaus der Auswirkungen der Produktpiraterie auf den Markenwert bewusst sind.

2. www.foodproductiondaily.com/news vom 13. Mai 2005.

11.7.2 *Gesundheitliche Aspekte*

Da Nahrungsmittel und Getränke für den menschlichen Verzehr bestimmt sind, geht in diesem Sektor von nicht normgerechten Produktfälschungen, die dem arglosen Verbraucher angeboten werden, ein Gesundheitsrisiko aus. Wie die Branche hervorhebt, können die durch den Konsum solcher Produkte verursachten gesundheitlichen Probleme von Kopfschmerzen bis hin zum Tod reichen.

Fälle von gefälschter Babynahrung (die bei mehreren Kindern zum Tod geführt hat) wurden aus China und anderen Ländern bekannt ebenso wie Produktfälschungen internationaler Spirituosenmarken (vor allem Wodka auf Grund seines relativ neutralen Geschmacks), bei denen das Originalprodukt durch schlecht destillierten und daher potenziell gesundheitsgefährdenden Alkohol ersetzt wurde.

Im Allgemeinen würden nur wenige Verbraucher wissentlich gefälschte oder nachgeahmte Nahrungsmittel oder Getränke kaufen, es sei denn, sie wüssten vorher, dass die betreffenden Produktfälschungen für den Verzehr geeignet sind. Bei Nahrungsmitteln und Getränken dürfte die Möglichkeit schwerwiegender gesundheitlicher Folgen für die meisten Kunden einfach ein zu großes Risiko sein. Daher setzen die Fälscher alles daran, ihre Produkte so originalgetreu wie möglich aussehen zu lassen, was ihnen auch immer leichter gelingt.

Abgesehen von der Täuschung der Kunden durch das äußere Erscheinungsbild besteht auch ein Risiko, dass je mehr Mühen und Kosten in die Verpackung gehen, desto weniger für den Inhalt aufgewendet wird und somit die Möglichkeit steigt, dass von den Produktfälschungen ein Gesundheitsrisiko ausgeht. Andererseits ist es unwahrscheinlich, dass die Fälscher vorsätzlich gesundheitsgefährdende Produkte herstellen, da dies ihren Umsatz verringern und somit die potenzielle Rendite ihrer Investitionen schmälern würde.

Natürlich können sich auch gesundheitlich unbedenkliche Produktfälschungen für die Originalprodukthersteller negativ auswirken. Das ist vor allem dann der Fall, wenn den Kunden nicht bewusst ist, dass sie eine Fälschung gekauft haben und sie davon ausgehen, das Originalprodukt erworben zu haben. Für die Hersteller von Nahrungsmitteln und Getränken ist diese Kundenreaktion insbesondere dann problematisch, wenn in Verbindung mit den Fälschungen Gesundheitsrisiken vermutet werden (selbst wenn sich dies letztlich als unbegründet erweist).

Derartige Sekundäreffekte können für den Markt verheerende Folgen haben, da u.U. umfangreiche Rückrufaktionen erforderlich sind und es Jahre dauern kann, bis der Originalprodukthersteller das Vertrauen der Kunden zurückgewonnen hat. Diese Besorgnis wurde von mehreren Teilnehmern an der OECD-Umfrage geäußert. Diesbezüglich weist der Nahrungsmittel- und Getränkektor einige ähnliche Merkmale auf wie andere Branchen, in denen Gesundheits- und Sicherheitsaspekte eine Rolle spielen (wie Pharmaindustrie und Automobilbau), und ist folglich mit ganz anderen Problemen konfrontiert als Sektoren, die Produkte herstellen, bei denen Gesundheits- und Sicherheitsrisiken nicht ins Gewicht fallen.

Daher sehen sich Nahrungsmittel- und Getränkehersteller durch Produktpiraterie in zweierlei Hinsicht möglichen Nachteilen ausgesetzt: 1. den üblichen negativen Effekten auf Umsatz, Einnahmen, Markenwert und Kundentreue und 2. potenziellen regulatorischen und rechtlichen Aspekten, wenn Kunden nach dem Konsum gefälschter Produkte erkranken oder sterben, selbst wenn die Originalprodukthersteller daran keinerlei Schuld tragen.

11.7.3 Sonstige Effekte

Ein weiterer hier speziell zu erwähnender Punkt ist, dass bei Spirituosen (ebenso wie bei Zigaretten) dem Staat wahrscheinlich Einnahmen aus Verbrauchsteuer- und anderen Steuerabgaben entgehen; dieser direkte Effekt kommt bei anderen Produkten, die nur der allgemeinen Besteuerung unterliegen, weniger zum Tragen.

11.8 Gegenmaßnahmen

Ein besonderes Merkmal des Nahrungsmittel- und Getränke-sektors besteht darin, dass die Produktion vieler Erzeugnisse auf seit langem bestehenden, traditionellen und häufig geheimen Verfahren und Rezepten beruht. So hergestellte Produkte wären normalerweise durch Patente geschützt, mehrere Umfrageteilnehmer erklärten jedoch, wenig Vertrauen in die ihnen zur Verfügung stehenden nationalen und internationalen Rechtssysteme zu haben, um ihre Rezepte und Verfahren zu schützen, wenn diese an die Öffentlichkeit gelangen; aus diesem Grund ziehen sie es vor, die betreffenden Verfahren und Rezepte einfach geheim zu halten. Einige dieser Umfrageteilnehmer schilderten komplexe Sicherheitsmaßnahmen, durch die die Geheimhaltung gewährleistet wird. Bezeichnend ist vielleicht, dass keiner der Teilnehmer über Patentverletzungen oder Verstöße gegen Geheimhaltungsvereinbarungen berichtete.

Die genannten Probleme bezogen sich zum größten Teil auf Substitute und Nachahmungen (im Wesentlichen eher Marken- als Patentverletzungen). Die Maßnahmen gegen derartige Verstöße beschränkten sich weitgehend auf zivilrechtliche Schritte seitens der Inhaber geistiger Eigentumsrechte, beispielsweise schriftliche Unterlassungsaufforderungen, in denen Einzelhändler ersucht wurden, die Verletzung der Rechte an den betreffenden Marken und eingetragenen Mustern einzustellen. Als Gegenmaßnahme wurden auch Razzien mit Unterstützung der örtlichen Behörden genannt; durch derartige Aktionen erhöhten sich jedoch die Kosten für Schutzmaßnahmen erheblich.

Als Beispiel für ein solches Vorgehen gab ein Umfrageteilnehmer an, dass es in China möglich ist, Maßnahmen auf „administrativer“ Ebene einzuleiten (d.h. auf Ebene der Kommunal- und Stadtverwaltung) und die Durchführung von Razzien sowie die Vernichtung der rechtsverletzenden Waren relativ kurzfristig zu erreichen – bei einem Kostenaufwand von rd. 2 000-5 000 US-\$ pro Aktion. Außerdem besteht die Möglichkeit, größere Rechtsverletzer vor Gericht zu bringen, allerdings belaufen sich die Gerichtskosten selbst bei einfachen Fällen schätzungsweise auf mindestens rd. 20 000 US-\$.

Während praktisch alle Umfrageteilnehmer angaben, anhand von Personalberichten und Beobachtung der Marktaktivitäten ihre eigene Markenaufsicht zu betreiben, gingen einige insofern wesentlich weiter als sie Ermittler und lokale Fahnder engagierten. Dadurch gestalten sich die Ermittlungen intensiver, die Kontrolle vor Ort ist besser, und es können direkte Kontakte zur Polizei und zu den Rechtsdurchsetzungsbehörden vor Ort geknüpft werden. Diese Vorgehensweise ist relativ wirksam, aber für die betreffenden Unternehmen auch recht kostenaufwendig.

Die umfassendste koordinierte Maßnahme haben vor 20 Jahren die Spirituosenhersteller verschiedener Länder ergriffen, als sie einen eigenen Branchenverband (die *International Federation of Spirits Producers* – IFSP)³ gründeten und finanzierten. An der IFSP sind acht Großunternehmen sowie regionale und lokale Niederlassungen mehrerer anderer Firmen beteiligt. Die Ziele des Verbands sind:

3. Siehe www.ifspglobal.com.

- Bekämpfung der Produktpiraterie bei alkoholischen Getränken;
- Unterstützung rechtlicher Schritte seitens der Rechtsdurchsetzungsbehörden und anderer zuständigen Stellen gegen Akteure, die an der Produktion, dem Verkauf oder dem Vertrieb gefälschter Spirituosen beteiligt sind, und
- Zusammenarbeit mit allen einschlägigen Behörden durch Bereitstellung von Informationen, Schulungen zu Analysetechniken und Beratung im Hinblick auf gefälschte Spirituosen.

Im Rahmen der OECD-Umfrage gaben Vertreter der Branche an, dass die IFSP den Rechtsdurchsetzungsbehörden als zentrale Anlaufstelle dient, wodurch die Branche die Duplizierung von Ermittlungen vermeiden kann und es den Herstellern ermöglicht wird, in öffentlichen und privaten Foren mit einer Stimme zu sprechen. Das Augenmerk der IFSP ist auch speziell auf Märkte gerichtet, wo die Produktion von Fälschungen ausgeprägt ist oder wo die Fälscher einen sicheren Hafen für den Export ihrer Produkte finden. Allerdings räumt die Branche auch ein, dass die Produktpiraterie trotz dieser umfassenden und recht kostenintensiven Anstrengungen (die Kosten der IFSP belaufen sich auf rd. 3 Mio. US-\$ pro Jahr) nicht wesentlich nachgelassen hat.

Weitere von Unternehmen in diesem Sektor ergriffene Maßnahmen erstrecken sich auf technische Elemente, die Fälscher abschrecken sollen, wie Hologramme, Mikropunkte, Veränderungen an gedruckten Datencodes, Verbrauchsdatumsangaben, Chargennummern und Markierungen. Allerdings merkten die Umfrageteilnehmer auch an, dass die Fälscher immer rascher auf diese technischen Lösungen reagieren, wobei ihnen die zunehmend bessere (und billigere) Produktions-, Datenverarbeitungs- und Drucktechnik zugute kommt.

Eine Bemerkung, die die meisten Teilnehmer aus dieser Branche machten und die bei der OECD-Erhebung auch in allen anderen Sektoren zum Ausdruck kam, bezog sich auf die für die Bekämpfung der Produktpiraterie zugeteilten staatlichen Ressourcen (Polizei, Ermittlungsbehörden, Staatsanwälte, Gerichte usw.), die allgemein als unzureichend erachtet wurden und die die relativ geringe Priorität (nicht unbedingt die geringe Bedeutung) widerspiegeln, die dem Problem der Produktpiraterie im Vergleich zu anderen Gesetzesverstößen wie Drogenhandel oder Waffen- und Menschen schmuggel beigemessen wird. Die Vertreter der Wirtschaft kritisierten diesen Umstand besonders in Fällen, in denen eine solide Gesetzesgrundlage vorhanden ist, es aber noch an einer wirksamen Durchsetzung mangelt.

Oder anders ausgedrückt, die Erfahrungen in diesem Sektor bestätigen die allgemeine Ansicht, dass Regierungen und Behörden die Produktpiraterie zwar als ernsthaftes wirtschaftliches Problem erkannt haben, diese jedoch allgemein als relativ „harmloses Delikt“ (und in zahlreichen Fällen überhaupt nicht als Gesetzesverstoß) betrachten, weshalb der Produktpiraterie bei der Allokation knapper Mittel im Vergleich zu anderen illegalen Tätigkeiten eher eine geringe Priorität eingeräumt wird.

In diesem Zusammenhang äußerten viele Umfrageteilnehmer (aus allen in die Erhebung einbezogenen Sektoren) einen weiteren Punkt: Ihrer Ansicht nach sind die Strafverfolgung und sonstigen rechtlichen Schritte gegen Produktpiraterie in der Durchführung schwierig und kostenaufwendig, und die Strafen und Geldbußen sind selten ausreichend, um die Produktpiraten abzuschrecken. Darin spiegelt sich die allgemeine Auffassung wider (die laut der OECD-Erhebung von nahezu allen Branchen geteilt wird), dass die Anstrengungen zur Bekämpfung dieses Phänomens letztlich immer unzureichend sein werden, solange die Bedeutung der mit der Produktpiraterie verbundenen Probleme nicht anerkannt wird.

Bezüglich des Nahrungsmittel- und Getränke-sektors wurden häufig folgende Aspekte als Belege dafür angeführt, dass die Produktpiraterie kein Kavaliersdelikt ist, sondern ernsthafte Schäden anrichtet:

- Viele Nahrungsmittel und Getränke sind u.U. nicht normgerecht, verunreinigt oder in anderer Form gefährlich und können, wenn sie konsumiert werden, ernsthafte gesundheitliche Probleme bis hin zum Tod verursachen.
- Es gibt Anhaltspunkte dafür, dass kriminelle Vereinigungen in der Branche aktiv sind, vor allem im Bereich Spirituosen, in dem die Fälscher umfangreiche Investitionen tätigen müssen, um hohe Gewinne zu realisieren.
- Einige Umfrageteilnehmer berichteten von Fällen, in denen ihre Mitarbeiter von Kriminellen, die ihre Piraterieaktivitäten schützen wollten, bedroht und angegriffen wurden.
- Bei einigen Produkten (insbesondere Spirituosen) entstehen dem Staat durch Produktpiraterie Einnahmeausfälle bei Verbrauchsteuern und anderen Abgaben.
- Die Produktpiraterie schafft sich verbundene Aktivitäten in vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbereichen und untergräbt damit die Rechtsstaatlichkeit.

In einigen Aussagen wurden gut koordinierte staatliche Maßnahmen gegen die Produktpiraterie befürwortet, wobei die Verordnungen der Europäischen Union im Zollbereich die Identifizierung verdächtiger Waren erleichtern und gezielte Aktionen ermöglichen dürften. In diesem Zusammenhang wurde speziell die Richtlinie der Europäischen Kommission zur Durchsetzung der Rechte des geistigen Eigentums⁴ erwähnt, die einen koordinierteren Ansatz im Umgang mit Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums ermöglichen wird. Derartige Maßnahmen wurden von den Teilnehmern als Beispiel für die Art von Unterstützung angeführt, die von einigen staatlichen und behördlichen Stellen für den Schutz des geistigen Eigentums gewährt wird und damit die von den Rechteinhabern unternommenen Aktionen des Privatsektors stärkt.

Im Gegenzug wurde jedoch auch wiederholt kritisiert, dass die Bekämpfung der Produktpiraterie letztlich keine ausreichende Unterstützung und Ressourcenausstattung von staatlicher Seite erhält, und aus Sicht der Wirtschaft bei weitem nicht genügend gemeinsame Anstrengungen unternommen werden, um die durch die Produktpiraterie verursachten Probleme in angemessener Weise anzugehen. In einigen Fällen bemängelten die Teilnehmer, dass die Gesetze des jeweiligen Landes unzulänglich seien oder nicht effektiv durchgesetzt würden, was die Anstrengungen der Zoll- und Aufsichtsbehörden sowie der Rechteinhaber für eine wirkungsvolle Bekämpfung der Produktpiraterie behindern und untergraben würde.

11.9 Mögliche gezielte Maßnahmen zur Lösung der Probleme in diesem Sektor

Bei Beantwortung des OECD-Fragebogens schlugen die Umfrageteilnehmer eine Reihe von Möglichkeiten vor, wie Staat und Wirtschaft ihre Kapazitäten zur Bekämpfung der Produktpiraterie verbessern könnten:

- Ausweitung und Harmonisierung der Eintragung und Kontrolle von Marken sowie der Maßnahmen zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie;
- Einführung strenger strafrechtlicher Sanktionen gegen Rechtsverletzer mit abschreckender Wirkung, statt vorrangig auf zivilrechtliche Maßnahmen zurückzugreifen;

4. Richtlinie 2004/48/EG.

- Regierungen und internationale Organisationen müssen Maßnahmen ergreifen, um das Wissen von Rechtsdurchsetzungsbehörden und Originalproduktherstellern zu bündeln und die Durchsetzungsmaßnahmen wirksamer zu gestalten;
- die Schulung von Personal der Rechtsdurchsetzungs- und Justizbehörden ist unabdingbar;
- Untersuchung der Möglichkeit, Artikel 51 des TRIPS-Übereinkommens zu ändern, um seinen Geltungsbereich in allen Ländern auf die Kontrolle von Export-, Transit- und Umschlaggütern auszuweiten;
- Verstärkung der an die Verbraucher und die breite Öffentlichkeit gerichteten Informations- und Sensibilisierungskampagnen, da viele Verbraucher nach wie vor kein Problem darin sehen, gefälschte Produkte zu kaufen (vermutlich bezieht sich diese Forderung auf Produkte, bei denen es sich ganz offensichtlich um Fälschungen handelt, und nicht auf Waren, bei denen die Verbraucher getäuscht werden und die sie in der Überzeugung kaufen, dass es sich um das Originalprodukt handelt).

11.10 Zusammenfassung

Es überrascht vielleicht, dass man im Nahrungsmittel- und Getränkektor offenbar der Ansicht ist (wenn auch über ihre tatsächliche Verbreitung Unklarheit besteht), dass die hohen Produktionsanforderungen für bestimmte Produkte, die Schwierigkeiten in Verbindung mit der Handhabung und dem Transport von Nahrungsmitteln und Getränken (insbesondere leicht verderblichen) und die niedrigen Gewinnspannen viele potenzielle Fälscher abschrecken und daher das in diesem Sektor beobachtete Ausmaß der Produktpiraterie vergleichsweise gering ist.

Andererseits gaben einige Umfrageteilnehmer schwere Fälle von Produktpiraterie und Markenmissbrauch an und verwiesen auf die zunehmenden Fertigkeiten der Fälscher bei der Nachahmung des Originals hinsichtlich des optischen und haptischen Erscheinungsbilds der Verpackung.

Ein Teilnehmer erklärte sogar, dass mit fortschreitender Technologieentwicklung auch die Produktfälschung an sich ein höheres Niveau erreicht und bessere Fälschungen nicht nur gut aussehen, sondern auch die Qualität der Produkte passabel ist und die Fälscher sozusagen ihre eigenen Sparten für akzeptable Fälschungen einrichten, für die sich dann ein fester Kundenstamm bildet.

Angesichts dieser zunehmenden Fertigkeiten und der stets bestehenden ernsthaften Gesundheitsrisiken für Verbraucher, die unwissentlich gefälschte Nahrungsmittel oder Getränke konsumieren, sollte jegliche Sorglosigkeit in Bezug auf Produktpiraterie in diesem Sektor ausgeräumt werden, da die Hersteller sowohl am Markt als auch in finanzieller und juristischer Hinsicht mit schwerwiegenden Auswirkungen konfrontiert sein können, wenn ihre Produkte von den Kunden – zu Recht oder zu Unrecht – mit möglicherweise gesundheitsgefährdenden Fälschungen und Substituten in Verbindung gebracht werden.

Wenngleich anerkannt wird, dass sich die staatlichen Stellen den durch Produktpiraterie verursachten Problemen nicht gänzlich verschließen, wird ihr generelles Engagement – vor allem was die Zuteilung von Ressourcen zur Bekämpfung der Produktpiraterie betrifft – von dieser Branche in der Regel nach wie vor als unzureichend empfunden.

Tabelle 11.1 Propensität zur Produktion und zum Konsum gefälschter Nahrungsmittel und Getränke

FÜR DIE HERSTELLER	AUSWIRKUNGEN AUF DIE PRODUKTIONSPROPENSITÄT
Ertrag je Produktionseinheit	<p>Allgemein niedrige Gewinnspannen</p> <p>Nach Ansicht der Branche wirken trotz Einsparung von FuE- und Werbekosten der hohe Aufwand für Herstellung, Transport und Vertrieb (vor allem bei sperrigen oder leicht verderblichen Waren) sowie die niedrigen Gewinnspannen auf viele potenzielle Fälscher abschreckend.</p>
Marktumfang	<p>Großer Massenmarkt</p> <p>Potenziell sehr großer Markt, da sich Nahrungsmittel und Getränke weltweit verkaufen lassen und somit jedes Land als potenzieller Markt in Frage kommt.</p>
Markenmacht des Originalprodukts	<p>Hoch</p> <p>Viele Marken im Nahrungsmittel-/Getränkesektor sind weltweit vertreten, und einige sind auch in anderen Sektoren als führende Marken bekannt. Viele haben sich außerdem einen Ruf für Sicherheit, Qualität und Beständigkeit erworben, und Markenprodukte erhalten durch Werbung und Verkaufsförderung Unterstützung.</p>
Herstellung, Vertrieb und technische Aspekte	
Produktionsinvestitionen	<p>Moderate Investitionen erforderlich</p> <p>Für die Herstellung von Nahrungsmitteln und Getränken sind moderate Investitionen notwendig, wobei sich die meisten Zutaten jedoch leicht ersetzen lassen (z.B. minderwertiger Tee anstelle des qualitativ hochwertigen Originalprodukts), und mit Hilfe der Technik lässt sich eine identische Verpackung herstellen. Die erforderlichen Investitionen stellen somit für potenzielle Fälscher wahrscheinlich kein wesentliches Hindernis dar.</p> <p>Die Kosten für die Produktion qualitativ hochwertiger Verpackungen und die Herstellung von manchen Fälschungen könnten fast so hoch sein wie bei den Originalprodukten; hingegen könnten die Produktionskosten bei Verwendung billigerer Substitute von minderer Qualität erheblich niedriger sein. Alles in allem sind diese Kosten wohl als relativ schwacher negativer Faktor zu betrachten.</p>
Technik	<p>Technik stellt kein Hindernis dar</p> <p>Für die Produktion bestimmter Nahrungsmittel und Getränke ist eine gewisse technische Ausstattung erforderlich, was aber kein wesentliches Hindernis darstellt, vor allem dann nicht, wenn bei der Herstellung der Fälschung ein minderwertiges Ausgangsmaterial zum Einsatz kommt.</p>
Logistik	<p>Logistik ist ein Problem</p> <p>Nach Ansicht der Branche sind Handhabung, Transport und Vertrieb von Nahrungsmitteln/Getränken, vor allem bei leicht verderblichen Waren, weitaus komplexer und kostenaufwendiger als bei anderen Produkten. Daher müssen die Fälscher spezialisiert und/oder gut organisiert sein, um viele Produkte in diesem Sektor handhaben zu können, wodurch der Sektor für die Fälscher in der Regel an Attraktivität einbüßen dürfte.</p>
Marketing und Produktabsatz	<p>Könnten mit Schwierigkeiten verbunden sein</p> <p>In der Regel müssen Nahrungsmittel und Getränke, mit denen der Kunde getäuscht werden soll, über etablierte Lieferketten und anerkannte Einzelhändler vertrieben und verkauft werden. Das könnte sich in vielen Fällen als schwierig erweisen und ein Faktor sein, der die Attraktivität dieser Art von Produkten für Fälscher mindert. Andererseits könnte dies das Engagement krimineller Vereinigungen begünstigen, die in der Lage sein dürften, mit solchen komplexen Problemen umzugehen.</p>
Verschleierung	<p>Vom jeweiligen Produkt abhängig. Manche Produkte sind mit aufwendigen Verarbeitungsprozessen verbunden und erfordern Produktions- und Verpackungsanlagen. Eine solche Aktivität lässt sich kaum effektiv vertuschen. Andererseits können einfache Substitutionen in kleinen mobilen Produktionseinheiten durchgeführt werden.</p>
Täuschung	<p>Kunden sind leicht zu täuschen</p> <p>Viele Nahrungsmittel und Getränke werden auf Grund ihres Markennamens und des äußeren Erscheinungsbilds gekauft. Mit kostengünstiger Technik können Fälscher realistisch erscheinende Verpackungen und Markierungen produzieren, durch die sich der Kunde im Allgemeinen täuschen lässt. Selbst beim Verzehr fällt dem Kunden unter Umständen nicht auf, dass es sich bei dem Produkt um eine Fälschung handelt, vor allem wenn er das Originalprodukt zuvor nie konsumiert hat und somit keinen Vergleich anstellen kann.</p>

Institutionelle Merkmale

Entdeckungsgefahr	Gering, jedoch strenge Überwachung Da weltweit jeden Tag große Mengen an Nahrungsmitteln und Getränken produziert, transportiert und konsumiert werden, ist es besonders schwierig, Produktfälschungen aufzudecken. Andererseits unterliegen die Produkte auf Grund der potenziellen Gesundheitsrisiken (die nicht unbedingt nur von Produktfälschungen ausgehen) umfassenden Überwachungs- und Kontrollmaßnahmen, um zu gewährleisten, dass sie den Gesundheitsstandards entsprechen, wodurch die Wahrscheinlichkeit der Aufdeckung steigt. Alles in allem könnte dieser Aspekt die Fälscher sowohl verleiten als auch abschrecken.
Rechtsdurchsetzung	Bei Aufdeckung erfolgt mit hoher Wahrscheinlichkeit eine Strafverfolgung Auf Grund der potenziellen Gesundheitsrisiken, die mit minderwertigen Produkten verbunden sind, könnte die Wahrscheinlichkeit einer Strafverfolgung sehr hoch sein; diesen Faktor müssen die Fälscher einkalkulieren.
Strafen	Wahrscheinlichkeit eines hohen Strafmaßes Da es um Nahrungsmittel und Getränke geht, kann deren Fälschung oder Substitution mit empfindlichen Strafen geahndet werden, vor allem wenn die rechtlichen Schritte nach Strafrecht und nicht nach Zivilrecht eingeleitet werden.

FÜR DIE VERBRAUCHER AUSWIRKUNGEN AUF DIE KONSUMPROPENSITÄT BEI OFFENEN FÄLSCHUNGEN**Produktmerkmale**

Preis	Relativ geringe Kosteneinsparungen Bei den meisten Nahrungsmitteln (außer bei hochpreisigen Luxusmarken) werden die Kosten für die Fälschungen wohl niedriger sein als für das Originalprodukt, sie werden jedoch nicht wesentlich darunter liegen, und der Kostenunterschied wird vor allem dann gering ausfallen, wenn ein großer Aufwand zur Täuschung der Kunden betrieben wird. Niedrigere Preise könnten die Verbraucher allerdings trotz der möglichen Gesundheitsrisiken veranlassen, die Fälschungen als akzeptable Ersatzprodukte zu betrachten.
Produktqualität und -merkmale	Äußerliches Erscheinungsbild nah am Original Berichten zufolge ähneln Fälschungen in ihrem äußeren Erscheinungsbild sehr den Originalprodukten. Die Kunden sind u.U. auch nicht in der Lage, geschmackliche Unterschiede festzustellen.
Statusverschleierung	Ansehen ist kein Faktor Abgesehen von einigen wenigen Produkten wie Sportgetränken, Spirituosen der einen oder anderen Art und bestimmten Luxusgütern (z.B. Kaviar) dürfte das Image kein wesentlicher Faktor für den Konsum von gefälschten Nahrungsmitteln und Getränken sein.

Verbrauchermerkmale

Gesundheitsrisiken	Potenziell hoch Dies dürfte angesichts der möglichen Auswirkungen von minderwertigen oder verunreinigten Zutaten in Nahrungsmitteln und Getränken ein ganz wichtiger Bestimmungsfaktor sein. Aber der Erfolg der Fälscher hängt ja gerade davon ab, dass es ihnen gelingt, Kunden soweit zu täuschen, dass sie glauben, das Originalprodukt gekauft zu haben. Alles in allem ist davon auszugehen, dass Gesundheitsaspekte eine ausschlaggebende Rolle spielen, vor allem wenn die Verbraucher vor den potenziellen Gefahren gewarnt sind, was bewirken könnte, dass sie (wissentlich oder unwissentlich) weniger Produktfälschungen kaufen.
Sicherheitsrisiken	Kein wesentlicher Faktor Es bestehen keine offensichtlichen Sicherheitsprobleme.
Persönliche Wertvorstellungen	Kein Faktor Es ist unwahrscheinlich, dass persönliche Werte in diesem Sektor eine wichtige Rolle spielen.
Entdeckungsgefahr	Gering Das Risiko der Entdeckung dürfte für den Kunden eher gering sein, da er eher in der Opferrolle ist und die Ermittlungen am erfolgversprechendsten sein dürften, wenn sie direkt gegen die Hersteller sowie die Vertriebs- und Verkaufsstellen gerichtet sind.
Verfolgungsgefahr	Gering Die Wahrscheinlichkeit einer strafrechtlichen Verfolgung ist gering, vor allem da der getäuschte Kunde in der Regel eher als Opfer denn als Täter betrachtet wird, wenn er gefälschte Produkte konsumiert.

Strafen	<p>Gering</p> <p>Selbst wenn ein Endverbraucher entdeckt und strafrechtlich verfolgt wird, dürften die Strafen für ihn niedrig sein.</p>
Verfügbarkeit und Leichtigkeit des Erwerbs	<p>Nicht unbedingt einfach oder zumindest nicht offensichtlich</p> <p>Da Nahrungsmittel/Getränke im Allgemeinen über normale Lieferketten vertrieben werden, könnte es für die Verbraucher eher schwierig sein, gezielt Produktfälschungen zu kaufen bzw. zu merken, wenn sie Fälschungen gekauft haben.</p>

Literaturverzeichnis

- Europäischer Markenverband (AIM) (2005), “Briefing Paper – Faking it: Why Counterfeiting Matters”, www.aim.be/docs
- FEDERALIMENTARE (2003), “Cibo Italiano, tra Imitazione e Contraffazione”(Italienische Lebensmittel zwischen Nachahmung und Produktpiraterie), Dezember 2003.
- Europäische Kommission, TAXUD (2003), “Statistiken über die Beschlagnahmen an den Außengrenzen der EU”, 2003.
- Europäische Kommission, TAXUD (2004), “Statistiken über die Beschlagnahmen an den Außengrenzen der EU”, 2004.
- Europäische Kommission, TAXUD (2005), “Statistiken über die Beschlagnahmen an den Außengrenzen der EU”, 2005.

Kapitel 12

ARZNEIMITTEL

12.1 Überblick

Zweck dieses Kapitels¹ ist es, einen Überblick über die Fälschungsaktivitäten im Arzneimittelbereich zu vermitteln, deren Ausmaß und Trends zu bewerten, ihre Auswirkungen auf Patienten/Verbraucher, Unternehmen und Staat zu untersuchen und Maßnahmen zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie zu analysieren.

Die Fälschung und unerlaubte Nachahmung von Arzneimitteln ist insofern eine vorsätzliche Täuschung von Patienten, Erbringern von Gesundheitsleistungen und Anbietern der authentischen Produkte, als diese unwissentlich Erzeugnisse erwerben, die nicht auf Qualität, Sicherheit und Wirksamkeit geprüft sind. So verletzen gefälschte Arzneimittel sehr häufig Rechte des geistigen Eigentums, sie verstoßen gegen die Gesundheits- und Sicherheitsgesetze und -bestimmungen und können mit gravierenden Folgen für die öffentliche Gesundheit verbunden sein.

Auf Grund ihrer unmittelbaren Auswirkungen auf die menschliche Gesundheit gehören Arzneimittel verständlicherweise zu den am stärksten regulierten Produkten. Infolgedessen fallen Aktivitäten der Produkt- und Markenpiraterie im Arzneimittelsektor in den meisten Ländern unter eine Fülle von Gesetzen und Bestimmungen, u.a. im Bereich der Regulierung von Arzneimitteln, des Schutzes geistiger Eigentumsrechte, des Strafrechts, der Zoll- und Grenzkontrolle usw.². Neben dem jeweils geltenden nationalen Recht kann im Hinblick auf den internationalen Schutz geistigen Eigentums auch das Übereinkommen über handelsbezogene Aspekte der Rechte des geistigen Eigentums (TRIPS) zur Anwendung kommen. Obwohl das Thema Produkt- und Markenpiraterie im Arzneimittelbereich in diesem Kapitel hauptsächlich unter dem Aspekt des geistigen Eigentums betrachtet wird, muss betont werden, dass der größte Schaden, den Arzneimittelfälschungen anrichten, in ihren schlimmen Folgen und Auswirkungen für die menschliche Gesundheit besteht³.

-
1. Das Kapitel wurde Mitte 2007 abgeschlossen und stützt sich überwiegend auf Daten und Informationen aus den Jahren 2004, 2005 und 2006. Ein detaillierterer Bericht, der sich ausschließlich mit der Fälschung von Arzneimitteln befasst und die aktuellsten Daten und Informationen für 2007-2008 enthält, wird 2008 von der OECD herausgegeben.
 2. In der Tat lässt sich ein und dasselbe Vorkommnis unter verschiedenen Gesichtspunkten betrachten und einstufen. Zum Beispiel kann die Herstellung eines gefälschten Arzneimittels eine Verletzung geistiger Eigentumsrechte darstellen, einen Verstoß gegen die Vorschriften und eine strafbare Handlung, und folglich kann unter jedem dieser Aspekte gegen sie vorgegangen werden.
 3. Nach Angaben der Weltgesundheitsorganisation (WHO) ist ein gefälschtes Arzneimittel „ein Präparat, das hinsichtlich Identität und/oder Herkunft vorsätzlich und in betrügerischer Absicht falsch gekennzeichnet ist. Das Fälschen kann sowohl Markenprodukte als auch Generika betreffen“. IMPACT, „Counterfeit Medicines: An Update on Estimates“, herausgegeben am 15. November 2006.

Tabelle 12.1 Weltweiter Arzneimittelumsatz nach geografischer Region (in US-\$) und nach prozentualen Anteilen am Weltumsatz

Weltweiter Arzneimittelumsatz Gesamter Weltmarkt überprüfte und nicht überprüfte Daten	2001		2002		2003		2004 ¹		2005 ²		2006 ³	
	Mrd. US-\$	In %	Mrd. US-\$	In %	Mrd. US-\$	In %	Mrd. US-\$	In %	Mrd. US-\$	In %	Mrd. US-\$	In %
Nordamerika	181.8	47.0	203.6	47.8	229.5	46.6	248	45.1	265.7	47.0	289.9	47.7
Europäische Union	88.0	22.7	90.6	21.2	115.4	23.4	144	26.2	169.5	30.0	181.8	29.9
Japan	47.6	12.3	46.9	11.0	52.4	10.6	58	10.5	60.3	10.7	56.7	9.3
Übriges Europa ⁴	-	-	11.3	2.7	14.3	2.9	9	1.6	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.
Asien, Afrika und Australien	27.9	7.2	31.6	7.4	37.3	7.6	40	7.3	46.4	8.2	52.0	8.6
Lateinamerika	18.9	4.9	16.5	3.9	17.4	3.5	19	3.5	24.0	4.2	27.5	4.5
Nicht überprüfte Länder	22.8	5.9	25.4	6.0	26.7	5.4	32	5.8	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.
Insgesamt	387	100%	426	100%	493	100%	550	100%	565.9	100%	607.9	100%

n.v. = nicht verfügbar

1. Der weltweite Arzneimittelumsatz im Jahr 2004 wurde den IMS-Audits entnommen, womit 95% des Marktvolumens erfasst sind, die übrigen 5% sind Schätzungen aus dem IMS World Review. Bei den Zahlen für 2004 fehlen Daten aus Weißrussland, Bulgarien, der Dominikanischen Republik, Estland, Litauen, Russland und der Ukraine, da sie zum Zeitpunkt der Analyse nicht verfügbar waren. In konstanten US-\$.
2. Ohne „nicht überprüfte Daten“, aktuellste Informationen Stand 27. Februar 2006.
3. Ohne „nicht überprüfte Daten“, aktuellste Informationen Stand 20. März 2007.
4. Europäische Länder, die nicht der Europäischen Union angehören.

Quelle: IMS Health (2007).

Die Grundbestandteile von Arzneimitteln – Wirkstoffe und Hilfsstoffe – sind Gegenstand von Fälschungsaktivitäten. Das Gleiche gilt weithin für pharmazeutische Fertigprodukte – Tabletten, Kapseln, Sirups und injizierbare Produkte. Und auch die Verpackungen pharmazeutischer Produkte werden gefälscht und unerlaubt kopiert.

Im Rahmen dieses Berichts bezieht sich der Begriff „Arzneimittel“⁴ auf verschreibungspflichtige und freiverkäufliche Medikamente sowie auf Impfstoffe und Pflanzeneilmittel, soweit sie reguliert sind. Desgleichen wird der Begriff „Arzneimittel“ nicht nur für Medikamente auf chemischer Basis verwendet, sondern auch für Biologika. Für die Zwecke dieses Kapitels schließt der Begriff jedoch keine Medizinprodukte oder traditionellen Heilmittel (z.B. homöopathische Medikamente) mit ein, wobei aber festzustellen ist, dass sich die Produkt- und Markenpiraterie auch auf diese Bereiche ausgeweitet hat⁵.

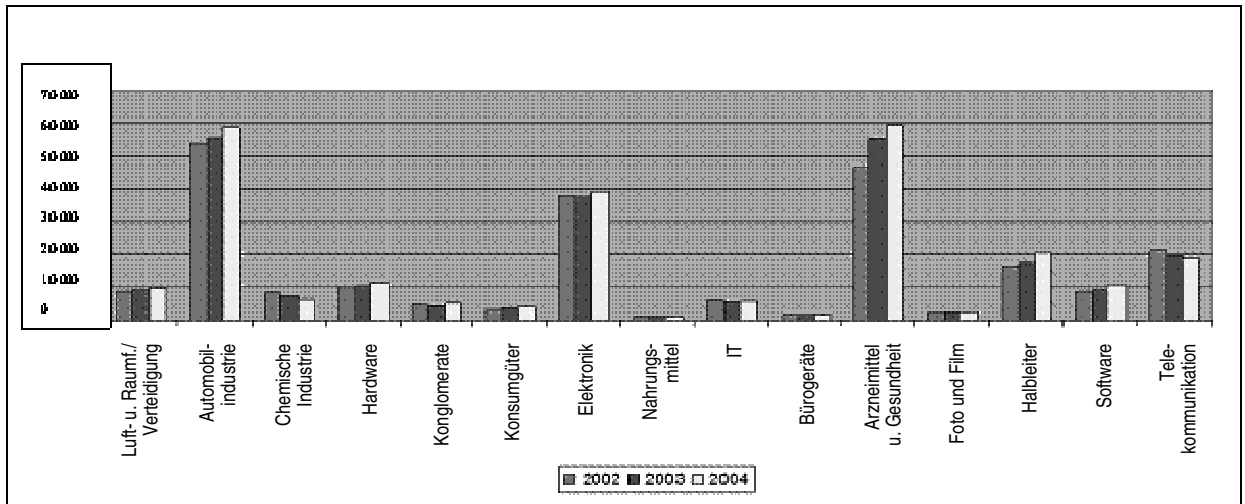
Genauere Daten über die Größe des weltweiten Arzneimittelmarkts sind schwer erhältlich, so dass hier nur ein generelles Bild vermittelt werden kann⁶. Die überprüften und nicht überprüften Daten über den weltweiten Arzneimittelumsatz geben diesbezüglich einen allgemeinen Überblick (IMS Health, 2007). Sie lassen erkennen, dass der Weltmarkt am Umsatz gemessen in jedem Jahr und in allen Regionen gewachsen ist, wobei zwischen 2001 und 2006 ein Anstieg von 387 Mrd. US-\$ auf etwa 643 Mrd. US-\$ verzeichnet wurde (IMS Health, 2007). Insbesondere im Zeitraum 2005-2006 expandierte der weltweite Pharmamarkt IMS zufolge um 7% auf 643 Mrd. US-\$⁷.

Im Jahr 2005 entfiel auf die 50 führenden Pharmaunternehmen ein weltweiter Umsatz von 419,05 Mrd. US-\$ und ein Ausgabenvolumen von 75,25 Mrd. US-\$ für Forschung und Entwicklung (FuE) (PharmaExec, 2006). Die 10 Top-Unternehmen in dieser Liste trugen mit 249 Mrd. US-\$ zum globalen Umsatz bei und investierten fast 45 Mrd. US-\$ in FuE. Nach Ländern betrachtet, haben die meisten der 50 führenden Unternehmen ihren Hauptgeschäftssitz in den Vereinigten Staaten (d.h. 20) und Japan (d.h. 12). Im Jahr 2005 erbrachten die 10 meist verkauften Produkte einen Umsatz von 56,9 Mrd. US-\$, wobei auf das umsatzstärkste Medikament Lipitor 12,90 Mrd. US-\$ entfielen. 2005 drangen 13 Produkte in die Spitzengruppe vor, so dass sich die Zahl der Produkte mit einem jährlichen Gesamtumsatz von über 1 Mrd. US-\$ auf 94 erhöhte (Gray, 2006). Die 10 führenden therapeutischen Kategorien erzielten 2005 einen Umsatz von über 184 Mrd. US-\$.

Der mit der Entwicklung neuer Arzneimittel verbundene FuE-Prozess ist langwierig (die Schätzungen variieren, wobei der Durchschnitt bei 10-15 Jahren liegt), kostenintensiv und komplex (OECD, 2006). Ein maßgeblicher Faktor hierfür sind die Investi-

4. Die Begriffe „pharmazeutische Produkte“, „Arzneimittel“ und „Medikamente“ werden hier synonym verwendet.
5. Da gefälschte Medizinprodukte und traditionelle Heilmittel ebenfalls Gesundheits- und Sicherheitsprobleme aufwerfen, sollten sie Gegenstand separater ausführlicher Studien sein. Ihre Behandlung würde über den Rahmen dieses Berichts hinausgehen. Auch auf Themen wie Parallelhandel oder Rückimport wird in diesem Kapitel nicht eingegangen.
6. Ein genaueres Bild kann auf Grund einer Reihe von Faktoren nicht aufgezeigt werden; hierzu gehören die Zahl und das breite Spektrum der in diesem Sektor präsenten Unternehmen, darunter kleine, mittlere und große Hersteller (von Markenprodukten und Generika), Großhandel, Vertrieb, Einzelhandel, Apotheken und in jüngster Zeit auch Biopharmaunternehmen; die Unterschiede bei den statistischen Standards und Definitionen; der Mangel an Daten von Privatunternehmen; und der Expansions- und Kontraktionszyklus des Pharmasektors. Multipliziert mit der großen Zahl von Hoheitsgebieten machen es diese Faktoren schwierig, Informationen und Daten zusammenzutragen, und so sind die Daten bestenfalls disparat. Die hier wiedergegebenen Daten und Schätzungen stammen aus unterschiedlichen Quellen, u.a. öffentlichen und privaten Beständen, den Medien und den Akten der Wertpapieraufsichtsbehörden.
7. Die Diskrepanz zwischen den im Text genannten 643 Mrd. US-\$ und den in Tabelle 12.1 angegebenen 607,9 Mrd. US-\$ erklärt sich 1. aus der Tatsache, dass in dem Betrag von 643 Mrd. US-\$ nicht überprüfte Daten enthalten sind, und 2. aus der unterschiedlichen Verfügbarkeit von Informationen.

Abbildung 12.1 **FuE-Ausgaben der 100 Top-Unternehmen**
FuE-Ausgaben der 100 Top-Unternehmen nach Sektoren (Mio. US-\$)



1. Cientifica hat eine globale Analyse der von 100 Unternehmen in den letzten drei Jahren getätigten FuE-Investitionen durchgeführt. Die Daten stammten aus den Jahresberichten der Unternehmen, deren Spektrum von der Merck KGaA (Ausgaben in Höhe von 732 Mio. US-\$ im Jahr 2004) bis zu Microsoft (Ausgaben in Höhe von 7 779 Mio. US-\$ im Jahr 2004) reichte.

Quelle: Cientifica (2005)¹.

tionen, die getätigt werden müssen, um die behördliche Zulassung für die Produkte zu erhalten. Zum Beispiel wird in den Vereinigten Staaten nur für 0,01-0,02% der getesteten Verbindungen (d.h. für 1 von 5 000 bis 10 000) eine behördliche Zulassung erteilt (PhRMA, 2007). Wie Abbildung 12.1 verdeutlicht, ist der Pharmasektor einer der forschungsintensivsten Bereiche (Cientifica, 2005). Einer Studie zufolge, die sich auf 100 weltweit tätige Unternehmen in einer Vielzahl von Wirtschaftsbereichen erstreckte, waren 2004 der Pharma-/Gesundheitssektor mit 59,33 Mrd. US-\$⁸ und die Automobilindustrie mit 58,83 Mrd. US-\$ die beiden Bereiche, für die die meisten FuE-Mittel aufgewendet wurden. Wie bereits ausgeführt, beliefen sich die FuE-Ausgaben der 50 führenden Unternehmen 2005 auf 75,25 Mrd. US-\$. Die Aufschlüsselung der FuE-Intensität nach Sektoren lässt erkennen, dass die Softwarebranche 2004 mit 18,2% an der Spitze lag, gefolgt von der Pharmaindustrie mit 12,5% (Cientifica, 2005). Naturgemäß stützt sich dieser Sektor auf geistiges Eigentum, vor allem Patente, Geschäftsgeheimnisse/Know-how, Marken- sowie Urheber- und Geschmacksmusterrechte.

12.2 Arten von Rechtsverletzungen

Mit der Fälschung von Arzneimitteln wird gegen die geltenden Gesetze und Bestimmungen zum Schutz der menschlichen Gesundheit und Sicherheit verstoßen, zugleich werden durch die Fälschung eines oder mehrerer Produktaspekte, u.a. Bulkware, Fertigarzneimittel und Verpackung, und der damit einhergehenden vorsätzlichen Täuschung aber auch geistige Eigentumsrechte verletzt. Gefälschte Arzneimittel schaden zudem den legalen Produktions-/Herstellungsaktivitäten und den Versand-, Distributions- und Lieferketten.

8. Die Differenz zwischen den von Cientifica vorgelegten und den oben genannten Zahlen (auf der Basis der Pharmaexec.com-Studie) ist durch Unterschiede bei dem Kreis der betrachteten Unternehmen sowie dadurch bedingt, dass die beiden Studien unterschiedliche Zeiträume erfassten.

Zahlreiche Handlungen stellen eine Verletzung von Patentrechten dar⁹, u.a. Herstellung, Gebrauch (einschl. Diebstahl), Anbieten zum Verkauf, Verkauf oder Einfuhr des patentierten Wirkstoffs ohne die Zustimmung des Patentinhabers, unabhängig von der Wirkstoffmenge, die tatsächlich für das gefälschte Arzneimittel verwendet wird. Patentrechte werden auch verletzt, wenn von den Fälschern als unrechtmäßigen Benutzern ein patentiertes Verfahren angewendet wird, um den (die) Wirkstoff(e), den (die) Hilfsstoff(e) oder das (die) Fertigprodukt(e) herzustellen.

Der für den Verkauf eines Produkts verwendete „Name“ oder das Logo, die Farbe und Form der Tabletten und Pillen, die Verpackung des Produkts und jedes Unterscheidungsmerkmal können markenrechtlich geschützt sein. Nach dem neuen *Markenrechtsvertrag von Singapur*¹⁰, dessen Ratifizierung noch aussteht, können die Rechteinhaber künftig neue Markenformen schützen, wie etwa Hologramme, Bewegung, Farben und solche, die aus nicht optischen Zeichen bestehen wie etwa Töne und Geschmack. Produktpiraten fälschen die Logos, Verpackungen, Warenkennzeichnung, einschließlich Hologrammen, Form, Größe und Farbe des Produkts, um den Verbraucher vorsätzlich irrezuführen und glauben zu machen, dass er das authentische Produkt erwirbt. In bestimmten Fällen kann die Marke eines gegebenen pharmazeutischen Produkts zu einem recht wertvollen Kapital werden. Zum Beispiel ist vielen das Markenprodukt „Viagra“ und die für diese Tabletten charakteristische blaue Farbe und Rautenform bekannt (auch wenn sie das Produkt nicht selbst benutzen). Besonders wertvolle Marken können für Produkt- und Markenpiraten zusätzliche Anreize bieten. Der Gebrauch des Warenzeichens des Rechteinhabers ermöglicht dem Fälscher die widerrechtliche Nutzung des mit der qualitativ hochwertigen Marke verbundenen Goodwill und der Integrität des Produkts, ohne die Kosten der erforderlichen Investitionen oder Sicherheitsvorkehrungen tragen zu müssen.

Urheberrechte gelten für Verpackung und Kennzeichnung pharmazeutischer Produkte sowie für Produktinformation, Beipackzettel und Verpackungsbeigaben. Dies bedeutet, dass Produktpiraten, die unerlaubt Kopien dieser herstellereigenen Informationen anfertigen oder benutzen, eine urheberrechtsverletzende Handlung begehen. Durch die Verwendung von Verpackungen oder Kennzeichnungen, die ungenau oder irreführend sind, wird zudem häufig gegen die geltenden Gesundheits- und Sicherheitsbestimmungen verstoßen.

Der Rechteinhaber kann auch die Farbe der Tabletten und Pillen registrieren lassen, ebenso wie ihre dem Geschmacksmuster entsprechende charakteristische Form. Der Geschmacksmusterschutz gilt auch für die Form von Injektionsfläschchen oder Arzneimittelbehältern. In Ländern, in denen ein Produkt und seine Merkmale mehrfach durch geistige Eigentumsrechte geschützt sein können, ist es dem Rechteinhaber möglich, Produkt- und Markenpiraterieaktivitäten auf vielfältiger Grundlage zu verfolgen.

-
9. Gemäß Artikel 28(1) des TRIPS-Übereinkommens „gewährt ein Patent seinem Inhaber die folgenden ausschließlichen Rechte: a) wenn der Gegenstand des Patents ein Erzeugnis ist, es Dritten zu verbieten, ohne die Zustimmung des Inhabers folgende Handlungen vorzunehmen: Herstellung, Gebrauch, Anbieten zum Verkauf, Verkauf oder diesen Zwecken dienende Einfuhr dieses Erzeugnisses; b) wenn der Gegenstand des Patents ein Verfahren ist, es Dritten zu verbieten, ohne die Zustimmung des Inhabers das Verfahren anzuwenden und folgende Handlungen vorzunehmen: Gebrauch, Anbieten zum Verkauf, Verkauf oder Einfuhr zu diesen Zwecken zumindest in Bezug auf das unmittelbar durch dieses Verfahren gewonnene Erzeugnis“.
 10. *Treaty on the Law of Trademarks*, (“Singapore Treaty”), angenommen am 27. März 2006, www.wipo.int/wipo_magazine/en/2006/03/article_0002.html. Dieser Vertrag war angenommen, aber am 1. August 2007 noch nicht in Kraft.

12.3 Am stärksten betroffene Produkte

12.3.1 Bulkware

Der wichtigste Bestandteil eines Arzneimittels ist der Arzneimittelwirkstoff. Er wird für die Herstellung von Fertigarzneimitteln vom Pharmaunternehmen selbst erzeugt oder in großen Mengen angeschafft. Die Schwierigkeiten, gefälschte Bulkwirkstoffe zu entdecken, hängen z.T. damit zusammen, dass es einigen Behörden an den entsprechenden Kapazitäten oder Technologien fehlt. Zum Beispiel berichtet ein Unternehmen über eine Zunahme der auf dem Markt befindlichen gefälschten Arzneimittelwirkstoffe und größere Schwierigkeiten, zwischen Original und Plagiat zu unterscheiden (OECD, 2005). Da viele Bulkbestandteile aus dem Ausland bezogen werden, ist es für die Regulierungsbehörde eines Lands recht schwierig, sämtliche Lieferungen an den Landesgrenzen zu kontrollieren und gefälschte Arzneimittelwirkstoffe zu entdecken. So wurden von einem Unternehmen z.B. in 33 Ländern gefälschte Arzneimittelwirkstoffe entdeckt, die aus Indien stammten (OECD, 2005). Nach einer 2000 abgegebenen Aussage der US Food and Drug Administration war es dieser Behörde unmöglich, sämtliche in die Vereinigten Staaten importierte gefälschte Bulkware zu kontrollieren und zu entdecken, da es im Jahr 2000 über 1 200 ausländische Unternehmen gab, die diese herstellten (GlobalOptions, 2003). Pharmazeutika enthalten auch Bestandteile, die keine nennenswerte Eigenwirkung haben, aber dennoch wichtig sind, nämlich sogenannte Hilfsstoffe, die im Hinblick auf den therapeutischen Nutzen und die Mindesthaltbarkeitsdauer sowohl fester als auch flüssiger Darreichungsformen eine wesentliche Rolle spielen¹¹.

Verletzungen geistiger Eigentumsrechte durch Fälschungen von Bulkware betreffen in den meisten Fällen Patent- und Markenrechte. Wenn der Originalwirkstoff markenrechtlich geschützt ist, wird durch Fälschungsaktivitäten gegen das Markenrecht verstoßen. Bulkware kann mit gefälschten Etikettierungen oder Markenzeichen versehen sein. Soweit ein Wirkstoff patentrechtlich geschützt ist, stellt seine unerlaubte Verwendung, Herstellung oder Verfälschung einen Verstoß gegen das Patentrecht dar. Durch die Fälschung von Wirkstoffen werden u.U. nicht nur Patentansprüche verletzt, die das Produkt an sich betreffen, sondern auch die zu seiner Herstellung angewendeten und patentierten Verfahren und Methoden, wenn für die Fälschung auf diese zurückgegriffen wird. Da die Verletzung der Rechte an Verfahren und Methoden jedoch schwerer festzustellen ist, als der Missbrauch des Stoffpatents, werden diese Ansprüche seltener geltend gemacht. Die Fälschung von Hilfsstoffen ist zwar weniger signifikant, doch folgt die Verletzung geistiger Eigentumsrechte in Bezug auf diese Stoffe demselben Muster wie bei den therapeutischen Wirkstoffen.

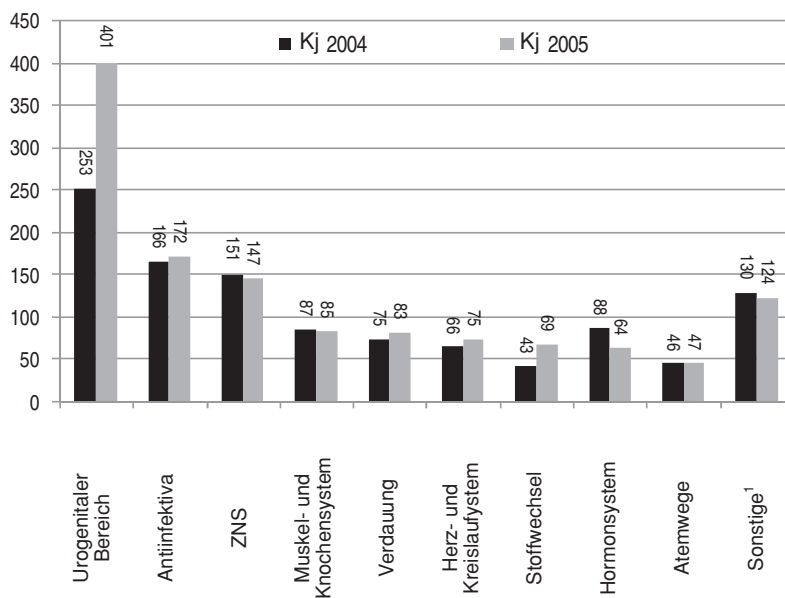
Über Fragen des geistigen Eigentums hinaus gibt die Fälschung von Bulkware auch unter Gesundheits- und Sicherheitsaspekten Anlass zu Besorgnis, denn sie werden häufig in Betrieben ohne amtliche Genehmigung und unter Bedingungen hergestellt, die nicht mit den geltenden Gesundheitsschutz- und Sicherheitsvorschriften zu vereinbaren sind. Produktpiraten können z.B. eine verunreinigte oder wirkungslose Chemikalie fälschlich als Wirkstoff ausweisen, den richtigen Wirkstoff durch eine Substanz mit schwächerer oder stärkerer Wirkung/Dosierung ersetzen, den eigentlichen, meist teureren Wirkstoff durch einen billigeren substituieren oder durch Austausch des Etiketts mit geändertem Haltbarkeitsdatum einen Wirkstoff mit abgelaufener Haltbarkeitsdauer als noch verwendbar auszeichnen (GlobalOptions, 2003).

11. Dem International Pharmaceutical Excipients Council zufolge (IPEC Americas, FAQs) lassen sich die Hilfsstoffe in folgende Kategorien unterteilen: Bindemittel, Sprengmittel, Füllstoffe, Schmiermittel, Gleitmittel, Fließregulierungsmittel, Presshilfsmittel, Farbstoffe, Süßstoffe, Konservierungsmittel, Suspensionsmittel, Dispergiermittel, Filmbildner, Tablettenüberzug, Geschmacksstoffe und Druckfarben.

12.3.2 Fertig Arzneimittel

Aus verschiedenen Datenquellen geht hervor, dass Fertig Arzneimittel über ein ganzes Spektrum von therapeutischen Kategorien gefälscht werden. Eine Untersuchung der Daten für die Europäische Union und für Nordamerika zeigt, dass die Fälscher eine breite Palette moderner Arzneimittel ins Visier genommen haben, darunter Steroide, Krebsbehandlungsmittel (z.B. antineoplastische Mittel und Anämiemittel), Mittel zur Behandlung von Erektionsstörungen, Herz- und Kreislaufmittel (Cholesterinspiegel und Blutdruck senkende Medikamente) und Hormone. In den Entwicklungsländern sind es dagegen die Basismedikamente gegen Infektionen (Antibiotika, Malaria Mittel, Antiretrovirusmittel und Tuberkulosemittel), Schmerzmittel, entzündungshemmende Mittel und Antihistaminika sowie Vitaminpräparate, die am häufigsten gefälscht werden¹². Abbildung 12.2 zeigt eine begrenzte globale Perspektive der Häufigkeit, mit der jede therapeutische Kategorie von Fälschung, Abzweigung und Diebstahl betroffen ist.

Abbildung 12.2 Fälle nach Therapiekategorien



Kj = Kalenderjahr

1. „Sonstige“ umfasst: Hämatologika, Zytostatika, Dermatika, Infusionslösungen, Parasitologie und Sinnesorgane.
2. Die genannte Zahl der gemeldeten Fälle gefälschter Arzneimittel ist sehr gering im Vergleich zur tatsächlichen Zahl gefälschter Arzneimittel, die in diesem Zeitrahmen hergestellt wurden; und es lässt sich nicht genau sagen, in welchem Maße die Fälle für die betreffenden Arzneimittelkategorien oder die Art der begangenen Fälschungsdelikte repräsentativ sind.

Quelle: PSI Situation Report (2005)².

Verletzungen geistiger Eigentumsrechte in Verbindung mit gefälschten Fertig Arzneimitteln erstrecken sich in den meisten Fällen auf Patente, Marken und Geschmacksmuster. Ein Verstoß gegen Patentrechte liegt vor, wenn ein patentierter Wirkstoff oder Hilfsstoff unerlaubt hergestellt, verwendet, verkauft, importiert oder ein Verfahren oder eine Methode unerlaubt genutzt wird. Ein Beispiel hierfür ist ein Fall, in dem das gefälschte Arzneimittel zwar einen gewissen Wirkstoff enthält, der Hersteller aber kein autorisierter Lizenznehmer ist, wie bei der Produktion von nachgeahmtem „Levitra“ in China (OECD,

12. Die analysierten Daten stellen eine Momentaufnahme dar, die auf lediglich 31 Ländern basiert, darunter sowohl Industrie- als auch Entwicklungsländer.

2005). Ein Verstoß gegen Markenrechte liegt z.B. vor, wenn der Fälscher das Plagiat als das Originalarzneimittel ausgibt. Da diese Art von Täuschungsmanöver¹³ im Mittelpunkt der Fälschungsaktivitäten steht, sind Marken naturgemäß die Kategorie, bei der es am ehesten und am häufigsten zu Verletzungen geistiger Eigentumsrechte kommt. Mit anderen Worten braucht bei Verletzung des Markenrechts kein Patentverstoß vorzuliegen; z.B. kann es insofern zum Missbrauch eines Markenzeichens kommen – selbst wenn keine patentierten Wirkstoffe, Verfahren oder Methoden genutzt werden – als für das gefälschte Produkt ein identisches oder zum Verwechseln ähnliches Markenzeichen verwendet und es so präsentiert wird, dass es wie das Originalprodukt aussieht und auch dafür gehalten wird. So stellt z.B. jedes gefälschte Produkt, das in Europa unter dem Namen „Viagra“, „Cialis“ oder „Levitra“ usw. auf den Markt gebracht wird, eine Verletzung der jeweiligen Marke dar. Gegen das Musterrecht wird jedes Mal verstoßen, wenn der Fälscher das Geschmacksmuster des pharmazeutischen Originalprodukts kopiert hat, das bei der zuständigen Behörde des betreffenden Lands eingetragen ist. In jüngster Zeit sind mehr und mehr Unternehmen dazu übergegangen, Form und Design bestimmter pharmazeutischer Produkte registrieren zu lassen. Zum Beispiel wurden für „Cialis“ die Tablettenform, die eingeprägte Beschriftung auf jeder einzelnen Tablettendosis (d.h. C10, C20) und das „C“ in Europa im Rahmen des Gemeinschaftssystems für den Geschmacksmusterschutz jeweils einzeln ins Register eingetragen¹⁴. Mit jeder gefälschten „Cialis“-Tablette werden daher diese Musterrechte verletzt.

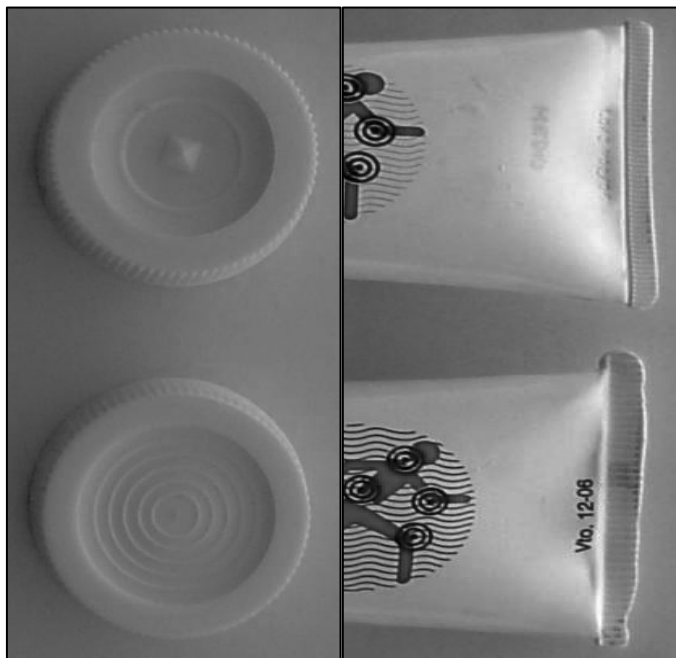
Ein besorgniserregendes Phänomen der jüngsten Zeit, das das Aufkommen eines neuen Trends ankündigen könnte, wird durch den Fall des Medikaments „Rimonabant“¹⁵ zur Behandlung von Fettleibigkeit verdeutlicht. Es wurde über das Internet zum Verkauf angeboten, bevor die Europäische Kommission die Zulassung hierfür erteilt hatte (Europäische Kommission, 2006). In diesem Fall erfolgte die Verletzung der geistigen Eigentumsrechte noch vor der Markteinführung des Originalprodukts durch die Rechteinhaber, d.h. bevor diese überhaupt damit beginnen konnten, ihre Investitionen wieder hereinzuholen, und selbst bevor das Produkt für den Patientengebrauch als sicher erklärt worden war. Dieses Beispiel der Markteinführung einer Fälschung vor der effektiven Zulassung zum Inverkehrbringen des Originalprodukts stellt eine eindeutige Verletzung der Gesundheitsschutz- und Sicherheitsbestimmungen dar.

12.3.3 Verpackung und Warenkennzeichnung

Durch gefälschte Verpackungen und Kennzeichnungen werden Urheber-, Marken- und Musterrechte verletzt. Die Fälscher erreichen ihr Ziel, den Kunden zu täuschen und ihre Ware als Originalprodukt auszugeben, weil sie in der Lage sind, Verpackung und Kennzeichnung des Originals zu kopieren, das Datum von Originalprodukten mit abgelaufener Haltbarkeitsdauer zu ändern oder gefälschte Produkte in unerlaubt erworbene Originalverpackungen umzupacken. Im Rahmen einer Studie wurden 286 Fälle untersucht,

13. In Artikel 16 des TRIPS-Übereinkommens heißt es: „Dem Inhaber einer eingetragenen Marke steht das ausschließliche Recht zu, Dritten zu verbieten, ohne seine Zustimmung im geschäftlichen Verkehr identische oder ähnliche Zeichen für Waren und Dienstleistungen, die identisch oder ähnlich denen sind, für welche die Marke eingetragen ist, zu benutzen, wenn diese Benutzung die Gefahr von Verwechslungen nach sich ziehen würde. Bei der Benutzung identischer Zeichen für identische Waren oder Dienstleistungen wird die Verwechslungsgefahr vermutet.“
14. Wegen Markeninformationen vgl. z.B. die Gemeinschaftsmarkendatenbank: http://oami.europa.eu/CTMOnline/RequestManager/de_SearchAdvanced_NoReg. Wegen Musterrechtinformation vgl. z.B. die Gemeinschaftsgeschmacksmusterdatenbank: <http://oami.europa.eu/CTMOnline/RequestManager>.
15. Von Sanofi Aventis entwickelt. Europäische Kommission, „Kommission warnt vor gefälschten Arzneimitteln im Internet“, Pressemitteilung, Brüssel, IP/06/375, 27. März 2006.

Abbildung 12.3 Beispiele gefälschter Arzneimittelverpackungen und -kennzeichnungen¹



(Oben= Original, unten= Fälschung)

1. Farbfotos, die die Unterschiede zwischen dem Original und der gefälschten Packung besser veranschaulichen, sind verfügbar unter www.oecd.org/sti/counterfeiting.

Quelle: Instituto Nacional de Medicamentos – ANMAT (2006).

wobei festgestellt wurde, dass in 67% der Fälle sowohl das Arzneimittel als auch die Verpackung gefälscht waren, in 28% nur das Arzneimittel und in 5% nur die Verpackung (PSI, 2005). Produktpiraten nutzen die modernsten Technologien, um gefälschte Etiketten herzustellen, die dem Aussehen nach nicht vom Original zu unterscheiden sind, und zeichnen damit gefälschte Bulkware oder Fertigarzneimittel aus. Sie sind in der Lage, Tabletten herzustellen und auf sie Firmenlogos aufzubringen und sie sogar in Durchdrückpackungen zu verpacken.

Zum Beispiel wurden bei einer Beschlagnahme Press-, Stanz- und Prägemaschinen sichergestellt, mit denen die Bezeichnungen „Pfizer“, „VGR 100“ und „VGR 50“ aufgebracht werden konnten (Pfizer, 2005). Ermittlungen haben ergeben, dass Fälscher in der Lage sind, Injektionsfläschchen und Hologramme zu kopieren, womit sie gegen Musterrechte verstoßen. Zum Beispiel wurden von Fälschern in Südostasien komplizierte Hologramme kopiert, die dem Schutz echten Artesunats (einem Malariamittel) dienen sollten (Newton, 2006). Es gelingt ihnen häufig, sie so gut zu kopieren, dass der Durchschnittspatient und möglicherweise sogar die sich dessen nicht bewusste medizinische Fachkraft irreführt wird. Das Aufbringen komplizierter Hologramme auf Arzneimittelfälschungen, selbst dort wo die Originalverpackung kein Hologramm trägt, soll den Angaben zufolge die Bereitschaft des Kunden erhöhen, die Fälschung als das Original zu akzeptieren (Collier, 2005).

Eine weitere Fälschungspraxis besteht darin, die ursprüngliche und zugelassene Haltbarkeitsdauer zu verlängern, indem die Haltbarkeitsangabe umetikettiert wird oder die Arzneimittel in eine andere Verpackung mit geändertem Datum umgepackt werden. In diesem Fall werden die betreffenden Arzneimittel auf Grund des baldigen oder bereits überschrittenen Verfallsdatums zu geringen Kosten erworben. Auch diese Arzneimittel gelten als Fälschungen, selbst wenn sie zuvor von einem zugelassenen Hersteller unter Einsatz genehmigter Verfahren und Wirkstoffmengen und unter angemessenen Qualitätsbedingungen hergestellt wurden. Diese Situation impliziert eine Vielzahl von Verletzungen geistiger Eigentumsrechte sowie Verstöße gegen Gesundheitsschutz- und Sicherheitsbestimmungen.

12.4 Ausmaß, Spektrum und Trends

Bei der Fälschung von Arzneimitteln handelt es sich um eine auf Vorteilsbeschaffung ausgerichtete Aktivität, die u.a. gegen geistige Eigentumsrechte, Gesundheits- und Sicherheitsvorschriften wie auch strafrechtliche Bestimmungen verstößt, die Gesundheit der Patienten gefährdet und deren Entdeckung und Verhütung schwierig ist. Die Bewertung der Präsenz von Fälschungsaktivitäten ist angesichts der geringen Verfügbarkeit verlässlicher Daten sowohl auf globaler als auch regionaler Ebene eine schwierige Aufgabe. Gründe für den Datenmangel sind u.a. die Verwendung unterschiedlicher Definitionen und Begriffe in den einzelnen Hoheitsgebieten, eine innerhalb oder zwischen den Hoheitsgebieten uneinheitliche oder fehlende Datenerfassung, Unterschiede bei den Messtechniken, die Fülle von Rechts- und Regulierungsmechanismen, die die Grundlage für Ermittlungs- und Strafverfolgungsverfahren bilden, eine Vielzahl von mit der Bekämpfung von Fälschungsaktivitäten befassten Rechtsdurchsetzungsbehörden und die Tatsache, dass diese Aktivitäten auf Grund ihres illegalen Charakters im Verborgenen stattfinden. Dennoch lassen die verfügbaren Daten auf eine Zunahme der Arzneimittelfälschungen schließen, sowohl dem Volumen nach, als auch im Hinblick auf das Spektrum der betroffenen Produkte. Die nachstehende Analyse soll keine genaue Evaluierung, sondern vielmehr einen Überblick liefern, und sie stützt sich auf die Arbeiten im Rahmen der OECD-Erhebung sowie zusätzliche Untersuchungen.

Heutzutage gibt es kaum Hoheitsgebiete, ganz gleich ob es sich um Entwicklungs- oder Industrieländer handelt, die von Arzneimittelfälschungen und der Verletzung geistiger Eigentumsrechte verschont bleiben, denn aus allen Kontinenten wurde das Vorkommen solcher Aktivitäten gemeldet (OECD, 2005)¹⁶. Ein Zahlenwert, der das weltweite Ausmaß wiedergibt, ist nicht repräsentativ, denn nach Regionen aufgeschlüsselte Angaben zeigen, dass es erhebliche Divergenzen gibt. Zum Beispiel war das Ausmaß in Hoheitsgebieten wie Australien, Kanada, der EU, Japan, Neuseeland und den Vereinigten Staaten den Angaben zufolge gering (d.h. weniger als 1%), wohingegen es für einige Entwicklungsländer auf 10-30% beziffert wurde¹⁷. Die Hoheitsgebiete sind häufig von mehreren Aspekten der Fälschung von Arzneimitteln betroffen, wie der Herstellung, dem Verkauf, dem Import und dem Export. Zum Beispiel berichtete ein Unternehmen, dass aus China stammende Fälschungen seiner Arzneimittel in 42 Ländern entdeckt wurden (OECD, 2005). Desgleichen wurden den Angaben zufolge gefälschte Arzneimittelwirkstoffe von Indien aus in 33 Hoheitsgebiete exportiert (OECD, 2005). Von einem Institut systematisch erfasste Daten geben einen gewissen Aufschluss über Spektrum und Ausmaß der Fälschungsaktivitäten in verschiedenen Hoheitsgebieten¹⁸ (PSI, 2005, 2006).

Wie aus Tabelle 12.2 ersichtlich, wurden 2005 die meisten Fälle¹⁹ aus folgenden Hoheitsgebieten gemeldet: 1. China, 2. Russland und 3. den Vereinigten Staaten. An der Zahl der Beschlagnahmen gemessen ergab sich jedoch folgende Rangfolge: 1. Russland, 2. China und 3. Korea. Wie aus den TAXUD-Statistiken der Europäischen Kommission hervorgeht, entfielen 2005 75% der Fälle von Arzneimittelfälschungen auf Indien, 7% auf Ägypten und 6% auf China (TAXUD, 2005). Anzumerken ist, dass die in der Tabelle angegebenen Fälle einen geringen Prozentsatz der Fälschungsaktivitäten in jedem gegebenen Hoheitsgebiet ausmachen. Indessen lässt die Tabelle erkennen, dass das verfügbare Datenmaterial für manche Hoheitsgebiete wie z.B. den afrikanischen Kontinent und einige andere Entwicklungsländer sehr dürftig ist.

16. Bislang mit Ausnahme der beiden Pole.

17. WHO (2006a), "Counterfeit Medicines", Fact Sheet No. 275, revidierte Fassung vom November 2006.

18. Es sei darauf hingewiesen, dass die Zahl der gemeldeten Fälle und Beschlagnahmen in einem bestimmten Hoheitsgebiet nicht unbedingt Aufschluss über die gesamte Tragweite des Problems der Produkt- und Markenpiraterie in diesem Gebiet gibt, ebenso wenig wie sich danach seine diesbezügliche Position gegenüber anderen Ländern in der Welt bestimmen lässt. Die gemeldeten Fälle stellen wahrscheinlich nur einen geringen Prozentsatz der Fälschungsaktivitäten im Arzneimittelbereich in einem bestimmten Land dar. Umgekehrt kann die Tatsache, dass ein Hoheitsgebiet eine relativ hohe Zahl von Beschlagnahmen aufweist, vielleicht eher für die Qualität seiner Rechtsdurchsetzung sprechen als für ein häufiges Vorkommen von Fälschungsaktivitäten.

19. Das PSI (Pharmaceutical Security Institute) definiert einen Fall als einzelnes Ereignis, das die Entdeckung gefälschter, illegal abgezwigter oder gestohlener Arzneimittel nach sich zieht. PSI sieht einen Fall als ein einmaliges Vorkommnis an, zu dem angemessene Sachinformationen vorliegen müssen, wie ein bestimmtes Datum, die Uhrzeit, der Ort und die betroffene Arzneimittelkategorie. Die Fälle unterscheiden sich nach Größenordnung, Tragweite und Zeitrahmen. Größenordnung bezieht sich auf die Menge der aufgegriffenen gefälschten Arzneimittel. Dabei kann es sich um geringe Mengen eines einzigen Produkts handeln oder auch um Hunderttausende von gefälschten Arzneimitteln, die viele verschiedene Produkte umfassen. Tragweite bezieht sich auf die Größe der mit den Fälschungsaktivitäten verbundenen Organisation. Letztlich können sich die Fälle nach ihrem Zeitrahmen unterscheiden. Es kommt vor, dass sich Fälle über einen längeren Zeitraum hinziehen. Ein Fall kann von jedem gemeldet werden – darunter Arzneimittelkontrolleuren, Zollbeamten, Polizeibeamten oder der Öffentlichkeit. Die Entdeckung illegal abgezwigter oder gefälschter Arzneimittel kann das Ergebnis der Marktüberwachung durch staatliche oder privatwirtschaftliche Stellen sein. Pharmaceutical Security Institute (PSI) (2006), "Annual Situation Report", 2005.

Tabelle 12.2 Die 10 an der Spitze liegenden Länder nach Fällen und Beschlagnahmen

Rang nach gemeldeten Fällen	Gesamtzahl der Fälle	Rang nach Beschlagnahmen	Zahl der Beschlagnahmen
1. China	158	1. Russland	93
2. Russland	102	2. China	87
3. Vereinigte Staaten	100	3. Korea	66
4. Kolumbien	71	4. Peru	54
5. Korea	67	5. Kolumbien	50
6. Peru	61	6. Vereinigte Staaten	42
7. Brasilien	51	7. Vereinigtes Königreich	39
8. Indien	46	8. Ukraine	28
9. Vereinigtes Königreich	46	9. Deutschland	25
10. Ukraine	30	10. Israel	25

Quelle: PSI (2006).

Ein besorgniserregender Trend ist, dass zunehmend Fälschungen aufgedeckt werden, die in die Lieferkette von Hoheitsgebieten gelangt sind, in denen besonders strenge Regulierungen bestehen. Zum Beispiel wurde 2005 im Vereinigten Königreich bei „Lipitor“-Tabletten, die über das staatliche Gesundheitssystem verteilt werden sollten, festgestellt, dass es sich um Fälschungen handelte. Desgleichen mussten 2003 in den Vereinigten Staaten 18 Millionen „Lipitor“-Tabletten zurückgerufen werden, weil den Originaltabletten von Fälschern nachgemachte Tabletten beigemischt worden waren (OECD, 2005). Durch die Fälschung von Produkten werden geschützte geistige Eigentumsrechte verletzt, wobei es unerheblich ist, ob die Produkte über legale Lieferketten vertrieben werden oder nicht.

Eine Untersuchung der Daten deutet zudem auf einen Anstieg der Zahl der Fälle/Aktivitäten hin, die in den letzten Jahren gemeldet und gerichtlich verfolgt wurden. So war z.B. aus einer Quelle zu erfahren, dass die Zahl der Fälle zwischen 2004 und 2005 um nahezu 27% zugenommen hat (PSI, 2006). Deutlich wird dies auch an den in jüngster Zeit im Vereinigten Königreich aufgetretenen Fällen von drei Fälschungsarten, bei denen die Patienten über die legalen Vertriebskanäle in den Besitz der Medikamente gelangten: Fälschungen der Medikamente „Viagra“, „Cialis“ und „Reductil“ in den Jahren 2003 und 2004. Der Regulierungsbehörde MHRA zufolge waren dies die ersten Fälle von Arzneimittelfälschungen, die seit 1994 in die regulierte Lieferkette des Vereinigten Königreichs eindringen (MHRA, 2005). Diese höheren Zahlen sind aber nicht ausschließlich einer Zunahme der Fälschungsaktivitäten zuzuschreiben, sondern auch das Ergebnis von besserer Überwachung, vermehrter Aufdeckung und stärkerer gerichtlicher Verfolgung. Zum Beispiel ist die Zahl der eingeleiteten Verfahren in den Vereinigten Staaten im Zeitraum 2003-2004 um etwa 93% gestiegen, was z.T. auf eine Bewusstseinschärfung und erhöhte Wachsamkeit auf allen Ebenen der Lieferkette, eine verstärkte Koordination zwischen den Rechtsdurchsetzungsbehörden auf nationaler und bundesstaatlicher Ebene und eine bessere Kommunikation mit den Arzneimittelherstellern zurückgeführt wurde (US FDA, 2005). Ebenso registrierte die amerikanische Zoll- und Grenzschutzbehörde bei beschlagnahmten Arzneimittelfälschungen, die eine Verletzung geistiger Eigentumsrechte darstellen, zwischen Mitte 2005 und Mitte 2006 einen wertmäßigen Anstieg um 144% (US CBP, 2006a).

Die oben erwähnten Fälle verdeutlichen zudem einen weiteren Trend, nämlich eine Diversifizierung der anvisierten Produktkategorien. Eine Untersuchung der Daten für die Europäische Union und Nordamerika zeigt, dass die Fälscher eine breite Palette moderner

Arzneimittel ins Visier genommen haben, darunter Krebsbehandlungsmittel (z.B. anti-neoplastische Mittel und Anämiemittel), Mittel zur Behandlung von Erektionsstörungen, Herz- und Kreislaufmittel (Cholesterinspiegel und Blutdruck senkende Medikamente) sowie Hormone und Steroide. Für Fälscher haben diese hochwertigen Arzneimittel einen besonderen Reiz, zumal es sich dabei häufig um die weltweit meist verkauften Medikamente handelt. Auf Grund ihres hochwertigen Charakters genießen diese Medikamente den Schutz einer Vielzahl geistiger Eigentumsrechte, die in den betreffenden Hoheitsgebieten in die Register eingetragen und geschützt sind, aber dennoch durch Fälschungen verletzt werden.

In den Entwicklungsländern handelt es sich in den meisten Fällen bei geschützten und verletzen geistigen Eigentumsrechten um Marken- und Urheberrechte und seltener um Musterrechte. Wie die Daten zeigen, sind es in den Entwicklungsländern die Basismedikamente gegen Infektionen (d.h. Antibiotika, Malariamittel, Antiretrovirusmittel und Tuberkulosemittel), die am häufigsten gefälscht werden. Zum Beispiel werden die zum Schutz von Malariamitteln auf diese aufgebrachten Hologramme gefälscht und dadurch Musterrechte verletzt (Newton, 2006). Den Angaben zufolge gehören Klagen wegen Verletzung des Markenrechts zu den wirksamsten Mitteln, gerichtlich gegen Fälscher vorzugehen. Es werden daher Maßnahmen getroffen, um sicherzustellen, dass Marken mit einem hohen Fälschungsrisiko weltweit in möglichst vielen Ländern eingetragen werden, wo immer eine solche Registrierungsmöglichkeit besteht (OECD, 2005). Über die Eintragung ins Register hinaus stellt sich jedoch die Herausforderung der Rechtsdurchsetzung. So können sich private zivilrechtliche Klagen wegen Markenrechtsverletzung in einigen Hoheitsgebieten als kosten- und zeitaufwendig erweisen, und das System der strafrechtlichen und administrativen Durchsetzung von Markenrechten kann u.U. schwach sein. Eine weitere Herausforderung ergibt sich, wenn Arzneimittel-fälschungen so häufig vorkommen, dass sich das Problem mit den vorhandenen begrenzten Ressourcen nicht unter Kontrolle bringen lässt, wobei die Inhaber entsprechender Rechte in vielen Fällen das Hoheitsgebiet verlassen, wie dies in Nigeria der Fall war. Vor 2001, als Arzneimittelfälschungen Schätzungen zufolge bis zu 80% des nigerianischen Markts ausmachten, verzichteten die Pharmaunternehmen auf die Geltendmachung ihrer Rechte (NAFDAC, 2006).

Regulierungs-, Ermittlungs- und Rechtsdurchsetzungsaktivitäten im Pharmabereich unterliegen einer Vielzahl von Gesetzen und Bestimmungen, die verschiedene Felder abdecken, darunter Regulierungsgenehmigungen (z.B. Arzneimittelzulassung, Qualitätskontrolle, Arzneimittelvertrieb, Import, Herstellung, Marketing, Patienteninformation, Lizenzvergabe), kriminelle und strafbare Handlungen (z.B. Schmuggel, Organisierte Kriminalität, Gefährdung des Lebens), Rechte des geistigen Eigentums (Marken-, Patent-, Urheber-, Geschmacksmusterrechte), Zoll- und Grenzschutzaktivitäten, Verbraucherschutz usw. Mit Fälschungsaktivitäten wird oft gleichzeitig gegen eine Reihe von Bestimmungen in verschiedenen Bereichen verstoßen. Auf welcher Rechtsgrundlage die Klageerhebung erfolgt, hängt von einer Reihe von Faktoren ab, u.a. davon, in welchem Bereich mit der höchsten Erfolgsquote und dem höchsten Strafmaß zu rechnen ist. Das Strafrecht gewährleistet häufig nicht nur weitreichende Ermittlungsbefugnisse und Beschlagnahmevermächten, die erforderlich sind, um in die Piraterie-Strukturen einzudringen und sie zu demontieren, sondern stellt auch sicher, dass gegen die Täter strengere Strafen verhängt werden können. Obwohl viele Fälschungsaktivitäten geistige Eigentumsrechte verletzen, werden sie daher auf Grund der möglichen strengeren Bestrafung der Täter in zahlreichen Fällen strafrechtlich verfolgt. Zum Beispiel wurde in einem aufsehenerregenden Fälschungsfall, von dem eines der weltweit meist verkauften Medikamente

betroffen war, der Fälscher zu einer 13½-jährigen Freiheitsstrafe ohne Bewährung und zu einer an den Staat zu leistenden Rückzahlung in Millionenhöhe verurteilt (US DOJ, 2006c), weil die Klage auf strafrechtlicher Grundlage und nicht auf der Grundlage der Bestimmungen zum Schutz der geistigen Eigentumsrechte erhoben wurde.

Bei grenzüberschreitenden Fälschungsaktivitäten wird die erste Feststellung einer Verletzung geistiger Eigentumsrechte meistens von den Zollbehörden getroffen²⁰. Angesichts der enormen Warenmengen aller Art, die tagtäglich die Grenzen passieren, und der oft begrenzten Zeitspanne, die den Zollbehörden für die Abfertigung einer Lieferung zur Verfügung steht, muss eine Prüfung auf potenzielle Verletzung geistiger Eigentumsrechte stets schnell vonstatten gehen. Von daher gesehen ist eine Verletzung der geistigen Eigentumsrechte am leichtesten im Hinblick auf eine Marke festzustellen, weil hierzu meist schon eine einfache visuelle Inspektion genügt. Dagegen handelt es sich bei der Feststellung einer Patentrechtsverletzung im Fall von Arzneimitteln um den eher komplizierten Vorgang einer chemischen Analyse, die mehrere Tage oder noch länger dauern kann. Zu einer Einschätzung zu gelangen, ob mit einem Produkt ein patentiertes Verfahren missbraucht wird, ist noch komplizierter, denn hierzu muss das Verfahren geprüft werden, das im Ursprungsland für die Herstellung des Produkts, bei dem eine Verletzung geistiger Eigentumsrechte vermutet wird, angewendet wurde. Offensichtlich führt dies dazu, dass bei Beschlagnahmen an der Landesgrenze als Grund nur selten Patentrechtsverletzungen angegeben werden. Es können noch andere Faktoren hinzukommen, die die Feststellung einer etwaigen Patentrechtsverletzung erschweren. In manchen Ländern wie z.B. den Vereinigten Staaten können Patente nicht bei den Zollbehörden hinterlegt werden. Vielmehr muss der Rechteinhaber bei der Internationalen Handelskommission der Vereinigten Staaten (USITC) eine Anweisung an die Zollbehörden beantragen, jedes Produkt abzuweisen, das allem Anschein nach ein Patentrecht verletzt.

Dass die Einbehaltung verdächtiger Produkte an den Grenzen häufig auf Grund vermuteter Markenrechtsverletzungen erfolgt, geht auch aus den Daten hervor, die den Statistiken der Generaldirektion Steuern und Zollunion der Europäischen Kommission (TAXUD) entnommen sind. Diese Statistiken zeigen, dass der überwiegende Teil der bei Zollbeschlagnahmen geltend gemachten geistigen Eigentumsrechte Marken betrifft (Tabelle 12.3).

Tabelle 12.3 **Aufschlüsselung nach Art des geistigen Eigentumsrechts gemäß der Verordnung (EG) 3295/94, in % der Fälle**

	Marken	Urheberrechte und verwandte Rechte	Muster und Modelle	Patente und zusätzliche Schutzbescheinigungen	Nicht übermittelte Daten
2001	83%	9%	5%	3%	-
2002	80%	18%	0.50%	1.5%	-
2003	83%	13.5%	1.50%	2%	-
2004	74%	14%	2%	5%	5%
2005	79%	5%	7%	1%	8%

Quelle: TAXUD (2001-2005).

20. Der Begriff „Zollbehörde“ wird hier im allgemeinen Sinn verwendet und kann Zollämter, Grenzkontrollbehörden usw. umfassen. Die den Zollbehörden übertragenen Vollmachten sind weltweit sehr unterschiedlich (Fahndung, Beschlagnahme und Vernichtung der Ware oder lediglich Inverwahrungnahme über einen begrenzten Zeitraum).

Diese Perspektive der Verletzung von geistigen Eigentumsrechten ist auch im Arzneimittelbereich erkennbar. Die Verwendung der TAXUD-Daten ist insofern etwas problematisch, als es bis 2005 für Arzneimittel keine separate Kategorie gab wie für „Kleidung und Zubehör“ oder „Computerausrüstung (Hardware)“. Arzneimittel waren vielmehr der Universalkategorie „Sonstiges“ zugeordnet. Tabelle 12.4 und Abbildung 12.4 wurden erstellt, indem aus der Kategorie „Sonstiges“ die Zahlen herausgezogen wurden, die sich auf Arzneimittel beziehen. Tabelle 12.4 enthält eine Schätzung der Zahl der Fälle, die bei TAXUD als Markenrechtsverletzungen im Arzneimittelbereich registriert wurden²¹. 2005 beschloss die TAXUD, die statistischen Daten über beschlagnahmte Arzneimittel erstmals in einer separaten Kategorie zu erfassen. 2005 registrierte die TAXUD 148 Arzneimittel betreffende Fälle. Die Aufschlüsselung der Zahl der registrierten Arzneimittelfälschungsfälle nach Ursprung/Herkunft zeigt, dass 2005 75% der Fälle Indien als Herkunftsland hatten, 7% Ägypten, 6% China, 4% Thailand und 1% Argentinien. Die 148 von der TAXUD im Arzneimittelbereich erfassten Fälle machen 1% aller in sämtlichen Produktkategorien registrierten Fälle aus. Diese Daten sollten nicht als Indiz dafür interpretiert werden, dass es in der EU wenig importierte Arzneimittelfälschungen gibt, sie

Tabelle 12.4 **Extrapolation der Zahl der registrierten Fälle nach Marken und Produktkategorie (Arzneimittel)**
2000-2004¹

	2000	2001	2002	2003	2004
Österreich	0	0	0	0	0
Belgien ²	0.96	0	1	12.6	2.04
Dänemark	0	0	0	1	0
Finnland	0	0	0	0	0
Frankreich ³	0	0	0	0	9.24
Deutschland ⁴	226.24	0	50.4	6.08	35.28
Griechenland	0	0	0	0	0
Irland ⁵	0	0	0	0	0
Italien ⁶	0	0	0	0	0
Luxemburg	0	0	0	0	0
Niederlande ⁷	0	0	0	0	4.69
Portugal	0	0	0	0	0
Spanien	0	0	0	0	0
Schweden ⁹	0	0	0	0	82.56
Vereinigtes Königreich	0	2.16	2.97	89.7	69.72
Insgesamt	227.2	2.16	54.37	109.38	203.53

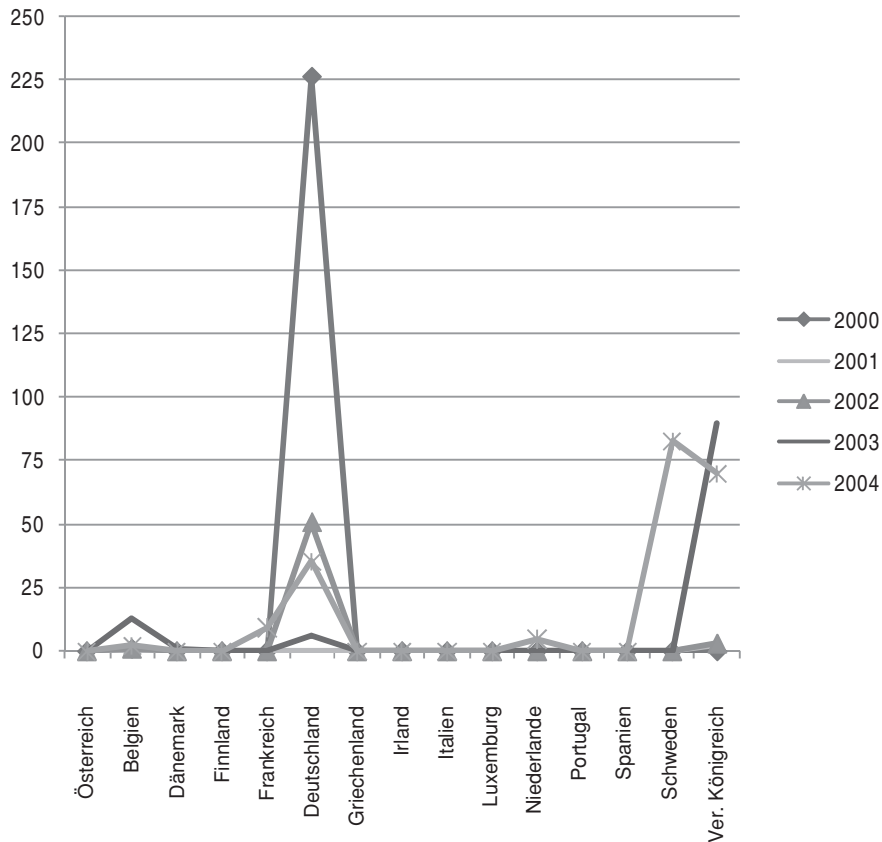
1. Anzumerken ist, dass die neu aufgenommenen EU-Mitgliedstaaten nicht berücksichtigt sind, weil für 2000 keine Vergleichsdaten vorlagen. Die neuen Mitgliedstaaten sind Estland, Lettland, Litauen, Malta, Polen, die Slowakische Republik, Slowenien und Ungarn.
2. Für Belgien betrug der nicht identifizierte Anteil 2004 64%.
3. Für Frankreich betrug der nicht identifizierte Anteil 2004 41%, 2002 52% und 2001 42%.
4. Für Deutschland betrug der nicht identifizierte Anteil 2004 60%, 2003 54%, 2002 41% und 2001 46%.
5. Für Irland betrug der nicht identifizierte Anteil 2004 40%.
6. Für Italien betrug der nicht identifizierte Anteil 2004 54%.
7. Für die Niederlande betrug der nicht identifizierte Anteil 2004 43%, 2001 47% und 2000 52%.
8. Für Spanien betrug der nicht identifizierte Anteil 2004 62%, 2003 42%, 2002 61% und 2001 49%.
9. Für Schweden betrug der nicht identifizierte Anteil 2004 45%, 2003 42%.

Quelle: OECD-Extrapolation aus TAXUD-Daten.

21. Bei diesen Zahlen handelt es sich um eine Extrapolation der prozentualen Anteile der einer bestimmten Marke zugeordneten Fälle und der Gesamtzahl der Fälle je Mitgliedsland in der Kategorie „Sonstiges“. Unter Umständen können diese Zahlen verzerrt sein, da der nicht identifizierte Prozentsatz der Fälle in der Kategorie „Sonstiges“ hoch war (d.h. bei über 40% lag).

Abbildung 12.4 Zahl der registrierten Fälle nach Marken, 2000-2004

Zahl der registrierten Fälle nach Marken und Produktkategorie: Sonstiges – Arzneimittel



Quelle: OECD-Extrapolation aus TAXUD-Daten (2000-2004).

verdeutlichen jedoch, dass von den Rechtsdurchsetzungsbehörden an der Grenze wenige Fälle von Verletzungen geistiger Eigentumsrechte registriert werden, und sie könnten auf Probleme bezüglich der Rechtsdurchsetzung an den Außengrenzen hindeuten.

Ein weiterer Grund dafür, dass Markenrechtsverletzungen häufiger geltend gemacht werden als Patentrechtsverletzungen, liegt darin, dass Marken die geltenden Patente oft überdauern. Eine Analyse von 37 in den Vereinigten Staaten gemeldeten Arzneimittel-fälschungsfällen veranschaulicht dies. Die gemeldeten Fälle betrafen 30 Arzneimittel, von denen nur noch 20 unter gültigem Patentschutz standen²². Für alle 30 Medikamente galten jedoch eingetragene Markenrechte, die durch die gefälschten Produkte verletzt wurden²³.

Die Höhe, die der ökonomische Wert des weltweiten Handels mit gefälschten Arzneimitteln erreicht, lässt sich zwar nicht beziffern, eine Untersuchung des potenziellen Ertrags der Fälschungsgeschäfte mit bestimmten patentierten und unter Markenschutz stehenden Arzneimitteln vermittelt aber eine gewisse Vorstellung von den ökonomischen Motiven, die dieser Aktivität zu Grunde liegen. In den Vereinigten Staaten wurde eine Reihe von Biologika gefälscht, weil sie einen hohen Marktwert haben. Dies gilt für die

22. Wie aus der Orange-Book-Datenbank ersichtlich.

23. Wie aus der Marken-Datenbank ersichtlich.

Injektionsmedikamente „Epogen“ (Epoetin alfa) und „Procrit“ (Epoetin alfa). Injektionsfläschchen der Medikamente „Epogen“ und „Procrit“, die jeweils 2 000 U/ml Epoetin alfa enthalten, wurden von Fälschern in den Vereinigten Staaten käuflich erworben, mit 40 000 U/ml ausgezeichnet und in die Lieferkette zurückgeschleust (Amgen, 2002; Ortho Biotech, 2002a, 2002b, 2002c). Der theoretische Ertrag aus dieser Straftat lässt sich folgendermaßen berechnen. Zu diesem Zeitpunkt kostete ein Injektionsfläschchen der 2 000 U/ml-Dosierung 22 US-\$, ein Injektionsfläschchen mit 40 000 U/ml 445 US-\$. Es wird angenommen, dass die Zahl der von diesem Fälschungsgeschäft betroffenen Fläschchen bei 110 000 lag. So stünde der Investition von 2,42 Mio. US-\$ für den Ankauf der 2 000 U/ml-Fläschchen bei Erzielung des vollen Preises ein Verkaufserlös von 48,95 Mio. US-\$ gegenüber (Jaret, 2004). Der tatsächliche realisierte Gewinn würde aber unter 46,53 Mio. US-\$ liegen, denn die 40 000 U/ml wären wohl mit einem Preisnachlass abgegeben worden, um Käufern am Sekundärmarkt Anreize für den Kauf des Produkts zu bieten und ihnen die Möglichkeit zu lassen, beim Weiterverkauf selbst eine Gewinnspanne zu erzielen. Gleichwohl ist der potenzielle Gewinn für die Fälscher immer noch ganz erheblich, da sie lediglich die Originalkennzeichnung zu entfernen brauchten, indem sie die Aufkleber nach Einweichen der Fläschchen ablösen und neue Etiketten drucken und aufbringen mussten.

12.5 Vorgehensweisen

12.5.1 Herstellung und Produktion

In vielen Ländern sind Arzneimittelherstellung und -produktion ein stark regulierter Prozess. Dagegen sind Arzneimittelfälschungen wegen ihres illegalen Charakters keinerlei Regulierungen unterworfen. Arzneimittelfälschungen, ob Arzneimittelwirkstoffe oder Fertigarzneimittel, können unter den kläglichsten und unhygienischsten Bedingungen hergestellt und produziert werden (Abb. 12.5). Sie werden nicht nach den Regeln Guter Herstellungspraxis (GMP) oder anerkannten Verfahren angefertigt, und häufig kommen dabei nichtqualifizierte Arbeitskräfte zum Einsatz. Arzneimittelfälschungen gelangen durch eine ganze Reihe von Aktivitäten in die legale Vertriebskette, darunter Importe über den grauen Markt, Umetikettierung von Produkten mit abgelaufener Haltbarkeitsdauer, für die ein Preisnachlass gewährt wird, Abzweigung und Diebstahl (Beckett, 2005).

Fälscher sind in der Lage, Tabletten und Durchdrückpackungen in Massenproduktion herzustellen, indem sie die für das Pressen der Tabletten erforderlichen Ausrüstungen, die oft sehr primitiv und durchaus erschwinglich sind, erwerben und einsetzen, und hierfür ein reichlich vorhandenes Angebot an Billigkräften nutzen.

Während die Abbildungen 12.5 und 12.6 zeigen, auf welche Weise gefälschte Arzneimittel in Entwicklungsländern hergestellt werden, macht Abbildung 12.7 deutlich, dass die Bedingungen nicht viel besser sind, wenn sich die Produktionsstätte in Industrieländern befindet. Dieses Bild zeigt Labors im Vereinigten Königreich, in denen Arzneimittelfälschungen hergestellt wurden; sie wurden durch Ermittlungen aufgespürt und anschließend demontiert (MHRA, 2005). Solche Fälschungsaktivitäten vollziehen sich offenkundig außerhalb des strengen Regulierungsrahmens, der für Arzneimittel (in Bezug auf Herstellung, Kennzeichnung, Sicherheit und Wirksamkeit sowie Vertrieb) gilt.

Abbildung 12.5 Beispiele für Herstellungs- und Produktionsbedingungen bei Arzneimittelfälschungen



Quelle: Instituto Nacional de Medicamentos – ANMAT (2006).

Abbildung 12.6 Beispiele für die eingesetzten Ausrüstungen/Technologien



Quelle: Nicht bekanntgegeben.



Quelle: Instituto Nacional de Medicamentos – ANMAT (2006).

Abbildung 12.7 Fälschungsbetrieb im Vereinigten Königreich



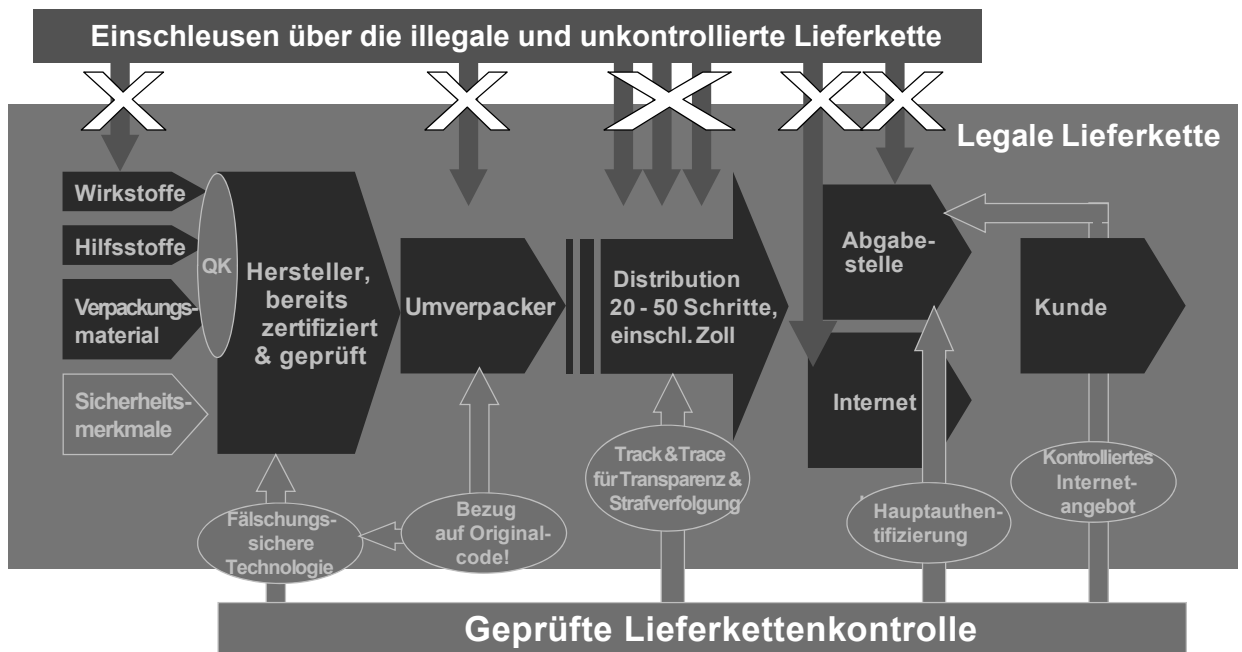
Quelle: MHRA (2005).

12.5.2 Vertriebskette

Das Geschäft mit Arzneimittelfälschungen ist im Fluss und verändert sich zusehends. Es gibt zwar zahlreiche Vorgehensweisen, doch versuchen dabei im Allgemeinen Makler oder „Mittelsmänner“, Käufer und Verkäufer durch eine Reihe von „Gefälligkeitsgeschäften“ in Kontakt zu bringen, bei denen beide ein gewisses Maß an gegenseitigem Vertrauen herzustellen suchen. Einen allgemeinen Eindruck von den legalen und illegalen Vertriebskanälen vermitteln die folgenden Abbildungen. Sie zeigen, wie gefälschte Produkte aus Bezugsquellen illegaler Kanäle in die legalen Vertriebskanäle eindringen können. Anzumerken ist, dass Abzweigung und Manipulation an jeder Stelle auftreten können, die Einschleusung aber offenbar in erster Linie auf der Distributions- und Einzelhandelsstufe erfolgt.

Der weltweite Vertrieb pharmazeutischer Produkte ist ein komplexer Vorgang und von Land zu Land sehr unterschiedlich. Viele Arzneimittelfälscher operieren in mehreren Hoheitsgebieten. So wurde z.B. bei Ermittlungen festgestellt, dass in China und Indien produzierte Arzneimittelwirkstoffe zwecks Verarbeitung zu Fertigprodukten und Verpackung nach Korea, Chinesisch Taipeh oder den umliegenden Staaten vertrieben werden (vertrauliche Mitteilung). Gefälschte Produkte werden über zahlreiche Kanäle vertrieben – hauptsächlich über Wege, bei denen es den geringsten Widerstand bzw. eine schwache Rechtsdurchsetzung gibt, sowie über Freihandelszonen. Viele Hersteller florieren in Entwicklungsländern, und ihre Produkte sind nicht unbedingt für den Inlandsverbrauch bestimmt. Oft werden die Erzeugnisse für Einzelhandelsapotheken und den Einzelhandelsvertrieb und für Internetkunden in der ganzen Welt hergestellt. Bei Ermittlungen wurden z.B. Orte im Nahen Osten als Vertriebsstellen für aus Asien stammende und für Europa bestimmte Arzneimittelfälschungen identifiziert (vertrauliche Mitteilung). Andere Ermittlungen förderten zu Tage, dass eine Freihandelszone in Zentralamerika als Ausgangspunkt für den Vertrieb von für den nordamerikanischen Markt bestimmten Produkten

Abbildung 12.8 Mögliche Wege der Einschleusung von Arzneimittelfälschungen in die legale Vertriebskette



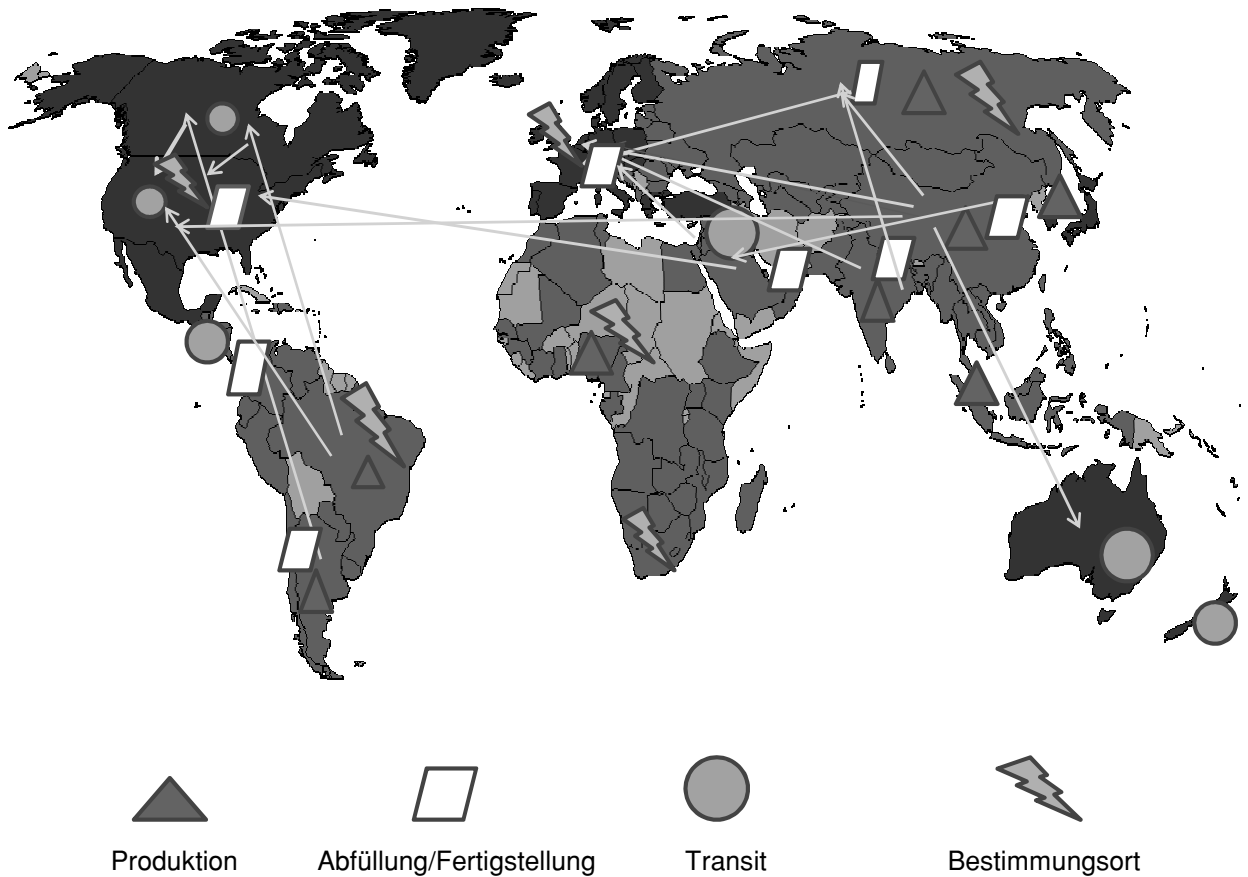
Quelle: EFPIA (2005).

diente. Abbildung 12.9 zeigt Beispiele für Handelsströme gefälschter Produkte. Zu beachten ist, dass es sich hier um eine Momentaufnahme handelt, denn die Bewegungen gefälschter Arzneimittel sind insofern in einem ständigen Wandel, als sie sich Veränderungen bei Gesetzen, Bestimmungen und Maßnahmen, Durchsetzungsaktivitäten, Versorgungsausfällen, Nachfrage, neuen illegalen Einschleusungsmöglichkeiten usw. anpassen (vertrauliche Mitteilung).

12.5.3 Internet

Auf Grund der Popularität des Internet und der Verfügbarkeit effizienter Suchmaschinen sind Patienten und Verbraucher glücklicherweise in der Lage, sich Informationen über Gesundheitsfragen zu beschaffen. Auf der anderen Seite hat das Internet aber ebenfalls dazu geführt, dass Medikamente über Internetseiten erhältlich sind und dem Phänomen Vorschub geleistet, dass der Verbraucher zur Selbstmedikation schreitet, auch ohne den Rat eines Arztes oder Apothekers einzuholen. Die Bereitschaft der Patienten, Medikamente über das Internet zu bestellen, wurde von Kriminellen schnell als ein einträglicher Weg erkannt, arglosen Kunden gefälschte Arzneimittel zum Kauf anzubieten. Von den drei Arten von Internet-Apotheken (d.h. rezeptpflichtige Medikamente abgebende Apotheken, niedergelassene Versandapotheken und nicht rezeptpflichtige Medikamente verkaufende Apotheken) soll hier die dritte Kategorie untersucht werden, um auf die im Zusammenhang mit vielen Internet-Apotheken auftretenden Probleme hinzuweisen. Dabei handelt es sich um Internet-Apotheken, die Arzneimittel ohne ärztliches Rezept und ohne vorherigen Arztbesuch abgeben (GlobalOptions, 2003). Es ist äußerst schwierig, die Zahl der existierenden Internet-Apotheken auch nur annähernd genau festzustellen, doch hat es den Anschein, dass die Mehrzahl der Online-Apotheken unter die letztgenannte Kategorie fällt. Diese Art von Online-Apotheken gibt im Hinblick auf Arzneimittelfälschungen am

Abbildung 12.9 Beispiel für einige Herstellungs- und Vertriebsströme gefälschter Produkte



Quelle: Nicht bekanntgegeben.

meisten Anlass zu Besorgnis, denn im Allgemeinen gibt es dabei keine fachliche Diagnose, Verschreibung oder Beobachtung, und auch keine Überprüfung der Sicherheit, Wirksamkeit oder Qualität der abgegebenen Arzneimittel, da Internet-Apotheken dieser Art an keinerlei Gesetze oder Regulierungen gebunden sind.

Wenngleich einige dieser Internet-Apotheken möglicherweise authentische Arzneimittel anbieten, kann diese Art von Online-Apotheke auch von skrupellosen Fälschern eingerichtet werden, die dem arglosen Patienten gefälschte Produkte verkaufen. Dies ist besonders bei Internetseiten der Fall, die Fälschungen zum Zwecke der Täuschung als „Generikum“-Version eines Originalmedikaments ausgeben. Da eine Internetseite leicht zu erstellen ist, können die Fälscher eine Internet-Apotheke einrichten, darüber Geschäfte abwickeln und sie dann wieder vom Netz herunternehmen, wenn die Gefahr der Entdeckung größer wird. Somit ist diese Art von Internet-Apotheke ein leicht zugänglicher Vertriebskanal, und sie kann sich zudem unabhängig von der auf der Internetseite angegebenen Adresse überall auf der Welt befinden und hat oft überhaupt keinen festen Standort. Im „Bansal“-Fall konnten im April 2005 dank der Zusammenarbeit mit mehreren Staaten von den US-Behörden die Hauptakteure eines internationalen Netzwerks verhaftet werden, die über das Internet illegal „große Mengen von Medikamenten mit kontrollierten Substanzen und verschreibungspflichtiger Medikamente ohne derartige Substanzen“ vertrieben (DOJ, 2005c).

12.5.4 Korruption, Organisierte Kriminalität und terroristische Aktivitäten

Zum Kreis der an der Herstellung und am Vertrieb von gefälschten Arzneimitteln Beteiligten gehören Einzelpersonen, darunter medizinische Fachkräfte wie Apotheker und Ärzte, kriminelle Vereinigungen, Verbrechersyndikate, kriminelle Pharmaunternehmen, korrupte Amtsträger auf lokaler und nationaler Ebene sowie terroristische Organisationen (DEA, 2006). Zum Beispiel wurden in der Russischen Föderation kriminelle Organisationen identifiziert, die Arzneimittelfälschungen herstellen und vertreiben, zuweilen in Absprache mit lokalen Beamten (vertrauliche Mitteilung). In einer 2002 von AIPM-CIPR durchgeführten Erhebung bei Arzneimittelherstellern wurden korruptes Verhalten von Amtsträgern, politische Einflussnahme und mangelnder politischer Wille als drei der fünf wichtigsten Hindernisse bei der Fälschungsbekämpfung genannt. Es wurden zwar Maßnahmen getroffen, doch konnten die Probleme damit nicht vollständig behoben werden (vertrauliche Mitteilung).

Zwar geht es den Fälschern bei ihren Geschäften hauptsächlich um den finanziellen Gewinn, doch können in einigen Fällen sekundäre Anliegen eine Rolle spielen, wie die Beschaffung von Mitteln für bestimmte politische Ziele, z.B. terroristische Aktivitäten. So trat unlängst (im März 2006) erneut die Verbindung zwischen terroristischen Aktivitäten und Produktpiraterie zu Tage, als von der US-Regierung gegen 19 Personen wegen Beteiligung an einer globalen kriminellen Verschwörung Klage erhoben wurde. Die durch illegale Geschäfte, u.a. Arzneimittelfälschungen, erzielten Erträge flossen den Informationen zufolge einer von der US-Regierung als ausländische terroristische Vereinigung registrierten Organisation zu (US Newswire, 2006).

12.6 Auswirkungen der Fälschung und Nachahmung von Arzneimitteln

12.6.1 Patienten/Verbraucher

Die bedeutendsten Auswirkungen von Arzneimittelfälschungen auf Patienten sind die mit der direkten Einnahme verbundenen Gesundheitsrisiken und das schwindende Vertrauen in das Gesundheitssystem, vor allem bei gefälschten pharmazeutischen Produkten, die das Resultat von Markendiebstahl und Patentverletzungen sind (OECD, 2005). Arzneimittelfälschungen sind als „perfektes Verbrechen“ beschrieben worden, da bei einer Verbesserung des Gesundheitszustands des Patienten keine Ermittlungen eingeleitet werden und bei einer eventuellen Verschlechterung das Leiden bzw. die Krankheit des Patienten verantwortlich gemacht wird. Zu einem Schwund des Vertrauens in Originalmedikamente kommt es in Bereichen, in denen die Arzneimittelqualität als schlecht empfunden wird, und dieser führt insgesamt zu einem Verlust des Vertrauens in das gesamte System der Gesundheitsversorgung und die Arzneimittelregulierungsbehörden (Newton, 2006). Dieser Fall tritt insbesondere dann ein, wenn der Eindruck besteht, dass die Arzneimittelregulierungsbehörden nicht angemessen reagieren.

In den Entwicklungsländern kann das Ausbleiben des gewünschten therapeutischen Effekts bei gefälschten Medikamenten das Vertrauen der Öffentlichkeit in die Wirksamkeit westlicher Arzneimittel schwächen und dazu führen, dass Patienten auf traditionelle lokale Heilpflanzen zurückgreifen oder sich Wunderheilern zuwenden. Der Patient wartet nicht nur vergebens auf Heilung, im Falle der Einnahme von Antibiotika könnte überdies eine subtherapeutische Dosierung zur Entwicklung resistenter Bakterienstämme beitragen (Newton, 2006). Es wird befürchtet, dass die Arzneimittelresistenz infolge von Medikamentenfälschungen zunehmen wird. Außerdem führt der fälschungsbedingt ausbleibende Therapieerfolg pharmazeutischer Produkte zu einem Vertrauensverlust gegenüber Ärzten

und medizinischem Fachpersonal (OECD, 2005). Aus ökonomischer Sicht verschwendet der Patient mit dem Kauf gefälschter Medikamente nicht nur Geld, sondern benötigt, sollte sich sein Gesundheitszustand nicht verbessern, möglicherweise auch eine therapeutische Behandlung eventuell auftretender Nebenwirkungen (OECD, 2005).

Aus klinischer Sicht sind die negativen Folgen der Einnahme gefälschter Arzneimittel zahlreich und reichen von Unverträglichkeit bis zum Tod. Bei Therapien gegen nicht lebensbedrohliche Krankheiten sind die Auswirkungen auf die Gesundheit möglicherweise gering und vielleicht auf das Ausbleiben klinischer Effekte begrenzt. So wurden beispielsweise zahlreiche Fälle gemeldet, in denen gefälschte „Lifestyle“-Medikamente zur Behandlung erektiler Dysfunktionen keinen Arzneimittelwirkstoff enthielten, was bei Einnahme zu unzufriedenen Kunden geführt hat. Leider werden die Auswirkungen auf den Patienten in den meisten Fällen nicht systematisch erfasst. Aufzeichnungen der tatsächlichen klinischen Auswirkungen gefälschter Arzneimittel werden meistens nur in Fällen mit erfolgreicher Rechtsdurchsetzung oder zahlreichen Todesopfern aufbewahrt, so dass die verfügbaren Informationen ein unvollständiges Bild zeichnen. So wurde beispielsweise gemeldet, dass in Nigeria im Zeitraum 1995-1996 über 2 500 Menschen bei einem Meningitis-Ausbruch starben, als über 50 000 Personen mit einem gefälschten Meningitis-Präparat geimpft wurden, das nur Wasser enthielt (WHO, 2006a). Eine weitere Todesursache sind toxische Substanzen in gefälschten Medikamenten. Es gibt zahlreiche tragische Fälle der Ingestion von Diethylenglykol, einem Frostschutzmittel, das entweder als Kontaminant in Glycerin oder bewusst anstelle von Propylenglykol verwendet wurde. Die Fachliteratur weist auf über 350 gemeldete Todesfälle durch Diethylenglykol in den 1990er Jahren in vier Ländern (Bangladesch, Haiti, Indien und Nigeria) hin. In jüngerer Zeit wurden im Oktober 2006 in Panama mindestens 30 Todesfälle auf die Einnahme von vier mit Diethylenglykol kontaminierten Arzneimitteln zurückgeführt (DRN, 2006).

Schwerwiegende Nebenwirkungen können auch auftreten, wenn beispielsweise der auf einer Medikamentenverpackung stehende Wirkstoff durch einen anderen ersetzt wurde. 2002 wurden Arzneimittelflaschen mit der antiretroviralen Substanz „Ziagen“ in den Vereinigten Staaten in das antiretrovirale Medikament „Combivir“ umetikettiert (GlaxoSmithKline, 2002). Obwohl beide Präparate dieselbe Krankheit behandeln, entwickeln etwa 5% der Patienten, die „Ziagen“ einnehmen, eine potenziell lebensbedrohliche Hypersensitivitätsreaktion. Bei einer Hypersensitivitätsreaktion wird dem Patienten geraten, „Ziagen“ künftig nicht mehr einzunehmen, da eine weitere Dosis rasch stärkere Symptome wie beispielsweise eine lebensbedrohliche Hypotonie auslösen und auch zum Tod führen kann. Da weder der verschreibende Arzt noch der Patient wissen, dass das gefälschte Medikament „Combivir“ den Ziagen-Wirkstoff enthält, könnte das volle Ausmaß der Folgen einer leichten Hypersensitivitätsreaktion unerkannt bleiben und die Dosierung aufrechterhalten werden, mit schwerwiegenden medizinischen Konsequenzen.

Das Aufkommen der Vogelgrippe und die Furcht vor einer Übertragung auf den Menschen veranschaulichen eine der Schwierigkeiten bei der Bekämpfung von Arzneimittelfälschungen und auch die möglichen Auswirkungen auf die menschliche Gesundheit. Aus den Vereinigten Staaten wurden mehrere Fälle von gefälschten „Tamiflu“ gemeldet, ein Präparat, das bei einer Grippewelle zum Einsatz kommen würde. Die Zoll- und Grenzschutzbehörde der Vereinigten Staaten (United States Customs and Border Protection) hat Ende 2005 im Süden von San Francisco 51 Sendungen von „Tamiflu“-Fälschungen und im Januar 2006 in New York 250 weitere Pakete beschlagnahmt (US Customs 2005, 2006). Diese Zwischenfälle veranschaulichen auch den opportunistischen Charakter dieser kriminellen Handlungsweise.

Der Erwerb von Arzneimitteln über das Internet kann für die Patienten attraktiv erscheinen. Die Werbung auf der Website macht die Patienten glauben, dass sie das Originalprodukt erwerben und nicht ein Produkt aus einem unbekanntem Herkunftsland, das entweder keinen aktiven Wirkstoff oder eine unangemessene Dosierung derselben oder andere oder toxische Wirkstoffe enthält, bzw. abgelaufene Produkte mit falschem neuem Verfallsdatum, nicht zugelassene pharmazeutische Produkte, unsachgemäß gelagerte oder transportierte Produkte, nicht entsprechend der Guten Herstellungspraxis (GMP) hergestellte Produkte, Produkte ohne bzw. mit unsachgemäßer Verpackung oder Kennzeichnung mit Angaben zur Nutzung des Medikaments, zu Kontraindikationen, Sicherheitsfragen sowie potenziellen Nebenwirkungen usw. All diese Faktoren erhöhen das Gesundheitsrisiko für den Patienten. Untersuchungen haben gezeigt, dass es möglich ist, sehr gefährliche Arzneimittel ohne Rezept zu bestellen und zu bekommen²⁴. In Studien wurde nachgewiesen, dass Patienten, die Arzneimittel über das Internet kaufen, stärker solchen irreführenden Praktiken ausgesetzt sind. Eine Studie von August 2005 zeigte beispielsweise, dass 85% der über das Internet vertriebenen und angeblich aus einem bestimmten Hoheitsgebiet stammenden Arzneimittel in Wirklichkeit aus 27 anderen Ländern kamen, darunter Indien, Costa Rica und Vanuatu (FDA, 2005)²⁵.

12.6.2 Privater Sektor

Für den privaten Sektor stellt die Gewährleistung des kontinuierlichen Vertrauens der Patienten in seine Produkte und das Gesundheitssystem im Allgemeinen die Hauptaufgabe dar. Konkret bedeutet dies für die Arzneimittelhersteller, dass sie Maßnahmen ergreifen müssen, um die Lieferkette zu sichern, Fälschungsaktivitäten zu untersuchen und aufzudecken sowie Fälscher und Produktpiraten strafrechtlich zu verfolgen. In vielen Fällen hat der Hersteller eine Produktsicherungs- oder Fälschungsbekämpfungsstrategie eingerichtet, für die entsprechende Ressourcen bereitgestellt wurden (OECD, 2005). Arzneimittelhersteller setzen Fälschungsbekämpfungstechniken ein, um ihre Produkte zu sichern, was mit hohen Investitionen verbunden sein kann. So wurden beispielsweise die Kosten der Fälschungsbekämpfungsmaßnahmen für ein Produkt in einem Land auf 10-20% des Gesamtjahresumsatzes geschätzt (OECD, 2005). Darüber hinaus müssen die Arzneimittelhersteller die verwendeten Techniken kontinuierlich aktualisieren, um jene Produkt- und Markenpiraten zu überlisten, die in der Lage sind, diese Techniken zu kopieren oder die ihnen zu Grunde liegenden Systeme zu knacken.

Da der Rückgriff auf Technik allein nicht ausreicht, verfügen viele pharmazeutische Großunternehmen auch über Mitarbeiter, die zusammen mit staatlichen Behörden und Polizeikräften Ermittlungen durchführen und Fälschungsaktivitäten aufdecken. Die Durchführung dieser Ermittlungsaktivitäten ist ein zusätzlicher Kostenfaktor. Zwar werden die Informationen über Fälschungsaktivitäten zwecks strafrechtlicher Verfolgung der Fälscher und Produktpiraten häufig den Behörden übermittelt, doch gibt es auch Fälle, in denen der Fälscher direkt vom Inhaber der geistigen Eigentumsrechte verfolgt wird. Prozesse um geistige Eigentumsrechte sind häufig ein kostspieliges Unterfangen. Alternativ hierzu gibt es einige Aktionen, die in erster Linie oder ausschließlich den Rechteinhabern

24. Kontrollierte Substanzen der *Tabellen II und III* des amerikanischen *Controlled Substances Act*, wie die rezeptpflichtigen Schmerzmittel „OxyContin“ (Oxycodon), „Percocet“ (Oxycodon und Acetaminophen) und Hydrocodon wurden über das Internet ohne Rezeptvorlage bestellt und vom Besteller erhalten (U.S. General Accounting Office, 2004a,b).

25. Vgl. FDA News (2005), „FDA Operation Reveals Many Drugs Promoted as ‘Canadian’ Products Really Originate from Other Countries“, S. 5-102, 16. Dezember 2005, www.fda.gov/bbs/topics/NEWS/2005/NEW01277.html.

offen stehen. So können Rechteinhaber beispielsweise auf die Einheitliche Richtlinie zur Lösung von Streitigkeiten über Domainnamen (UDRP) bei einer unzulässigen Registrierung durch Dritte zurückgreifen. Eine Reihe von Arzneimittelherstellern hat sich bereits dieses Mechanismus bedient, um nicht genehmigte Internetseiten wieder schließen zu lassen. Nicht zum Tragen kommt die UDRP indessen in Fällen, in denen der Domainname das Markenzeichen des Rechteinhabers nicht enthält.

Unter dem Aspekt der geistigen Eigentumsrechte betrachtet, ist der dem Wert des geistigen Eigentumsrechts, sei es eine Marke, ein Copyright oder ein Patent, zugefügte Schaden eine direkte Folge. Besonders groß ist das Potenzial für Markenverwässerung bei berühmten oder bekannten Marken (Shaw, 2005). Die Unternehmen sind bestrebt, den Schutz ihrer als wertvoll eingestuften Marken und geistigen Eigentumsrechte überall in der Welt zu sichern (OECD, 2005). Bis heute stehen aber keine Statistiken zur Verfügung, denen zu entnehmen ist, dass Fälschungsaktivitäten den Wert individueller Eigentumsrechte im Arzneimittelsektor direkt mindern. Eine logische Folge derartiger Aktivitäten wären Auswirkungen auf den Umsatz mit rezeptpflichtigen und rezeptfreien Originalprodukten. Dieser wird bis zu einem gewissen Grad durch den Nichtkauf des Originalprodukts beeinträchtigt, wenn Patienten das gefälschte Produkt erwerben. So schätzt beispielsweise die INQUIFAR (Nationaler Verband der pharmazeutischen Unternehmen) in El Salvador die fälschungsbedingten Einbußen der Branche auf 40 Mio. US-\$ pro Jahr (Encarna, 2005). Einen negativen Einfluss auf den Umsatz hat auch der Verlust von Vertrauen in Qualität, Sicherheit und Wirksamkeit eines Produkts, das in großem Maßstab gefälscht wird, vor allem wenn es durch ein anderes Produkt ersetzt werden kann. Außerdem kann der Umsatz auch durch den Rückruf gefälschter Produkte beeinträchtigt werden (Shaw, 2005).

Eine weitere Begleiterscheinung ist die potenzielle Verantwortung und Haftung des Herstellers und anderer Akteure in der Lieferkette. Der Fall *Fagan versus Amerisource Bergen Corp.*, einer der wenigen Fälle, den ein Opfer eines gefälschten Arzneimittels vor Gericht gebracht hat, veranschaulicht diesen Punkt (Beckett, 2005)²⁶. Die Klage richtete sich gegen den Hersteller, den Großhändler und den Einzelhändler. In einem vorläufigen Urteil gelang es dem Groß- und Einzelhändler nicht, die Abweisung der Klage zu erwirken, da sie nach Auffassung des Gerichts sehr gut in der Lage waren, die Warenströme zu kontrollieren, und nicht das höchstmögliche Maß an Sorgfalt und Wachsamkeit walten ließen. Die Klage gegen den Hersteller wurde mit der Begründung zurückgewiesen, dieser sei weder dazu verpflichtet, das kriminelle Verhalten Dritter zu antizipieren oder zu verhindern, noch sein Produkt derart zu gestalten, dass es gegen kriminelle Fälschungen gefeit ist und diese ausschließt. Der Vorwurf der Sorgfaltspflichtverletzung wurde in einem Berufungsverfahren erneut erfolglos gegen den Hersteller erhoben, und der Fall wurde danach schnell mit einem Vergleich entschieden.

Die Fälschung von Arzneimitteln hat der Entwicklung der Branche für Fälschungsbekämpfungstechniken starke Impulse verliehen. Ehemals kostspielige Techniken, wie die Funkfrequenzidentifizierung (RFID), werden derzeit für den Einsatz bei Arzneimittelprodukten verfeinert. Schätzungen einiger Analysten zufolge könnte der Industriezweig bei einer Ausdehnung des RFID-Einsatzes auf Arzneimittel im kommenden Jahrzehnt stark expandieren (Business Insights, 2005b). Außerdem dürfte der Bereich der Prävention von Fälschungsaktivitäten der Entwicklung neuer Technologien Vorschub leisten.

26. *Fagan v. AmerisourceBergen Corp.*, 356 F. Supp.2d 198,209 (E.D.N.Y., 2004). *Fagan v. Amerisource Bergen Corp and others*, erörtert in N. Beckett, "Just Say No", *Fighting IP Theft*, Mai 2005.

12.6.3 Staat

Für den Staat kommt der Effekt der gefälschten und unerlaubt kopierten pharmazeutischen Produkte zum Effekt auf Patienten und Unternehmen hinzu. Wenn eine staatliche Gesundheitsbehörde öffentliche Gelder und Steuermittel in den Kauf von Pharmazeutika investiert, die sich als Fälschung herausstellen, hat dies eine Verschwendung finanzieller Ressourcen, einen Anstieg der Gesundheitskosten sowie einen potenziellen Mangel an verfügbaren Originalprodukten zur Folge. Dies war beispielsweise in Nigeria der Fall, wo die begrenzte Verfügbarkeit zum Kauf gefälschter Pharmazeutika geführt hat (NAFDAC, 2006). Patienten, die nicht vom therapeutischen Wert des Originalarzneimittels profitieren oder negativ auf gefälschte Medikamente reagieren, bedürfen u.U. eines mehr oder minder langen Krankenhausaufenthalts, der in jedem Fall mit höheren Kosten für das Gesundheitssystem verbunden ist. Im oben dargelegten Fall *Fagan* benötigte der Kläger (Patient) infolge der Einnahme gefälschter Pharmazeutika eine erhebliche zusätzliche medizinische Betreuung. Außerdem bedürfen Patienten, denen der therapeutische Wert von Originalarzneimitteln vorenthalten wird, möglicherweise eine längere Zeit der Genesung, bis sie wieder ein produktives Mitglied der Gesellschaft werden, was wiederum Auswirkungen auf ihre eigene Person, ihre Familien und ihren Arbeitgeber hat.

Der Staat muss ferner begrenzte Ressourcen für Rechtsdurchsetzungsaktivitäten verwenden, um Fälschungsaktivitäten zu untersuchen und diesen Einhalt zu gebieten. Die Provinz Zhejiang, China, richtete beispielsweise eine landesweite Melde- und Beschwerdhotline sowie ein Berichterstattungszentrum für Verletzungen geistiger Eigentumsrechte ein (Li, 2006). Gleichzeitig kommt in der wachsenden Zahl der von staatlichen Behörden angestrebten Ermittlungen die Neuorientierung von Ressourcen zu Gunsten von Aktivitäten der Fälschungsbekämpfung zum Ausdruck. Da es sich bei Arzneimitteln um komplexere und anspruchsvollere Produkte handelt, bedarf es zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie in diesem Sektor speziell ausgebildeter Mitarbeiter, wie beispielsweise Pharmazeuten oder Personen mit medizinischer/wissenschaftlicher Ausbildung usw. Die Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie erfordert auch zusätzliche Aktionen im Zoll- und Grenzschutzbereich, die wiederum die Kosten für die öffentliche Hand erhöhen. Bei einer Zunahme der Fälschungsaktivitäten müssen entsprechend auch mehr Ressourcen bereitgestellt werden. Werden gefälschte Produkte mit öffentlichen Mitteln erworben, erhalten die Fälscher und Produktpiraten ihr Geld direkt aus der Staatskasse, wobei sie dem Staat höchstwahrscheinlich auch Steuereinnahmen rauben.

12.7 Maßnahmen zur Bekämpfung der Fälschung und Nachahmung von Arzneimitteln

Arzneimittelfälschungen sind ein weltweites Problem mit Auswirkungen auf Patienten und Verbraucher, Staat, Unternehmen und internationale Organisationen. Um dieses Problem in geeigneter Form anzugehen, bedarf es der Zusammenarbeit und Mitwirkung aller genannten Parteien. Ferner ist es ein multifaktorielles und multidimensionales Problem, das parallel koordinierte Aktionen all dieser Parteien voraussetzt. Zu den Kategorien, in denen Handlungsbedarf besteht, um das Problem gefälschter und nachgeahmter Arzneimittel zu beseitigen, zählen: der Einsatz von Technologien, die Nutzung von Rechts- und Regulierungsmechanismen, die Stärkung der Rechtsdurchsetzungsmechanismen, vor allem durch die Bereitstellung angemessener Ressourcen und internationale Zusammenarbeit, Aufklärung der Öffentlichkeit und entsprechende Kommunikation ebenso wie strengere Praktiken/Kontrollen innerhalb der Liefer-/Vertriebskette. An jeder dieser Aktionen sind u.U. mehrere Akteure aus den Bereichen Herstellung, Vertrieb, Verkauf und Regulierung von pharmazeutischen Produkten beteiligt.

12.7.1 Technologien

Eine Komponente der Bekämpfung von Fälschungen und Nachahmungen ist der Einsatz technischer Anwendungen²⁷. Mit dem alleinigen Rückgriff auf technische Lösungen lässt sich das Problem der Arzneimittelfälschungen aber nicht in den Griff bekommen. Zudem reicht eine einzige technische Lösung häufig nicht aus. Die Erfahrung lehrt, dass selbst bei Anwendung nicht nur einer, sondern mehrerer technischer Lösungen Fälscher in der Lage sind, gefälschte Produkte herzustellen. Die Machbarkeit des Einsatzes einer bestimmten Technik in verschiedenen Ländern, hängt von den Ausgangsbedingungen und den vorhandenen Ressourcen ab. Ferner wird die Verfügbarkeit bestimmter technischer Lösungen stark vom Niveau der wirtschaftlichen Entwicklung in einem Hoheitsgebiet beeinflusst. So dürfte z.B. der Einsatz von RFID-Techniken in Entwicklungsländern in Afrika und Südostasien, wo die Fälschungsaktivitäten ein erhebliches Maß erreichen, aus kostenmäßigen und technischen Gründen nicht möglich sein (Brand News, 2006). In diesen Ländern versuchen Staat, internationale Organisationen und Wirtschaft herauszufinden, welche Art von Technologie am wirksamsten wäre.

Derzeit werden Fälschungsaktivitäten bei Arzneimittelprodukten mit einer Vielzahl von Techniken bekämpft. Eine Befragung von 179 Führungskräften der Branche ergab, dass derzeit Barcodes, Sichtverpackungen und Farbdruck in absteigender Reihenfolge am häufigsten als Sicherheitstechnologie verwendet werden (Business Insights, 2005). Sichtverpackungen und fälschungssichere Verpackungen sind unter den Verkaufseinheiten zwar die beiden Technologien, die zur präventiven Abschreckung am meisten verwendet werden, doch werden auch sie in Ländern mit großem und preisgünstigem Arbeitsangebot von Fälschern bereits nachgeahmt.

Offene Technologien (d.h. für das Auge sichtbar), verborgene Technologien (die mit bloßem Auge nicht sichtbar und für deren Authentifizierung besondere Geräte erforderlich sind) sowie forensische Technologien finden als Fälschungsbekämpfungsmaßnahmen zunehmend Verwendung. Jedoch sind höchst komplexe Hologramme von Fälschern bereits so exakt kopiert worden, dass sich die Fälschung mit bloßem Auge nicht erkennen ließ (Newton, 2006). Da Fälscher bei der Nachahmung von Technologien immer versierter werden, müssen die Hersteller die Investitionen in die von ihnen verwendeten Verfahren kontinuierlich verändern und erhöhen. Ein internationaler Arzneimittelhersteller führt derzeit in Lateinamerika beispielsweise eine Studie zum Einsatz forensischer Technologien (d.h. DNA-Sicherheitsetiketten) durch (Brand News, 2006). Sollten sich die Versuche als erfolgreich herausstellen, beabsichtigt das Unternehmen, die derzeit gegen Fälschungen verwendeten Hologramme durch DNA-Etiketten zu ersetzen. Zwei Komponenten, eine im Etikett und die andere im Lesegerät, erzeugen eine farbliche Veränderung, wenn es sich um ein Originalprodukt handelt. Die Aktualisierung und kontinuierliche Veränderung der Technologien enthält aber auch ganz eigene Herausforderungen, darunter beispielsweise die Bewältigung erhöhter Kosten und die Gewährleistung, dass Natur und Zeitplan der Neuerungen der Liefer-/Vertriebskette bekannt sind.

Vielfach werden Track-und-Trace-Systeme als wichtige Komponente der Fälschungsbekämpfung angesehen. Auch wenn es zahlreiche Track-und-Trace-Technologien mit jeweils unterschiedlichen Merkmalen und Vorteilen gibt, werden hier nur zwei Beispiele eingehender diskutiert: zweidimensionale Barcodes und Radiofrequenzidentifizierungssysteme (RFID). Der Einsatz jeder Technik ist eine komplexe Thematik, die u.a. Fragen hinsichtlich der Kosten, Kompatibilität, Durchführbarkeit und Verlässlichkeit aufwirft,

27. Eine eingehende technische Untersuchung aller genannten Technologien würde den Rahmen des Kapitels sprengen.

wobei in Bezug auf die Auswahl der Technologien und den Zeitplan ihrer Einführung unterschiedliche Meinungen herrschen²⁸.

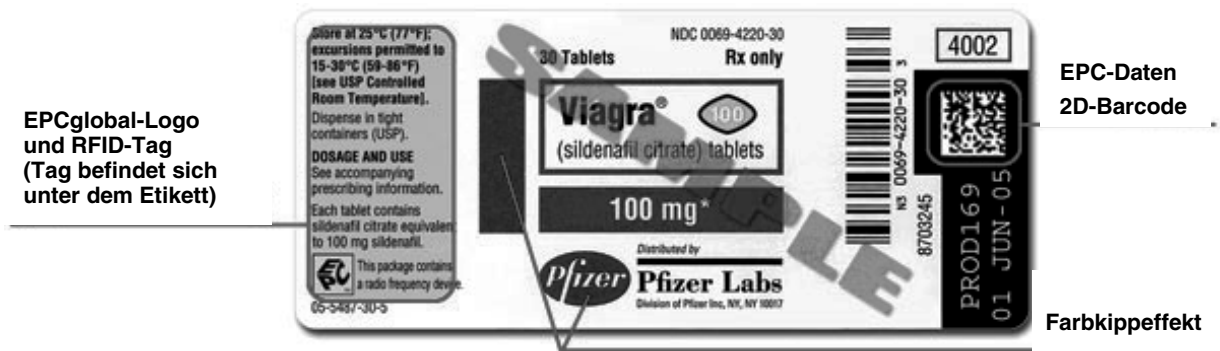
Zweidimensionale (d.h. Datamatrix-)Barcodes sind insofern eine fortgeschrittenere Version des Schwarz-Weiß-Strichcodes, als sie die Speicherung von mehr Informationen entlang der Längs- und Querseite des Symbols ermöglichen und auch auf sehr kleinen Einheiten angebracht werden können. Im Arzneimittelvertrieb würde der Einsatz zweidimensionaler Barcodes die Speicherung von deutlich mehr Informationen ermöglichen, wie beispielsweise Losnummer, Verfallsdatum, Erstattungsinformationen und sonstige Daten. Der Einsatz des zweidimensionalen Barcodes wird angesichts der komplexen Lieferkette auch als Fälschungsbekämpfungsmaßnahme innerhalb der Europäischen Union befürwortet (EFPIA, 2006). Dabei wird argumentiert, dass die Verwendung einer individuellen, zufälligen (und nicht fortlaufenden) Seriennummer für jede in Europa vertriebene und verkaufte Sekundärverpackung die Identifizierung und Überwachung entlang der gesamten Lieferkette ermöglichen und mithin Transparenz und Patientensicherheit erhöhen sowie einen Beitrag zur Fälschungsbekämpfung leisten würde (EFPIA, 2006). In einem Neuverpackungs-Szenario, in dem Produkt und Barcode getrennt wären, würde der zweidimensionale Strichcode seine Funktion nicht länger erfüllen. Die Verwendung des zweidimensionalen Barcodes ist als Ergänzung zum eventuellen Einsatz von RFID-Tags gedacht (EFPIA, 2006).

Obwohl der Einsatz der Radiofrequenzidentifikationstechnologie weiterhin als kostspielig betrachtet wird, hat die Anwendung dieser Technologie im Arzneimittelsektor bereits begonnen (Brand News, 2006). Angesichts der relativen Neuheit des Einsatzes der RFID-Technik für Arzneimittel führte in den Vereinigten Staaten ein Netz von 14 Unternehmen – Arzneimittelhersteller, Großhändler und Einzelhändler in Zusammenarbeit mit der US FDA – 2004 ein Pilotprogramm mit der Bezeichnung „Jump-Start Initiative“ durch; Arzneimittelflaschen und -dosen ausgewählter Medikamente wurden markiert und dann auf ihrem Weg durch die Lieferkette verfolgt. Die Versuche ermöglichten den direkten Zugang zu Stammbaum-Informationen (Pedigree) in Echtzeit über ein Webportal. Durch Rückruf- bzw. Abzweigungssimulationen wurden unbekannte bzw. fehlende Produkte (sowie Produkte, deren Mindesthaltbarkeitsdatum bald erreicht sein würde) aussortiert und bearbeitet, und die Rückrufe wurden dadurch erleichtert, dass der genaue Standort des Produkts bekannt war. Das Pilotprojekt wurde als Erfolg betrachtet. Die US FDA befürwortet nach wie vor die schrittweise Einführung der RFID-Technologie im Arzneimittelsektor, beginnend bei Produkten, die am stärksten fälschungs- und abzweigungsanfällig sind. Die US FDA ist sich ferner der Tatsache bewusst, dass im Zusammenhang mit dem Einsatz von RFID zahlreiche Probleme fortbestehen, die gelöst werden müssen (US FDA, 2006c).

Einige Arzneimittelhersteller ziehen die Ausstattung ihrer Verpackungen mit RFID in Erwägung bzw. haben bereits mit der Integration der RFID-Technik in ihre Verpackungen begonnen (Business Insights). Im Dezember 2005 hatte Pfizer beispielsweise sichergestellt, dass sämtliche in den Vereinigten Staaten versandten Schachteln, Kartons und Paletten des Mittels „Viagra“ (Sildenafilzitat) mit einem RFID-Tag versehen waren (Pfizer, 2006). Bis heute lassen sich mit dem System von Pfizer die Arzneimittel noch nicht im gesamten Vertriebssystem rückverfolgen, da ein vollständiges Track und Trace voraussetzt, dass alle Akteure in der Lieferkette in die kompatible Technologie investieren und damit einverstanden sind, Informationen über Warenbewegungen zu erfassen und auszutauschen (Pfizer, 2006).

28. Es würde den Rahmen des Berichts sprengen, den Einsatz oder die Einführung einer bestimmten Technologie zu empfehlen.

Abbildung 12.10 Muster eines Viagra-Etiketts unter Hervorhebung der Sicherheitsmerkmale



Quelle: Pfizer (2006).

Die RFID-Technik zum Einsatz bei Arzneimitteln befindet sich noch immer in der Entwicklung, da eine Reihe von Problemen fortbesteht (vertrauliche Mitteilung). Einige hängen mit den Kosten zusammen, da der Stückpreis für einen RFID-Tag nach wie vor als verhältnismäßig hoch betrachtet wird und Geräte für die Downstream-Verfolgung ebenfalls sehr kostenintensiv sind. Der Kostenfaktor stellt selbst in den Industrieländern weiterhin eine Schranke für eine komplette Kennzeichnung aller Arzneimittel dar. Noch größer sind die Befürchtungen bei pharmazeutischen Produkten, die in Entwicklungsländer geliefert werden, wo die marginalen Preisunterschiede signifikant sind. Die Sorgen um die Qualität des Materials und der Geräte bestehen fort. So fallen Lesegeräte und Tags beispielsweise immer wieder aus. Auch die Frage der Normung von Daten gibt weiterhin Anlass zur Besorgnis. Die Einführung von Normen könnte auch bei der Kostenreduzierung eine wichtige Rolle spielen. Je nach Art der Norm könnte diese die Kosten und die Komplexität weiter erhöhen. Unsicherheit besteht auch hinsichtlich des Effekts der RFID auf die Produktqualität/-integrität. Diese Befürchtungen dürften zwar die meisten Produkte gar nicht betreffen, doch konzentrieren sie sich auf die Interaktionen zwischen dem RFID-Tag und verschiedenen Kategorien pharmazeutischer Produkte bzw. deren Verpackung, wie beispielsweise Biologika, Flüssigkeiten und Folien. Fragen im Zusammenhang mit dem Reifegrad der Technik in Bezug auf Lesbarkeit und Verlässlichkeit bestehen fort. Der Zugang zur Lieferkette ebenso wie Eigentumsfragen und der Informationsaustausch sind nach wie vor große Herausforderungen. Ein weiteres Problem sind Grad und Tempo der Einführung eines RFID-Systems über die gesamte Lieferkette. Es sind Datenschutzbefürchtungen geäußert worden, da gewisse Versionen der Tags Patienteninformationen speichern können und noch nicht klar ist, ob und wie diese Daten erfasst und aufbewahrt werden. Wie weiter oben für die zweidimensionalen Barcodes festgehalten wurde, würde der Tag in einem Neuverpackungs-Szenario, in dem Produkt und Tag getrennt werden, seinen Zweck nicht mehr erfüllen.

12.7.2 Rechts- und Regulierungsmechanismen

Die Fälschungsbekämpfung beruht auf einer Kombination aus Gesetzen und Bestimmungen, die ein breites Spektrum an Bereichen abdecken, darunter: Rechte des geistigen Eigentums (Marken-, Patent-, Urheber- und Geschmacksmusterrechte); Regulierungsgenehmigungen (z.B. Arzneimittelzulassung, Qualitätskontrolle, Arzneimittelvertrieb, Import, Herstellung, Marketing, Patienteninformation, Lizenzvergabe); Rechtsdurchsetzung, Zoll- und Grenzkontrolle; Verbraucherschutz sowie kriminelle und straf-

bare Handlungen (z.B. Schmuggel, Organisierte Kriminalität, Gefährdung des Lebens). Auch wenn Arzneimittelfälschungen in erster Linie ein Problem der öffentlichen Sicherheit darstellen, das die Gesundheits- und Sicherheitsgesetzgebung der Länder betrifft, sind die Gesetze über geistiges Eigentum sowie das Strafrecht ebenfalls von Bedeutung.

Das Fehlen adäquater Gesetze, Bestimmungen und vor allem Rechtsdurchsetzungsmechanismen und Strafen wird häufig als Schwachstelle empfunden, die von den Fälschern und Produktpiraten ausgenutzt wird. Diese Feststellung trifft insbesondere auf die Rechtssysteme vieler Volkswirtschaften im Übergang oder Entwicklungsländer zu. So ist Nigeria beispielsweise derzeit bemüht, die Unzulänglichkeiten seiner Gesetzgebung zur Bekämpfung von Arzneimittelfälschungen durch die Einführung von Leitlinien zu beheben. Die Myriade an anwendbaren Gesetzen und Bestimmungen stellt zudem ein weiteres Hindernis für eine wirksame und effiziente strafrechtliche Verfolgung dar. Auch die Anwendung der Gesetze und Bestimmungen ist häufig mit großen Herausforderungen verbunden. Dieser kurze Überblick beleuchtet diese Herausforderungen aus der Perspektive der geistigen Eigentumsrechte. Die Beurteilung der Gesetze und Bestimmungen ist eine schwierige und komplexe Aufgabe, die den Rahmen des Berichts sprengen würde.

Aus einer Untersuchung der Gesetze und Bestimmungen einer Reihe von Ländern geht hervor, dass viele Hoheitsgebiete, darunter auch solche, die häufig als wichtige Herkunftsländer von Arzneimittelfälschungen betrachtet werden, ein System von Gesetzen und Bestimmungen eingerichtet haben, das Rechtsmittel zur Bekämpfung von Fälschungsaktivitäten vorsieht (PhRMA, 2006). Brasilien, China, Indien und Russland haben z.B. Markenschutzgesetze verabschiedet, die sowohl zivil- als auch strafrechtliche Rechtsmittel enthalten. In diesen Fällen stehen den Entscheidungsbehörden sowohl Geldbußen als auch Gefängnisstrafen als Optionen zur Verfügung. Häufig gibt es sogar abgestufte Niveaus für Geldbußen und Gefängnisstrafen. In ähnlicher Weise sind gesetzliche Bestimmungen zu Wirkstoffen, Fertigarzneimitteln und Verpackungen in Kraft. Allerdings haben nur sehr wenige Länder Gesetze verabschiedet, die speziell auf Arzneimittelfälschungen zugeschnitten sind oder das breite Spektrum an Upstream- und Downstream-Aktivitäten abdecken, die an der Herstellung und Lieferung gefälschter Medikamente beteiligt sind.

Manchmal stehen zwar Rechtsmittel zur Verfügung, doch besteht das Problem, dass diese nicht genutzt werden oder sich als ineffizient erweisen (PhRMA, 2006). China zeigt sich beispielsweise bei der strafrechtlichen Verfolgung von Markenrechtsverletzern sehr zurückhaltend; diese Einstellung wird durch äußere Umstände, wie hohe quantitative und monetäre Schwellenwerte, noch verstärkt, die in vielen Fällen eine strafrechtliche Verfolgung kommerzieller Produktpiraten und Fälscher ausschließen (PhRMA, 2006). Obgleich gemäß dem Markenschutzgesetz der VR China einstweilige Maßnahmen ex parte zur Verfügung stehen und die Gerichte verpflichtet sind, einen Antrag innerhalb von 48 Stunden zu bearbeiten, vergehen in Wirklichkeit häufig zwischen zwei Wochen und einem Monat, bis eine Entscheidung ergeht. In Russland kommt es kaum zu Zivilverfahren, da die zuständigen Gerichte bei der Verhängung einstweiliger Maßnahmen große Zurückhaltung zeigen. Die Parteien müssen sich mit den straf- und verwaltungsrechtlichen Mitteln begnügen, die bei Markenrechtsverletzungen zur Verfügung stehen. In Brasilien fehlt es den Rechtsdurchsetzungsbehörden von Amts wegen an Befugnissen, um Markenrechtsverletzungen untersuchen zu können (PhRMA, 2006).

Ein weiteres Problem ist die Tatsache, dass sowohl das Rechts- und Verwaltungssystem als auch dessen Mitarbeiter einfach überfordert sind (PhRMA, 2006). In Indien beispielsweise sind auf Grund des schieren Volumens an Rechtsstreitigkeiten gerichtliche

Verzögerungen gang und gäbe. Auf Grund der komplexen Struktur der lokalen städtischen Polizei und Stadtmagistrate, Unzulänglichkeit der Ressourcen sowie mangelnden Erfahrung der Staatsanwälte, insbesondere auf dem Spezialgebiet der Arzneimittel, sind in Indien die Verurteilungsraten niedrig (etwa 2%). In einigen Großstädten sind aber Anlaufstellen zum Schutz geistiger Eigentumsrechte (sog. IPR Cells) eingerichtet worden, die für die Ermittlung und strafrechtliche Verfolgung von Markenrechtsverletzern im gesamten Stadtgebiet zuständig sind.

Es gibt zahlreiche Gesetzes- und Regulierungslücken. So enthält das russische Markenschutzgesetz beispielsweise keinen ausdrücklichen Rechtsschutz durch Unterlassungsverfügungen oder einstweilige Maßnahmen. Diese Rechtsmittel existieren zwar gemäß dem russischen Bürgerlichen Gesetzbuch, werden aber nur in begrenztem Umfang eingesetzt. Auch in Indien und Brasilien gibt es, abgesehen vom Bereich der Grenzkontrolle, bei Markenrechtsverletzungen keine administrativen Rechtsmittel. In Brasilien wird der zivilrechtliche Weg bei Markenfälschern begünstigt, da die Rechteinhaber die erheblichen Kosten der strafrechtlichen Verfahren selber tragen müssen. Nicht in allen Ländern sind Gute Herstellungspraktiken (GMP) und Gute Vertriebspraktiken (GDP) in Kraft. Zudem fehlen in den meisten Ländern gesetzliche Regelungen für Internet-Apotheken. In Brasilien, Indien, Russland sowie vielen OECD-Ländern gibt es beispielsweise keine Gesetze oder Bestimmungen, die den Verkauf und Vertrieb von Arzneimitteln über das Internet regeln.

Dennoch werden in einigen Ländern spezifische Maßnahmen gegen Arzneimittelfälschungen ergriffen. Beispielsweise hat die Europäische Kommission einen Richtlinienentwurf erarbeitet, der bei der Verletzung geistiger Eigentumsrechte strafrechtliche Maßnahmen vorsieht. Der Internationale Apothekerverband (Fédération Internationale Pharmaceutique – FIP) hat Richtlinien für die Gute Pharmazeutische Praxis (GPP) aufgestellt, um Apothekern wie auch anderen Einrichtungen in den Entwicklungsländern Unterstützung zu bieten (FIP, 1998).

12.7.3 Aufklärung von Öffentlichkeit/Patienten und entsprechende Kommunikation

Die Aufklärung von Patienten und Öffentlichkeit über Arzneimittelfälschungen und die entsprechende Kommunikation werfen eine Reihe von Herausforderungen auf. Alle Akteure müssen sich an der Aufklärung der Öffentlichkeit und der Information über gefälschte Medikamente beteiligen. Die gelieferten Informationen müssen exakt sein und auf eine Art und Weise übermittelt werden, die auch dem Durchschnittsbürger zugänglich ist und von einer vertrauenswürdigen Quelle stammen. Bei einem Zwischenfall muss die entsprechende Information zeitgerecht erfolgen, darf aber weder Angst auslösen noch Patienten dazu veranlassen, die Einnahme der ihnen verschriebenen Medikamente abzubrechen. Was die allgemeine Aufklärung der Öffentlichkeit über die Gefahren im Zusammenhang mit dem Kauf und der Einnahme von Arzneimitteln betrifft, die entweder nicht zugelassen sind oder aus nicht autorisierten Bezugsquellen stammen, so muss die Information in ausgewogener Form und von vertrauenswürdigen Fachkräften übermittelt werden, um weder Panik noch einen Vertrauensverlust in das Gesundheitssystem auszulösen. Am wirksamsten sind Mitteilungen dieser Art, wenn sie auch kulturellen Unterschieden Rechnung tragen.

Auf internationaler Ebene hat der Weltbund der Krankenschwestern und Krankenpfleger Informationen veröffentlicht und ein Toolkit mit dem Titel „Counterfeits Kill“ (Fälschungen töten) herausgegeben. Diese Publikation erfüllt einen doppelten Zweck. Sie dient sowohl der Aufklärung der Krankenpflegekräfte sowie der nationalen Verbände der

Krankenschwestern und Krankenpfleger als auch der Aufklärung der allgemeinen Öffentlichkeit über die Eigenschaften gefälschter Arzneimittel und gibt ihnen Instrumente an die Hand, um Fälschungen besser aufdecken zu können. Die Veröffentlichung enthält beispielsweise einen „Leitfaden für die visuelle Beschaffenheitsprüfung von Arzneimitteln“, den die Krankenpflegekräfte bei ihren gemeinsamen Aufklärungskampagnen mit Vertretern der Wirtschaft und der öffentlichen Gesundheitsbehörden verwenden.

Auf staatlicher Ebene sind sowohl in den Entwicklungsländern als auch in den Industriestaaten zahlreiche öffentliche Aufklärungs- und Informationskampagnen gestartet worden. Am wirksamsten sind diese Initiativen, wenn sie auf die spezifischen Umstände in dem jeweiligen Hoheitsgebiet zugeschnitten sind und den Bedürfnissen der dortigen Bevölkerung wie auch der Kultur des Landes Rechnung tragen. Die staatliche Arzneimittelbehörde in Nigeria hat beispielsweise eine öffentliche Aufklärungskampagne lanciert, die den Dialog mit der Öffentlichkeit sowie eine entsprechende Bildungs- und Aufklärungsarbeit beinhaltet, um Verhaltensänderungen mit dem Ziel herbeizuführen, der Einnahme auf Straßenmärkten gekaufter gefälschter Arzneimittel Einhalt zu bieten (NAFDAC, 2006)²⁹. Viele Arzneimittelregulierungsbehörden bieten Informationen für Patienten/die Öffentlichkeit und Apotheker an. Zahlreiche staatliche Stellen, darunter auch das deutsche Bundesministerium für Gesundheit, die britische Arzneimittel-Zulassungsbehörde (MHRA – UK Medicines and Healthcare Products Regulatory Agency) und die US-Bundesbehörde für Lebens- und Arzneimittelüberwachung (US Food and Drug Administration) bieten auf ihrer jeweiligen Website der Öffentlichkeit Informationen über gefälschte Arzneimittel sowie den Kauf von Arzneimitteln im Internet. Vor kurzem haben die MHRA und die Royal Pharmaceutical Society of Great Britain einen „Leitfaden für Apotheker“ und einen „Leitfaden für Patienten“ herausgegeben, die diesen beiden Gruppen bei der Aufdeckung und Meldung von Arzneimittelfälschungen helfen sollen (MHRA, 2006a, b).

12.7.4 Rechtsdurchsetzung

Die Behörden sehen sich bei ihren Aktivitäten der Rechtsdurchsetzung zur Bekämpfung von Arzneimittelfälschungen zahlreichen Herausforderungen gegenüber. Wie weiter oben untersucht wurde, stellt die Vielzahl und Komplexität der anwendbaren gesetzlichen Bestimmungen, für die verschiedene Stellen innerhalb einer Regierung zuständig sind, für die Bekämpfung der Fälschungsaktivitäten eine enorme Herausforderung dar. Die größte Herausforderung besteht für die meisten Regierungen der Industriestaaten und Entwicklungsländer darin, eine gut funktionierende Zusammenarbeit und Kommunikation zwischen den verschiedenen Stellen zu gewährleisten, die an den Aktivitäten der Rechtsdurchsetzung beteiligt sind. Ein weiteres großes Problem ist, dass noch nicht alle Länder Behörden eingerichtet haben, die die Fälschungsaktivitäten auf nationaler und internationaler Ebene auf koordinierte Art und Weise beobachten, verfolgen und bekämpfen. In Argentinien wurde in diesem Sinne z.B. Anfang 2006 die „Division Fraude Marcario“ (d.h. Abteilung Markenfälschungen) gebildet. Die italienische Regierung beabsichtigt die Einrichtung einer Task Force, um das Phänomen der Arzneimittelfälschungen zu beobachten und zu evaluieren, die Aktivitäten der verschiedenen Einheiten zu koordinieren und Gegenmaßnahmen zu treffen³⁰.

29. Diskussionen mit den zuständigen Behörden.

30. Diskussionen mit den zuständigen Behörden.

Zu den internationalen Bemühungen um eine Verbesserung der Koordinierung zählen Arbeiten der Weltzollorganisation und von Interpol, die Einrichtung des pharmazeutischen Sicherheitsinstituts sowie das Programm IMPACT der Weltgesundheitsorganisation. Die Tatsache, dass die finanziellen bzw. personellen Ressourcen zur Umsetzung der Rechtsdurchsetzungsaktivitäten begrenzt oder gar nicht vorhanden sind, ist ein weiteres großes Hindernis zur Behebung des Problems. Von den für das Jahr 2005 gemeldeten 841 Festnahmen erfolgten 230 bei Großhändlern³¹ und 214 an Verkaufsstellen (PSI, 2006). Diese Daten dienen Rechtsdurchsetzungsbehörden als Orientierungshilfe, wenn es darum geht zu bestimmen, wo die begrenzten Ressourcen am effizientesten eingesetzt werden. Zur Rechtsdurchsetzung bedarf es auch der Zusammenarbeit zwischen dem privaten Sektor, der eigene Ermittlungen durchführt, und den Rechtsdurchsetzungsbehörden.

Die Kontrolle der Internet-Apotheken ist eine komplizierte Aktivität und setzt im Allgemeinen die Zusammenarbeit nationaler und internationaler Rechtsdurchsetzungsbehörden untereinander sowie mit dem privaten Sektor voraus. Beispielsweise hat die US FDA Maßnahmen ergriffen, um betrügerische und illegale Internet-Apotheken zu identifizieren und zu schließen. Zu ihren Arbeitsmethoden zählen die Durchführung strafrechtlicher Ermittlungen, die auch zu Festnahmen führen können, und das Versenden von Warnschreiben an inländische wie auch ausländische Apotheken. 2005 schloss die US Drug Enforcement Agency eine Untersuchung ab, durch die ein großer illegaler Interneting für den rechtswidrigen Vertrieb gefälschter rezeptpflichtiger Medikamente aufgedeckt und aufgelöst wurde. Im Rahmen der Operation wurden 200 illegale Internet-Apotheken geschlossen. In ähnlicher Weise bemühen sich auch einzelne Bundesstaaten und deren Medical Boards um die Schließung illegaler Internet-Apotheken. Im Jahr 2002 beispielsweise klagten New Yorker Staatsanwälte Privatpersonen und Firmen wegen der illegalen Herstellung und des unerlaubten Vertriebs von Viagra-Fälschungen an. Im Rahmen der Untersuchungen wurde ein Vertriebsring aufgedeckt, dessen Mitglieder von Fabriken zur Herstellung gefälschter Tabletten in China und Indien bis zu Internetverkäufern in Nevada und Colorado reichte (GlobalOptions, 2003). Apothekerverbände wie auch medizinische Berufsvereinigungen haben überdies erste Disziplinarmaßnahmen gegen Internet-Apotheken in die Wege geleitet. In Kanada, wo der Vertrieb pharmazeutischer Produkte in den Provinzen durch die *Colleges of Pharmacists* geregelt ist, untersagt die Politik des *Ontario Colleges* kanadischen Internet-Apotheken den Abschluss von Verträgen, die zum Ziel haben, Rezepte von Patienten mit Wohnsitz außerhalb Kanadas gegenzuzeichnen oder erneut auszustellen. Im Jahr 2002 verklagte das *Ontario College of Pharmacists* eine Internet-Apotheke wegen unrechtmäßigem Betrieb einer nicht lizenzierten Apotheke (GlobalOptions, 2003).

Um das Problem des Verkaufs gefälschter Arzneimittel über das Internet zu bewältigen, haben einige Länder bereits Mechanismen eingerichtet, um die Sicherheit und Effizienz der Internet-Apotheken zu gewährleisten oder ziehen dies derzeit in Erwägung. Der US-amerikanische Pharma-Verband NABP (*National Association of Boards of Pharmacy*), der die Pharma-Verbände der einzelnen US-Bundesstaaten vertritt, entwickelte 1999 zusammen mit acht kanadischen Provinzen, zwei australischen Staaten, Neuseeland und Südafrika das Programm „Überprüfte sichere Internet-Apotheke“ (VIPPS – *Verified Internet Pharmacy Practice Sites*). Dieses Programm, dem sich Apotheken auf freiwilliger Basis anschließen können, zertifiziert, dass die Apotheken die Lizenzierungskriterien und Prüfmerkmale ihres eigenen wie auch die des jeweiligen Landes einhalten, in das sie gemäß den NABP-Kriterien Medikamente liefern. Das VIPPS-Programm bietet Patienten die Möglichkeit, die Authentizität von Internetseiten

31. Arzneimittel-Distributoren berichten, dass Großhändler und andere Personen in Warenlagern festgenommen wurden, wo gefälschte Artikel gelagert waren.

zu prüfen, über die Medikamente verkauft werden, wobei aber hinzugefügt werden muss, dass die Zahl der registrierten Seiten noch begrenzt ist (im Mai 2006 waren es 12), was der Öffentlichkeit möglicherweise nicht bekannt ist. Im Jahr 2006 erstellte die Royal Pharmaceutical Society of Great Britain einen Leitfaden, der Apothekern, die pharmazeutische Dienstleistungen über das Internet anbieten, mit umfassender Beratung versorgt.

Der private Sektor führt ebenfalls Ermittlungen durch und leitet gegen rechtswidrige und illegale Internetseiten rechtliche Schritte ein. Häufig ist es so, dass eine Firma zahlreiche Domainnamen mit ähnlichen oder irreführenden Informationen unterhält, um Patienten anzulocken. Unternehmen berufen sich auf die Einheitliche Richtlinie zur Lösung von Streitigkeiten über Domainnamen (UDRP)³² der Internet-Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN)³³, um mit nicht genehmigten Websites umzugehen, die urheberrechtlich geschützte Markenbezeichnungen verwenden, wie beispielsweise „Viagra“ (OECD, 2005). Dieses administrative Verfahren hat sich im Vergleich zu den Kosten eines Rechtsstreits als effizientes und verhältnismäßig kostengünstiges und zugleich auch rasches Mittel zur Eindämmung der missbräuchlichen Nutzung von Domainnamen erwiesen. Seine Wirksamkeit ist aber dennoch begrenzt, da es nur bei Domainnamen oberster Stufe Anwendung findet, die Markenbezeichnungen enthalten, aber die Registrierung zusätzlicher Domainnamen nicht verhindern kann. Der Internethändler eBay hat das „Verifizierte Rechteinhaber Programm“ (VRO – Verified Rights Owner) entwickelt, über das er sein Konzept der „Meldung und Entfernung“ (notice and take down) umsetzt (eBay, 2006). Ferner gestattet eBay nur lizenzierten Online-Apotheken den Verkauf von Arzneimitteln.

12.7.5 Sicherung der Vertriebs-/Lieferkette

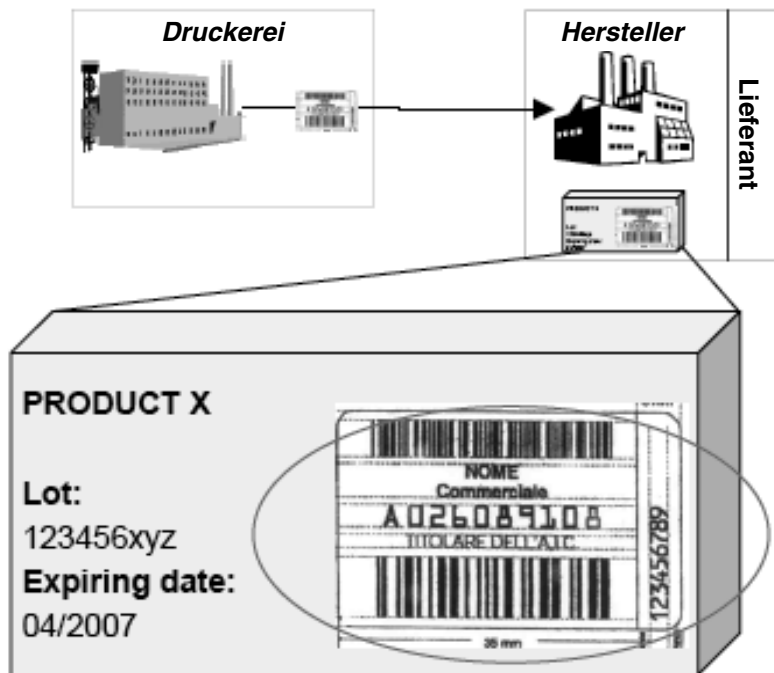
12.7.5.1 Staatliche Aktionen

Einige staatliche Stellen ergreifen derzeit eine Reihe von proaktiven Maßnahmen, um die Arzneimittelvertriebs- und -lieferkette besser zu sichern. Alle Staaten verwenden eine Kombination aus Rechts- und Regulierungs- sowie technischen Instrumenten. So gelten in Europa beispielsweise die Leitlinien für die gute Vertriebspraxis von Humanarzneimitteln, und in den Vereinigten Staaten sind sowohl auf nationaler als auch bundesstaatlicher Ebene gesetzliche Bestimmungen zur Versorgungskette (die Pedigree-Anforderungen) in Kraft. In Europa hat eine Reihe von Ländern, darunter Italien, Belgien und Spanien, zur Sicherung der Versorgungskette Systeme für eine bessere Verfolgung von Produktsendungen eingerichtet oder ist gerade dabei, dies zu tun. Obwohl jedes individuelle System unterschiedlich ist, beruhen alle auf der Idee, dass Arzneimittel von der Herstellung über den Vertrieb bis zum Verkauf verfolgt werden können. Ein positiver Aspekt dieser Systeme besteht darin, dass sie im jeweiligen Hoheitsgebiet eine globale Verfolgung der Arzneimittel über die gesamte Lieferkette ermöglichen. Es wurden aber auch Befürchtungen dahingehend laut, dass ein fragmentierter Markt entstehen könnte, wenn jedes Hoheitsgebiet in Europa ein individuelles System einführt, was auch für die Hersteller mit hohen Kosten verbunden wäre (EFPIA, 2006). Gleichzeitig wurde die Besorgnis geäußert, dass einige dieser Systeme u.U. den Schutz von Patientendaten nicht hinreichend gewährleisten.

32. Das Domain-Namensystem (DNS) hilft Nutzern, sich im Internet zurechtzufinden. Jeder Computer wird im Internet mit einer einzigartigen Adresse identifiziert, der sogenannten IP-Adresse (Internetprotokolladresse). Da sich IP-Adressen (die aus Zahlenfolgen bestehen) nur schwer merken lassen, ermöglicht es das DNS-System, statt der Zahlenfolge eine geläufige Buchstabenfolge zu verwenden (den sogenannten Domainnamen). Anstelle von „192.0.34.163“ gibt man beispielsweise www.icann.org ein.

33. www.icann.org/new.html. WIPO Arbitration and Mediation Centre – Domain names Disputes: <http://arbitrator.wipo.int/domains/guide/index.html>.

Abbildung 12.11 Bollino-System



Quelle: Bergamaschi (2006).

Um die Funktionsweise von Systemen dieser Art zu veranschaulichen, wird das italienische Konzept kurz skizziert. Zur Bekämpfung von Betrug und Fälschungen wird Italien einen Sendungsverfolgungsmechanismus mit Hilfe des „Bollino“-ID-Systems einrichten, das Informationen in einer zentralen Datenbank erfasst und speichert. Dies ist möglich, da Arzneimittel in Italien fast alle vorverpackt sind. Die Nationaldruckerei (INZP) stellt die einzigartigen Bollino-Etiketten her, die den Arzneimittelherstellern/-lieferanten zugesandt werden. Auf allen Medikamentenschachteln wird ein Bollino-Etikett angebracht, das folgende Informationen enthält: *a*) Produktcode (AIC-Code) des Medikaments, *b*) Produktname, *c*) AIC-Inhaber sowie *d*) einen fortlaufenden Zählcode zur eindeutigen Identifizierung jeder einzelnen Verpackung. Mit der Bollino-Vignette lässt sich jede Medikamentenschachtel vom Hersteller bis zur Verkaufsstelle rückverfolgen.

12.7.5.2 Maßnahmen des privaten Sektors

Angesichts der Komplexität der Vertriebs- und Versorgungskette in vielen Hoheitsgebieten und den sich daraus für das Eindringen gefälschter Medikamente ergebenden Möglichkeiten haben einige Hersteller neue Strategien für den Vertrieb ihrer Produkte entwickelt. Im Vereinigten Königreich beispielsweise kündigte das Unternehmen Pfizer an, dass es seine Produkte nicht länger über mehrere Großhändler vertreiben will (Hawkes, 2006). Stattdessen beschloss das Unternehmen, den Exklusivvertrieb seiner Produkte an Apotheken und verschreibende Ärzte dem Pharmagroßhändler UniChem anzuvertrauen. Hiermit wird Apotheken und Krankenhäusern zumindest eine sichere Herkunftsquelle für Originalprodukte garantiert. Es wurde vorab darauf hingewiesen, dass diese Maßnahme keine Auswirkungen auf die Preise haben wird (Hawkes, 2006). Ähnlich beschloss Johnson & Johnson, seine Produkte nur an Großhändler zu verkaufen, die den Vertragsbedingungen des Unternehmens zustimmen, in denen es heißt, dass sie Johnson-&Johnson-Produkte

nicht bei anderen Groß- und Zwischenhändlern beziehen dürfen. Eli Lilly and Company ergreift ähnliche Maßnahmen zur Sicherung der Lieferkette, indem das Unternehmen mit Großhändlern Verträge abschließt und die Versorgungskette überwacht und regelmäßig überprüft (Shaw, 2005).

12.8 Schlussbetrachtungen

Arzneimittelfälschungen sind ein weltweites Problem mit schwerwiegenden Auswirkungen auf Patienten und Verbraucher, Staat, Unternehmen und internationale Organisationen. Obwohl die Ermittlung exakter Daten äußerst schwierig ist, scheint diese Art von Aktivität deutlich zuzunehmen. Arzneimittelfälschungen sind zwar in erster Linie ein globales Problem der öffentlichen Gesundheit, haben aber dennoch auch signifikante Auswirkungen auf den Schutz geistiger Eigentumsrechte. Als weltweites Problem muss dieses auch auf globaler Ebene bewältigt werden. Um dieses Problem in geeigneter Form anzugehen, bedarf es der Zusammenarbeit und Mitwirkung aller Parteien. Ferner ist es ein multifaktorielles und multidimensionales Problem, das parallel koordinierte Aktionen aller Parteien voraussetzt.

Zu den Kategorien, in denen Handlungsbedarf besteht, um das Problem gefälschter und nachgeahmter Arzneimittel zu beseitigen, zählen: die Nutzung von Rechts- und Regulierungsmechanismen, der Einsatz von Technologien, die Stärkung der Rechtsdurchsetzungsmechanismen, vor allem durch die Bereitstellung angemessener Ressourcen und internationale Zusammenarbeit, Aufklärung der Öffentlichkeit und entsprechende Kommunikation ebenso wie strengere Praktiken/Kontrollen innerhalb der Liefer-/Vertriebskette. An jeder dieser Aktionen sind u.U. mehrere Akteure aus den Bereichen Herstellung, Vertrieb, Verkauf und Regulierung von pharmazeutischen Produkten beteiligt.

Tabelle 12.5 **Propensität zur Produktion und zum Konsum gefälschter Arzneimittel**

FÜR DIE HERSTELLER	MERKMALE
Marktmerkmale	
Ertrag je Produktionseinheit	Möglicherweise sehr hohe Gewinnspannen Auch wenn die Kosten je Produktionseinheit und mithin der Ertrag je nach Menge des verwendeten Originalwirkstoffs, Komplexität der Verpackung und Kennzeichnung sowie Anzahl der verkauften Produkte unterschiedlich sein können, bleibt in jedem Fall eine hinreichend große Gewinnspanne, um Fälschungen attraktiv zu machen, selbst in Entwicklungsländern, wo die Arzneimittelpreise sehr viel niedriger sind.
Marktumfang	Größerer Markt in Hoheitsgebieten mit schwachem Regulierungs- und Rechtsdurchsetzungsrahmen Ein wesentlich größerer Markt für Fälschungen besteht in Hoheitsgebieten mit schwachem Regulierungs- und Rechtsdurchsetzungsrahmen, wie in vielen Entwicklungsländern. Sehr viel kleiner ist der Markt für Fälschungen in Hoheitsgebieten mit strengen Regulierungssystemen, die das Eindringen erschweren, was für die meisten Industriestaaten gilt. Jedoch ist kein Land, in welchem Entwicklungsstadium es sich auch befindet, gegen Arzneimittelfälschungen gefeit.
Markenmacht des Originalprodukts	Stark in Industriestaaten; weniger stark in Entwicklungsländern In Industriestaaten haben Markennamen bei Arzneimitteln einen sehr hohen Wert, insbesondere bei Blockbustern und rezeptpflichtigen „Lifestyle“-Medikamenten. Demgegenüber sind Markennamen in Entwicklungsländern, wo es sich bei den gebräuchlichsten Pharmazeutika um Basismedikamente handelt, von geringerer Bedeutung.

Herstellung, Vertrieb und technische Aspekte

Produktionsinvestitionen	<p>Die notwendigen Investitionen variieren nach Komplexität</p> <p>Die Höhe der Investitionen variiert nach dem Komplexitätsgrad des gefälschten Produkts. Investitionen sind für zahlreiche Elemente notwendig, darunter den Kauf der Bulkware, die Herstellung der Fälschung, die Verpackung, die Kennzeichnung und den Zugang zum Vertriebssystem. Noch erheblicher sind die Aufwendungen, wenn ein grenzüberschreitendes Element ins Spiel kommt. Dagegen können die für die Herstellung einer Rohfälschung und deren lokalen Vertrieb erforderlichen Investitionen recht bescheiden sein.</p>
Technik	<p>Kein übermäßiges Hindernis</p> <p>Die für die Herstellung gefälschter Produkte, ihre Verpackung und Kennzeichnung notwendigen Techniken sind größtenteils leicht zugänglich. Das Kopieren fortgeschrittenerer Technologien bedeutet Herausforderungen und Hindernisse, allerdings nur für einen verhältnismäßig kurzen Zeitraum.</p>
Logistik	<p>Logistische Aspekte sind ein erschwerendes Element, vor allem in stark regulierten Hoheitsgebieten; das Internet erleichtert das Einschleusen gefälschter Arzneimittel, selbst in stark regulierten Gebieten</p> <p>Es ist wesentlich schwieriger, ein Produkt auf einen realen Markt zu bringen, der starken Regulierungen unterliegt, wie dies in den Industriestaaten der Fall ist. Das Einschleusen gefälschter Produkte in Hoheitsgebiete mit schwachem Regulierungs- und Rechtsdurchsetzungsrahmen ist viel einfacher. Das Internet erleichtert das Einschleusen von Produktfälschungen in die Märkte, in Industrie- wie auch Entwicklungsländer.</p>
Marketing und Produktabsatz	<p>Das Eindringen in die Lieferketten ist in Industriestaaten recht schwierig; leichter lässt sich die Lieferkette in Entwicklungsländern infiltrieren. Das Internet bietet parallele Lieferketten, die das Einschleusen deutlich erleichtern.</p> <p>Es ist recht schwierig, die legalen Vertriebskanäle, die in stark regulierten Hoheitsgebieten, wie den Industriestaaten, existieren, zu infiltrieren. Einfacher ist das Eindringen in die Vertriebskanäle in Hoheitsgebieten mit schwachem Regulierungsrahmen, wie den Entwicklungsländern. Das Internet eröffnet die Möglichkeit für die Einrichtung getrennter Vertriebskanäle, ohne notwendige Einschleusung in die legale Lieferkette.</p>
Verschleierung	<p>Geringfügig schwieriger in Industriestaaten, leichter in Entwicklungsländern</p> <p>Die Verschleierung von Fälschungsaktivitäten im Arzneimittelbereich ist in Hoheitsgebieten mit schwachem Regulierungssystem, wo es wenig Ressourcen für Überwachungsaktivitäten gibt, einfacher. Schwieriger wird die Verschleierung in Hoheitsgebieten mit starkem Regulierungsrahmen und hinreichenden Ressourcen zur Durchführung von Ermittlungen.</p>
Täuschung	<p>Absolut notwendig</p> <p>Die wichtigste Eigenschaft einer erfolgreichen Arzneimittelfälschung ist, dass diese vom Verbraucher als Original betrachtet wird. Deshalb muss das gefälschte Medikament hinreichend ausgefeilt sein, um mitsamt Verpackung und Kennzeichnung als Originalprodukt durchzugehen. Je ausgefeilter das Originalprodukt, seine Verpackung und Kennzeichnung, desto kostenaufwendiger ist u.U. dessen Nachahmung für die Fälscher.</p>

Institutionelle Merkmale

Entdeckungsgefahr	<p>Höhere Entdeckungsgefahr in stark regulierten Hoheitsgebieten; geringe Entdeckungsgefahr in Hoheitsgebieten mit schwacher Regulierung</p> <p>In stark regulierten Hoheitsgebieten ist die Entdeckungsgefahr größer, vor allem wenn für die Entdeckung von Fälschungsaktivitäten umfangreiche Ressourcen bereitgestellt werden. In vielen Hoheitsgebieten, in denen der Regulierungsrahmen schwächer ist und für die Ermittlung von Fälschungsaktivitäten keine oder nur begrenzte Ressourcen zur Verfügung stehen, ist das Risiko wesentlich geringer. Kleiner ist das Risiko auch bei Geschäften, die über das Internet abgewickelt werden.</p>
Rechts- und Regulierungsrahmen	<p>Extrem kompliziert</p> <p>Der Rechts- und Regulierungsrahmen für Arzneimittel ist extrem kompliziert und deckt eine Vielzahl unterschiedlicher Bereiche ab, darunter Regulierungsgenehmigungen (Arzneimittelzulassung, Qualitätskontrolle, Arzneimittelvertrieb, Import, Herstellung, Marketing, Patienteninformation, Lizenzvergabe); kriminelle und strafbare Handlungen (z.B. Schmuggel, Organisierte Kriminalität, Gefährdung des Lebens); Rechte des geistigen Eigentums (Marken-, Patent-, Urheber- und Geschmacksmusterrechte); Zoll- und Grenzkontrolle; Verbraucherschutz usw. Einige Hoheitsgebiete haben einen schwachen Rechts- und Regulierungsrahmen. Und selbst wenn gesetzliche Bestimmungen existieren, gestaltet sich die strafrechtliche Verfolgung aus einer Vielzahl von Gründen häufig schwierig.</p>
Rechtsdurchsetzung	<p>Stark im Fall der Entdeckung in Industriestaaten; schwächer in Entwicklungsländern</p> <p>In Industriestaaten werden gegen aufgedeckte Fälschungsaktivitäten rechtliche Schritte eingeleitet. In den Entwicklungsländern gilt die Rechtsdurchsetzung als sehr viel schwächer.</p>
Strafen	<p>Haben eine abschreckende Wirkung, wo sie zur Anwendung kommen</p> <p>Die Verhängung von Strafen bei aufgedeckten Fälschungsaktivitäten wirkt abschreckend. Die Herausforderung besteht aber darin sicherzustellen, dass der Rechts- und Regulierungsrahmen adäquate Strafen vorsieht und diese auch effektiv auf die Fälscher und Markenpiraten angewendet werden.</p>

FÜR DEN VERBRAUCHER	MERKMALE
Produktmerkmale	
Preis	<p>In Industriestaaten keine Preisdifferenz; in Entwicklungsländern und im Internet signifikant niedrigere Preise</p> <p><i>Reales Vertriebsnetz:</i></p> <p>In Industriestaaten besteht das Ziel darin, das gefälschte Medikament in die legale Vertriebskette zu bringen, so dass der Endpreis für den Verbraucher in der Apotheke derselbe sein wird. Für den Fälscher sind die Herstellungskosten jedoch niedrig und er erzielt somit signifikante Gewinne. In Entwicklungsländern erhöhen der niedrigere Preis der Arzneimittelfälschungen zusammen mit fehlenden Kenntnissen über Unterschiede zwischen Original und Fälschung die Propensität zum Kauf gefälschter Arzneimittel.</p> <p><i>Internet:</i></p> <p>Die auf Internetseiten angebotenen niedrigeren Preise erhöhen die Kaufpropensität, vor allem wenn die Produkte als Originalprodukt angesehen werden.</p>
Produktqualität und -merkmale	<p>Kritisches Element – Erwartung desselben Therapieeffekts</p> <p>Unabhängig davon, ob ein Medikament in einem Industrie- oder Entwicklungsland oder über das Internet erworben wird, verspricht sich der Käufer davon den beabsichtigten Therapieeffekt.</p>
Statusverschleierung	<p>Spielt im realen Vertriebssystem keine Rolle; einfach bei Internetkäufen</p> <p>Im realen Vertrieb spielt dieser Faktor keine Rolle. Bei Internetkäufen ist die Verschleierung relativ einfach, sobald der Kunde das Produkt in den Händen hat, zumal es sich um Erzeugnisse handelt, die rasch verbraucht werden.</p>
Verbrauchermerkmale	
Gesundheits- und Sicherheitsrisiken	<p>Extrem hoch</p> <p>Die Gesundheits- und Sicherheitsrisiken der Verbraucher beim Konsum gefälschter Arzneimittel sind extrem hoch. Das Problem besteht darin, dass viele Verbraucher über Arzneimittelfälschungen und damit verbundene Gesundheitsrisiken nicht informiert und somit auch nicht in der Lage sind, Fälschungen aufzudecken.</p>
Persönliches Einkommen	<p>Bei höheren Preisen und/oder niedrigerem Einkommen bestehen mehr Anreize für die Verbraucher, Fälschungen zu kaufen</p> <p>In Hoheitsgebieten, in denen die Bevölkerung Zugang zu erschwinglichen Medikamenten hat, bestehen für die Verbraucher weniger Anreize, nach alternativen Bezugsquellen für Medikamente zu suchen und sich so den mit gefälschten Medikamenten verbundenen Gefahren auszusetzen. In Ländern hingegen, in denen das Einkommensniveau niedrig und/oder der Preis der Medikamente hoch ist, existieren größere Anreize für die Verbraucher, nach alternativen Bezugsquellen für Arzneimittel zu suchen, womit die Gefahr zunimmt, an gefälschte Arzneimittel zu gelangen.</p>
Persönliche Wertvorstellungen	
Institutionelle Merkmale	
Entdeckungsgefahr	<p>Bei Internetkäufen sehr gering</p> <p>Ein Verbraucher möchte über Fälschungen in der legalen Vertriebskette informiert sein, um sie vermeiden zu können. Die Wahrscheinlichkeit der Entdeckung ist für den Internetkäufer sehr gering. Beim grenzüberschreitenden Internetgeschäft ist die Gefahr der Entdeckung etwas größer.</p>
Verfolgungsgefahr	<p>Sehr gering</p> <p>Geringes Risiko einer strafrechtlichen Verfolgung für Verbraucher.</p>
Strafen	<p>Unterschiedlich, aber geringes Risiko</p> <p>Je nach Gesetzgebung können für den Verbraucher dieselben Strafen gelten wie für den Fälscher. Das Risiko einer strafrechtlichen Verfolgung ist aber gering.</p>
Verfügbarkeit und Leichtigkeit des Erwerbs	<p>In Industriestaaten ist der physische Erwerb recht schwierig; wesentlich einfacher ist der physische Erwerb in Entwicklungsländern und der Kauf über das Internet</p> <p>Der Erwerb von Fälschungen ist in stark regulierten Hoheitsgebieten recht schwierig. In Hoheitsgebieten mit schwachem Regulierungsrahmen und über das Internet ist dieser Erwerb leichter.</p>
Sozioökonomische Faktoren	<p>Bildung und Sensibilisierung spielen eine wichtige Rolle</p> <p>Für weniger gebildete und weniger informierte Personen besteht ein höheres Risiko, Arzneimittelfälschungen zu kaufen und einzunehmen. Ungeachtet des Entwicklungsstands spielen Bildung und Sensibilisierung eine wichtige Rolle dabei, die Verbraucher vom Kauf und von der Einnahme gefälschter Medikamente abzuhalten.</p>

Literaturverzeichnis

- Amgen (2002), "Important Drug Warning: Counterfeiting of Epogen", Pressemitteilung vom 8. Mai 2002.
- Beckett, N. (2005), "Just Say No", Fighting IP Theft, Mai 2005, S. 12-16.
- Bergamaschi (2006), "Il sistema dello bollino", Februar 2006.
- Brand News (2006), "Pharmaceutical Company Trials DNA Labels" Vol. 3, 26. Januar 2006.
- Business Insights (2005a), "Pharmaceutical Anti-Counterfeiting Strategies", Business Insights Ltd.
- Business Insight (2005b), "The RFID Market Outlook: New applications, best practices and future profit opportunities", Juli 2005.
- Cientifica (2005), "Global R&D Spend, 2002-2004", Bericht, Oktober 2005.
- Collier, P. (2005), "Hologramme sur faux médicaments", Contrefaçon Riposte, März 2005.
- DRN (Dominican Republic News) (2006). "Panama Registers 30 Deaths due to Contaminated Medicine", Mittwoch, 25. Oktober 2006.
- EFPIA (2006), "Identification and Coding of Pharmaceutical Products in Europe", *EMEA Briefing Paper*, 27. September 2006.
- Encarna Nunez Diaz (2005), "Counterfeit Drug Trace Causes USD 40 million Loss to Pharma Industry in El Salvador", *World Markets Analysis*, 24. November 2005.
- Europäische Kommission (2006), "Kommission warnt vor gefälschten Arzneimitteln im Internet", Pressemitteilung, Brüssel, IP/06/375, 27. März 2006.
- GlaxoSmithKline (2002). "GlaxoSmithKline Alerts Patients, Pharmacists and Physicians to Watch for Third-Party Tampering that Incorrectly Label Ziagen as Combivir", Pressemitteilung vom 10. Mai 2002.
- GlobalOptions Inc. (2003), *An Analysis of Terrorist Threats to the American Medicine Supply*, Signature Book Printing Inc., Gaithersburg, Maryland.
- Gray, N. (2006), "Changing Landscapes: A Special Report of the World's Top 50 Pharma Companies", *PharmaExec.com*, Mai 2006.
- Hawkes, N. (2006), "Drug Giant will sell direct to beat the Counterfeiters", Timesonline, 5. Oktober 2006.
- IMS Health (2006), "Global Pharmaceutical Sales – 2005", IMS Health, 2006.
- Jaret, P. (2004), "Fake Drugs: Real Threat", *Los Angeles Times*, 9. Februar 2004.
- Li, L. (2006), "Unified IPR Violation Hotline" *China Daily*, 29. August 2006.
- Medicines and Healthcare Products Regulatory Agency (MHRA) (2005a). Pressemitteilung, "Reading Estate Agent Punished for Illegal Sale of Counterfeit", 28. Juni 2005.
- MHRA (Medicines and Healthcare Products Regulatory Agency) (2005b), "Drug Alert Ref. MDR 23-07/051", 28. Juli 2005.
- MHRA (Medicines and Healthcare Products Regulatory Agency) und Royal Pharmaceutical Society of Great Britain (RPSGB) (2006a), "Guidance for Pharmacists", Mai 2006.
- MHRA (Medicines and Healthcare Products Regulatory Agency) und Royal Pharmaceutical Society of Great Britain (RPSGB) (2006b), "Guidance for Patients", Mai 2006.
- NAFDAC (National Agency for Food and Drug Administration and Control) (2006), "Strategies Employed In Combating Drug Counterfeiting In Nigeria", 2006.
- NewKerala (2006), "Half of Medicines Sold in Pak Are Fake", Mitteilung vom 9. März 2006.
- OECD (2006), "Innovation in Pharmaceutical Biotechnology", 2006.
- OECD (2005), "Counterfeiting and Piracy: Industry Survey", Juli 2005.
- Ortho Biotech (2002a), "Important Drug Warning: Counterfeiting of Procrit", 6. Juni 2002.
- Ortho Biotech (2002b), "Important Drug Warning: Counterfeiting of Procrit (Epoetin Alfa)", Additional counterfeit lot, 7. Juni 2002.

- Ortho Biotech (2002c), “Important Drug Warning: Additional Counterfeit Product Labelled as Procrit (Epoetin Alfa)”, bearing lot number P004582, 11. Oktober 2002.
- Pfizer (2005), “Counterfeit Medicines – A Clear and Present Danger”, 2005.
- Pfizer (2006), “Pfizer Introduces Radio Frequency Identification Technology to Combat Counterfeiting, Protect Patient Health”, Pressemitteilung, 6. Januar 2006.
- PSI (Pharmaceutical Security Institute) (2006), “Annual Situation Report”, 2005.
- PSI (Pharmaceutical Security Institute) (2005), “Annual Situation Report”, 2004.
- PharmaExec.com (2006), “World’s Top 50 Pharmaceutical Companies”, 7th Annual Report, Mai 2006.
- PhRMA (2006), “Survey of Pharmaceutical Counterfeiting Laws and Remedies”, September 2006.
- Shaw, C. (2005), “Combating Pharmaceutical Counterfeiting”, Lilly, November 2005.
- TAXUD (2005), “Statistiken über die Beschlagnahmen an den Außengrenzen der EU”, 2005.
- TAXUD (2004), “Statistiken über die Beschlagnahmen an den Außengrenzen der EU”, 2004.
- TAXUD (2003), “Statistiken über die Beschlagnahmen an den Außengrenzen der EU”, 2003.
- TAXUD (2002), “Statistiken über die Beschlagnahmen an den Außengrenzen der EU”, 2002.
- TAXUD (2001), “Statistiken über die Beschlagnahmen an den Außengrenzen der EU”, 2001.
- TAXUD (2000), “Statistiken über die Beschlagnahmen an den Außengrenzen der EU”, 2000.
- U.S. Customs and Border Protection (2005), Pressemitteilung, “San Francisco Customs and Border Protection Officers Seize Counterfeit Tamiflu”, 19. Dezember 2005.
- U.S. Customs and Border Protection (2006a), “Intellectual Property Rights – Top Commodities Seized – Mid Year FY 2006”, Juli 2006.
- U.S. Customs and Border Protection (2006b), Pressemitteilung, “CBP Seizes More Suspect Tamiflu at Mail Facilities”, 13. Januar 2006.
- U.S. Department of Justice (2005a), Pressemitteilung, “Internet Pharmacy Operator Receives 51 Month Prison Sentence”, 21. Januar 2005.
- U.S. Department of Justice (2005b), Todd P. Graves, Office of the United States Attorney, Western District of Missouri, “Pharmaceutical Distributors Indicted for USD 42 million Lipitor Smuggling”, *Counterfeiting*, 31. August 2005.
- U.S. Department of Justice (2005c), United States Attorney, Eastern District of Pennsylvania, “International Internet Drug Trafficking Network Shut Down”, 20. April 2005.
- U.S. Department of Justice, (2006a), R. Alexander Acosta, United States Attorney for the Southern District of Florida, Pressemitteilung “Defendants Sentenced on Fake Botox Case”, 26. Januar 2006.
- U.S. Department of Justice (2006b), “Hi-Tech Pharmaceuticals & 11 Individuals Indicted for ‘Generic’ Pill Fraud Scheme”, 20. September 2006.
- U.S. Department of Justice (2006c), “Florida Man Sentenced in Fake Lipitor Conspiracy”, Pressemitteilung, 23. Oktober 2006.
- U.S. Food and Drug Administration (2005), “Combating Counterfeit Drugs: A Report of the Food and Drug Administration Annual Update”, 18. Mai 2005.
- U.S. Food and Drug Administration (2006a), “Fraudulent, Unapproved Influenza-Related Products”, *FDA Consumer Magazine*, März-April, 2006.
- U.S. Food and Drug Administration (2006b), “Combating Counterfeit Drugs: A Report of the Food and Drug Administration Annual Update”, Mai 2006.
- U.S. Food and Drug Administration (2006c), “FDA Counterfeit Drug Task Force Report: 2006 Update”, Juni 2006.
- U.S. Newswire (2006), “DOJ: Nineteen Charged with Racketeering to Support Terrorist Organization”, 29. März 2006.
- Weltgesundheitsorganisation/UNICEF (2005), “World Malaria Report 2005”.
- Weltgesundheitsorganisation (2006a), “Counterfeit Medicines”, Fact Sheet No. 275. Revidierte Fassung November 2006.

Kapitel 13

TABAKINDUSTRIE

13.1 Überblick

Diese Sektoruntersuchung erstreckt sich auf die internationale Tabakindustrie und befasst sich insbesondere mit Zigaretten, da diese bei weitem den größten Anteil an Tabakwaren stellen und über sie auch die meisten Informationen verfügbar sind.

Die Tabakindustrie ist nahezu der einzige Sektor, in dem Steuern den größten Anteil des Endverkaufspreises bilden, was Tabak und vor allem Zigaretten für Schmuggler lukrativ macht.

Dasselbe Gewinnpotenzial, das für Schmuggler von gefälschten Tabakprodukten besteht, existiert natürlich ebenfalls für Schmuggler von Originaltabakwaren, und beide Erzeugnisse weisen viele gemeinsame Merkmale auf, wie Transport- und Vertriebskanäle sowie die Beteiligung der Organisierten Kriminalität. Infolgedessen ist es häufig unmöglich, eine Differenzierung zwischen ihnen vorzunehmen, da sie in den Datenquellen möglicherweise vermischt sind; vermutlich unterscheiden die Zollverwaltungen z.B. in der Regel nicht zwischen geschmuggelten originalen und geschmuggelten gefälschten Zigaretten. Wenngleich alles Erdenkliche unternommen wurde, um zwischen diesen beiden recht verschiedenen illegalen Aktivitäten zu differenzieren, war dies nicht immer möglich, und somit sind einige Informationen u.U. nicht völlig verlässlich.

Angesichts der Antworten der OECD-Umfrageteilnehmer aus der Wirtschaft, wonach es den Verbrauchern widerstrebt, wissentlich gefälschte Zigaretten zu kaufen, wurde zudem unterstellt, dass eine ganze Reihe gefälschter Tabakprodukte auf Verbrauchertäuschung angelegt ist.

13.2 Arten von Rechtsverletzungen

Der Missbrauch von Marken (Markennamen) ist in der Tabakindustrie bei weitem die häufigste Art von Verletzungen des geistigen Eigentums. Es liegen möglicherweise auch Fälle von Patent- oder Musterrechtsverletzungen vor, die jedoch selten sind. Urheberrechtsverletzungen sind in diesem Sektor nicht relevant.

13.3 Am stärksten betroffene Produkte

Die am stärksten von Fälschungen betroffenen Produkte sind Zigaretten. Sie vereinen gewisse Merkmale auf sich, die sie für die Fälscher besonders attraktiv machen, wie z.B. der Konsum in sehr großen Mengen, ihre kleine Größe, die Tatsache, dass keine spezifische Beförderung oder Lagerung erforderlich ist und sie leicht in großem Volumen mit

relativ wenig Investitionen produziert werden können. Zusammengenommen erschweren es diese Merkmale, gefälschte Zigaretten zu entdecken, so dass die Fälscher das Risiko wahrscheinlich subjektiv als gering einschätzen. Andere Tabakwaren (wie Zigarren, Tabak zum Selbstdrehen und Schnupftabak) können ebenfalls gefälscht werden, dürften aber im Vergleich zu Zigaretten ein sehr kleines Segment darstellen (rd. 5% laut einem Umfrageteilnehmer aus der Wirtschaft).

Der Markt für Zigaretten ist sehr groß, wobei die Weltgesundheitsorganisation davon ausgeht, dass rd. 5,5 Billionen Zigaretten jährlich konsumiert werden (Weltgesundheitsorganisation, 2002).

13.4 Die Bedeutung von Verbrauchsteuern und sonstigen Steuern

Tabakwaren stechen zusammen mit Alkohol als Konsumgüter insofern hervor, als ihr Einzelhandelspreis sehr hohe Verbrauch- und sonstige Steuern umfasst. Diese Steuern variieren u.U. erheblich. Schätzungen einer Sektorstudie zufolge entfallen rd. 50-60% des Einzelhandelspreises von Zigaretten auf Steuern, aber in einigen Fällen können sie bis zu 70-80% des Preises ausmachen (VicHealth und Weltbank, 2001).

Dies bedeutet im Vergleich zu den meisten anderen Erzeugnissen, dass Produktionskosten und Markenwerte eine relativ kleine Rolle im Einzelhandelspreis einer Schachtel Zigaretten spielen, und dies schafft eine Situation, in der Fälscher sehr hohe Gewinnmargen erzielen können, indem sie nicht nur billige Fälschungen produzieren, sondern auch die gesamte Steuerlast vermeiden.

In den Vereinigten Staaten wird z.B. eine normale Stange Zigaretten im Einzelhandel für rd. 35 US-\$ verkauft, zuzüglich einer Bundessteuer von 3,60 US-\$ je Stange und einer von den einzelnen Staaten erhobenen Steuer, die von 0,70 US-\$ je Stange in South Carolina bis 24,60 US-\$ in Rhode Island reicht¹ (Federation of Tax Administrators, 2006; GAO, 2004). Der Endpreis lässt den potenziellen Gewinn für die Schmuggler hervortreten, insbesondere da die Herstellung einer Stange gefälschter Zigaretten rd. 3,00 US-\$ kostet.

Basierend auf diesen Angaben hat jeder in den Vereinigten Staaten beschlagnahmte Container (rd. 8,5 Mio. Zigaretten) einen Straßenverkaufswert von 1-1,5 Mio. US-\$, während sich die Produktionskosten für den Hersteller der gefälschten Erzeugnisse in dem Container auf etwa 120 000-130 000 US-\$ belaufen plus rd. 25-30% für die Transportkosten (wenn z.B. China der Herkunftsmarkt ist). Es wurde berichtet, dass jeden Tag acht bis zehn Container mit in China produzierten gefälschten Zigaretten im Hafen von Los Angeles entladen und unbemerkt anhand falscher Importdokumente in die Vereinigten Staaten eingeführt werden (Chow, 2003).

Als weiteres Beispiel lässt sich das Vereinigte Königreich anführen, wo 86% des Einzelhandelspreises von Zigaretten auf Steuern entfallen (National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, 2006) und die Produktionskosten ähnlich hoch sind wie in dem oben genannten Beispiel der Vereinigten Staaten, wenn China das Ursprungsland ist.

Allgemein ist die Steuerinzidenz insgesamt für Zigaretten, einschließlich Mehrwertsteuer, in der EU mit 70-80% in der Regel etwas niedriger als im Vereinigten Königreich (International Tax & Investment Center, 2003).

1. Der Medianwert für alle US-Staaten beträgt 8,00 US-\$.

13.5 Vorgehensweisen

In der großen Mehrzahl der Volkswirtschaften verkaufen die Hersteller die Zigaretten nicht direkt an die Konsumenten. Indessen verkaufen sie die Zigaretten in großen Mengen an Distributoren, Großhändler oder in einigen Fällen an Staatsmonopole, die sie dann über die Vertriebskette an die Verbraucher weitergeben. In der Regel nimmt die Anzahl der verkauften Zigaretten auf jeder Stufe der Vertriebskette ab, da die ursprüngliche Massenerlieferung aufgeteilt und wieder unterteilt wird, bis sie den Einzelhändler erreicht, der die Zigaretten entweder in Stangen oder in Schachteln an die einzelnen Verbraucher verkauft (Phillip Morris International, 2004). Dieses komplexe Netzwerk kann zu einem Mangel an Transparenz führen und schafft für die Fälscher Lücken, um ihre gefälschten Produkte in die Vertriebskette einzuschleusen.

Den Umfrageteilnehmern zufolge werden die Produkte bei einer typischen Transaktion, die die Herstellung in China für den Export zu anderen Märkten impliziert, auf Bestellung gefertigt, wobei die Aufträge durch Händler im Ausland erteilt werden, die den Vertrieb sowie den Verkauf der Produkte auf dem Zielmarkt kontrollieren, die Transaktionen finanzieren und den Großteil der Gewinne einnehmen.

Im Falle von Fälschungen, die außerhalb Chinas hergestellt werden (z.B. Paraguay, Naher Osten), sind es häufig die Fabrikbesitzer, die die Transaktionen kontrollieren und den größten Anteil der Gewinne erwirtschaften.

Im Hinblick auf die Beschaffung von Inputs sind es im Fall von China gewöhnlich Broker, die die Nichttabakmaterialien bereitstellen, während der Tabak offenbar von lokalen Tabakanbauern stammt, deren Produktion die ihnen vom Staat zugeteilten Quoten überschreitet. Außerhalb Chinas gelegene Fabriken fertigen häufig sowohl legale als auch gefälschte Produkte (die gelegentlich als Überproduktionen beschrieben werden). Diese Fabriken beziehen die entsprechenden Materialien direkt von denselben Unternehmen, die die offiziellen Hersteller beliefern, und ihre Input-Erfordernisse für das legale Produktionsvolumen bieten eine „Tarnung“ für das gefälschte Produktionsvolumen.

Der Transport der gefälschten Produkte erfolgt in der Regel in Containern, wobei dieselben Vertriebssysteme wie für die legalen Produkte genutzt werden, wobei die Waren entweder falsch ausgewiesen oder die Transportdokumente vor Ankunft in ihrem Zielland geändert werden, um den Schmuggel zu erleichtern. Ein Umfrageteilnehmer gab an, dass die Lieferungen häufig falsch deklariert oder in Freihandelszonen umgeschlagen werden, um die Rückverfolgung über den Dokumentenpfad zu erschweren. Plagiatoren, die sich auf die Großproduktion von gefälschten Zigaretten konzentrieren und diese über den See- oder Landweg transportieren, nutzen inzwischen zunehmend Transit- oder Umschlagplätze in Häfen oder Freihandelszonen verschiedener geografischer Gebiete, um die Natur des Produkts zu verschleiern sowie die Verfolgung und die Entdeckung der Lieferungen zu erschweren.

Sobald die Produkte in die Nähe ihres Zielmarkts gelangen, wird die Lieferung aus dem Container entladen und für die weitere Beförderung durch eine Vielfalt von Transportarten in kleinere Einheiten aufgespalten. Dies verringert zudem das Risiko und die Auswirkungen von Verlusten an den Einfuhrzollstellen.

Wie einige Umfrageteilnehmer erwähnten, werden bei diesen Schmuggeloperationen auch ausgeklügelte Tarntechniken eingesetzt, wie z.B. die Positionierung unverfänglicher Produkte oben und der Einsatz gefälschter Dokumente, um die wahre Natur der Ladungen zu verbergen.

Ein Umfrageteilnehmer verwies außerdem darauf, dass all diese Aktionen dazu dienen, die Aufmerksamkeit der Zollverwaltungen abzulenken, die möglicherweise Zweifel an ihren Zuständigkeitsrechten im Hinblick auf Umladungen haben und es daher u.U. nicht für notwendig halten, Sendungen für Bestimmungsorte außerhalb ihrer eigenen Landesgrenzen zu untersuchen.

Generell ist festzustellen, dass die Transport- und Vertriebsnetze für größere Schmuggeloperationen in höchstem Maße organisiert, geschützt und schwer zu entdecken sind, da am Transport und Verkauf (aber selten an der Herstellung) der gefälschten Produkte oft die Organisierte Kriminalität beteiligt ist, die über umfangreiche finanzielle und logistische Unterstützung verfügt, was die Infiltrierung der Netzwerke schwierig und gefährlich gestaltet.

Diese kriminellen Vereinigungen, die bereits häufig Handelsnetze für andere Waren, wie Drogen, errichtet haben, wenden sich nun auf Grund der vergleichsweise geringeren Risiken und Strafen sowie der problemlosen Nutzung ihrer vorhandenen Schmuggel- und Vertriebsnetze gefälschten Zigaretten zu (Chow, 2003). Darüber hinaus können gefälschte Zigaretten, nachdem sie in den Zielmarkt geschmuggelt wurden, im Gegensatz zu Rauschgift und anderen illegalen Substanzen, die vor dem Verkauf an den Verbraucher konstant versteckt werden müssen, relativ frei transportiert werden, was mithin die Lager- und Vertriebskosten reduziert.

Ein Umfrageteilnehmer äußerte, dass kriminelle Vereinigungen, deren Zellen in den Vereinigten Staaten, China und Hongkong (China) aktiv sind, sich bekanntermaßen sehr stark im Schmuggel von gefälschten Zigaretten betätigen. Berichten zufolge sind die wichtigsten Zielmärkte der kriminellen Vereinigungen offenbar die Märkte mit hohen Steuern und großem Volumen innerhalb der EU – wobei der Markt des Vereinigten Königreichs besonders attraktiv zu sein scheint.

Die Unternehmen führten zudem die substanzielle Nutzung von Kurier- und Luftpostdiensten für den Schmuggel gefälschter Tabakprodukte in ausländische Märkte. Der hohe Einzelhandelswert der Produkte (auf Grund der hohen Besteuerung) macht selbst das Schmuggeln von relativ kleinen Warenvolumen für Einzelpersonen hinreichend gewinnbringend, um die Risiken in Kauf zu nehmen.

In einigen Orten, insbesondere in grenznahen Gebieten, wo auf beiden Seiten der Grenze jeweils unterschiedliche Steuern erhoben werden, kann für Einzelpersonen ein Anreiz bestehen, kleine Zigarettenmengen über die Grenze zu bringen, um sie zu verkaufen. Selbst wenn das Schmuggeln im kleinen Stil (sowohl von Original- als auch von gefälschten Tabakwaren) von den Unternehmen als weniger besorgniserregend betrachtet wird als der großangelegte, organisierte Schmuggel, entfällt auf Grund der großen Anzahl von Beteiligten darauf u.U. dennoch ein erhebliches Volumen.

Darüber hinaus verwiesen einige Umfrageteilnehmer darauf, dass das Internet für die Verbraucher eindeutig zu einem beliebten Mechanismus für den Erwerb von Tabakwaren geworden ist, da es eine praktische und zunehmend signifikante Möglichkeit bietet, Steuern zu umgehen. Ferner bietet der Verkauf von gefälschten Tabakwaren über das Internet den Fälschern ein Mittel, den Absatz auf Minderjährige auszuweiten. Viele Umfrageteilnehmer aus der Wirtschaft erwähnten explizit, dass sie niemanden dazu ermächtigt haben, Tabakwaren in ihrem Namen über das Internet zu verkaufen, und sie selbst keine Tabakprodukte auf diesem Wege vertreiben.

13.6 Hauptmotive für die Herstellung und den Konsum von gefälschten Tabakwaren

Jeder Sektor hat seine besonderen Merkmale, die die für die Herstellung und den Konsum maßgeblichen Faktoren z.T. bestimmen oder prägen, weshalb die Ermittlung und das Verständnis dieser Faktoren Aufschluss über die Propensität dieser Produktkategorie für Nachahmungen geben können. Dies wiederum kann Aufschlüsse über die Wahrscheinlichkeit liefern, mit der solche Produkte auf dem Markt zu finden sind, und u.U. die statistischen Daten ergänzen, die durch Zollaufgriffe, polizeiliche Razzien in Produktionsstätten und Vertriebsstellen, die Ergebnisse rechtlicher Schritte und sonstige Marktinformationen gewonnen werden. Darüber hinaus könnten die Faktoren wichtige Erkenntnisse darüber vermitteln, wie Umfragen und ökonomische Modelle optimal zur Verbesserung der Messung eingesetzt werden könnten.

Eine entsprechende Übersicht bietet die Tabelle „Propensität zur Produktion und zum Konsum gefälschter Tabakwaren“ (Tabelle 13.1) am Ende dieses Kapitels. Die Faktoren, die für die Tabakindustrie gelten könnten, wurden danach beurteilt, ob und inwieweit sie die Herstellung und den Konsum dieser gefälschten Erzeugnisse begünstigen oder verhindern.

Die Analyse der Faktoren, die für die Produktion gefälschter Tabakwaren ausschlaggebend sind, deutet darauf hin, dass die Nachahmung in diesem Sektor ein Unterfangen mit hohem Risiko ist, insbesondere wenn die Waren geschmuggelt werden, aber dass die Entlohnung, in Form von potenziell äußerst hohen Gewinnen, mehr als ausreichend zu sein scheint, um eine beträchtliche Produkt- und Markenpiraterie zu fördern.

Die größten Gewinne fahren die Fälscher ein, wenn sie ihre Erzeugnisse erfolgreich in einen Markt schmuggeln, da sie auf diese Weise die sehr hohen Steuern vermeiden, die normalerweise auf Tabakwaren erhoben werden und die bis zu 70-80% des Endverkaufspreises der Tabakwaren darstellen können.

Aus Verbrauchersicht ist der wichtigste Punkt, dass die Tabakwaren überwiegend gefertigt werden, um den Käufer zu täuschen, und die meisten Käufer dürften sich folglich nicht darüber bewusst sein, dass sie ein gefälschtes Produkt erworben haben. Die Fähigkeit der Plagiatoren, Tabakwaren herzustellen, die sich oberflächlich so gut wie nicht von den Originalprodukten unterscheiden, und die Komplexität der Nachweisführung, dass das Produkt definitiv gefälscht ist (was eine chemische Analyse erfordern dürfte), macht dieses Produkt zu einem der Erzeugnisse, die sich von den Verbrauchern nur schwer als Nachahmung identifizieren lassen.

Für Verbraucher, die wissentlich gefälschte Zigaretten erwerben, ergibt sich aus ihrer Kaufentscheidung (abgesehen von den offensichtlichen potenziellen Gesundheitsrisiken) lediglich ein geringes Risiko, da es unwahrscheinlich ist, dass sie festgenommen und wegen des Kaufs kleiner Mengen dieser Produkte verfolgt werden.

Die bedeutende und wachsende Rolle, die das Internet sowohl für die Hersteller als auch die Verbraucher spielt, sollte ebenfalls erwähnt werden.

13.7 Ausmaß, Spektrum und Trends der Rechtsverletzungen

Wenngleich der Schmuggel von Originalzigaretten nicht das Thema dieser Analyse ist, lohnt es sich, den Zusammenhang zwischen diesen und gefälschten Zigaretten sowie die anteilige Entwicklung des Schmuggels von originalen und gefälschten Zigaretten in

den letzten Jahren zu untersuchen, wobei darauf hinzuweisen ist, dass zwischen beiden eine recht deutliche Verbindung besteht.

Ende der 1990er Jahre verschärften die Hersteller der Originalprodukte in Zusammenarbeit mit den Regierungen die Kontrollen von Vertreibern und Einzelhändlern und schränkten dadurch die Verfügbarkeit von Originalprodukten für den Schmuggel ein. Die Schmuggler reagierten darauf, indem sie die Produktion von gefälschten Zigaretten wie auch den Handel mit diesen ausweiteten, da sie von den für die Originalprodukte geltenden strengeren Regelungen kaum erfasst würden. Angeblich hat die Leichtigkeit, mit der die Fälscher Zugang zum neuesten Stand der Technik bei der Zigarettenherstellung und bei Druckmaschinen haben, um die Verpackungsmaterialien originalgetreu wiederzugeben, die Zunahme der Produktion von Plagiaten erleichtert.

Die Unternehmen gehen davon aus, dass die Verlagerung des Schwerpunkts vom Schmuggel authentischer auf gefälschte Produkte bereits signifikant ist und weiter zunehmen wird, so dass sich die Bedrohung insgesamt für die Tabakindustrie nicht bedeutend ändern wird, da eine Form des Handels die andere ersetzt.

Die subjektiv empfundene Verlagerung beim illegalen Zigarettenhandel von Originalprodukten auf Fälschungen wird anhand von Zollstatistiken und weiteren Studien belegt. 2000/2001 machten illegale Tabakwaren im Vereinigten Königreich schätzungsweise 25% aller Zigarettenverkäufe aus, wobei auf Fälschungen 5% entfielen (UK House of Commons, 2002). Im Jahr 2002 beschlagnahmten Customs & Excise im Vereinigten Königreich 2,6 Mrd. Zigaretten, wovon 2,2 Mrd. geschmuggelte Originalprodukte und nur 390 Mio. Fälschungen (15%) waren. Indessen entfielen 2004 von 1,8 Mrd. Zigaretten, die durch UK Customs & Excise sichergestellt wurden, 828 Millionen auf Originalprodukte, während sich die Fälschungen auf 972 Millionen (54%) beliefen (The Organised Crime Task Force, 2006).

Eine jüngere im Vereinigten Königreich durchgeführte Studie (HM Treasury, 2006) deutet darauf hin, dass von allen Zigaretten, die von Customs & Excise beschlagnahmt wurden, der Anteil der Fälschungen von 15% 2001/2002 auf 48% 2005/2006 gestiegen ist.

Eine ähnliche Verlagerung fand in den Vereinigten Staaten statt. 2003 überstiegen die Beschlagnahmen gefälschter Zigaretten jene von Originalzigaretten in erheblichem Umfang, und Schätzungen gehen von einem Wert von 45,8 Mio. US-\$ gegen 5,1 Mio. US-\$ aus (GAO, 2004).

Die US-Zollverwaltung beschlagnahmte im Finanzjahr 2005² Zigaretten im Wert von 9,6 Mio. US-\$ (Inlandswert) (24,2 Mio. US-\$ im Finanzjahr 2004), d.h. rd. 10% der Beschlagnahmen insgesamt (17% im Finanzjahr 2004) (US Customs and Border Protection und US Immigration and Customs Enforcement, Department of Homeland Security, 2006). Interessanterweise lagen die Beschlagnahmen von Zigaretten 1998 bei 0 und 1999 bei 0,3 Mio. US-\$ (GAO, 2004), was die Annahme einer raschen Zunahme der Produkt- und Markenpiraterie Ende der 1990er Jahre zusätzlich stützt.

In der EU zeigen die Zollstatistiken, dass 2004 rd. 8,3 Mrd. Zigaretten beschlagnahmt wurden, was im Vergleich zu 2003 einen Anstieg von 25% darstellt (Europäische Union, Steuern und Zollunion, 2005). Für 2005 liegen weder Statistiken noch Aufschlüsselungen zwischen Originalprodukten und Fälschungen vor.

2. In den Vereinigten Staaten begann das Finanzjahr 2005 am 1. Oktober 2004 und endete am 30. September 2005.

13.8 Produktions- und Vertriebszentren für gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte

Im Hinblick auf die Herkunft der gefälschten Zigaretten ist den Zollstatistiken der Europäischen Kommission zu entnehmen, dass 2004 rd. 47% aller beschlagnahmten Zigaretten aus China kamen, 7% aus den Vereinigten Arabischen Emiraten und 6,5% aus Gambia (Europäische Union, Steuern und Zollunion, 2005). Für das Finanzjahr 2003 und 2004 sind keine Statistiken verfügbar.

Berichten der US-Zollverwaltung zufolge ist das Hauptherkunftsland für importierte Zigarettenfälschungen mit einem Inlandswert von 9,5 Mio. US-\$ im Finanzjahr 2005 ebenfalls China (22,1 Mio. US-\$ im Finanzjahr 2004, 33,2 Mio. US-\$ im Finanzjahr 2003), was wertmäßig rd. 99% des Gesamtbetrags der beschlagnahmten Erzeugnisse (91% im Finanzjahr 2004, 80% im Finanzjahr 2003) darstellt (US Customs and Border Protection und US Immigration and Customs Enforcement, Department of Homeland Security, 2006).

Nach Angaben von Teilnehmern der OECD-Umfrage bestätigt die Erfahrung der Unternehmen in der Regel die quantitativen Daten der EU-Zollbehörde und deutet darauf hin, dass über 50% der Gesamtproduktion von gefälschten Zigaretten in China stattfinden, wo den Unternehmen zufolge jedes Jahr schätzungsweise 100 Mrd. gefälschte Zigaretten hergestellt werden und der Inlandsverbrauch erheblich ist.

Die Karte in Abbildung 13.1 zeigt einige bekannte Transportstrukturen von gefälschten Tabakwaren, die aus China kommen.

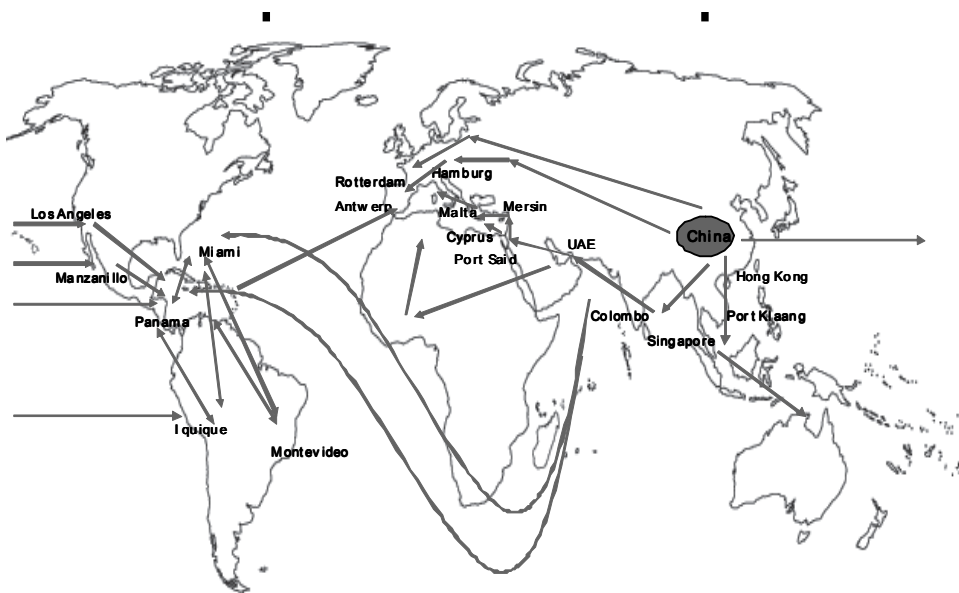
Wenngleich China als größter Produzent gefälschter Zigaretten identifiziert wurde, ist es nicht das einzige Land; die Umfrageteilnehmer aus der Wirtschaft nannten auch andere Volkswirtschaften, die in Aktivitäten der Produkt- und Markenpiraterie verwickelt sind. In Asien z.B. beschlagnahmten die Zollbeamten 2005 in Südkorea und Chinesisch Taipeh Lieferungen importierter Zigarettenfälschungen, deren Wert sich auf mehrere Millionen US-\$ belief. Verbrechersyndikate dürften zudem Zigaretten in Nordkorea produzieren; Thailand, Vietnam, Malaysia, Paraguay und der Nahe Osten wurden ebenfalls von den Umfrageteilnehmern erwähnt.

Einige Umfrageteilnehmer verwiesen auch darauf, dass eine zunehmende Verlagerung weg von der unbefugten Nutzung der Überproduktion von Tabakwaren durch Vertragsunternehmen für den Endverkauf auf grauen Märkten in Mittel- und Osteuropa (Russland, Albanien, Lettland, Ukraine wurden genannt) stattgefunden hat. Indessen werden immer mehr Fachkräfte und auch Maschinen in die größten EU-Märkte entsandt bzw. exportiert, um illegale Produktionsstätten innerhalb dieser Märkte aufzubauen. Mithin hat die Zahl der illegalen Produktionsstätten, die gefälschte Zigaretten herstellen, in der EU zugenommen (Deutschland, Polen, die Niederlande, die Tschechische Republik und Griechenland wurden besonders erwähnt).

Diese Strategie vermindert das Risiko für die Fälscher, da der Transport minimiert, das Passieren von Zollschranken vermieden und der direkte Zugang zu illegalen Vertriebsnetzen innerhalb der Märkte erleichtert wird. Ein jüngstes Beispiel dafür ist die Razzia in einer Produktionsstätte im österreichischen Salzburg, wo die durch die Herstellung von gefälschten Zigaretten in dieser Fabrik verursachten Steuereinbußen auf 50 Mio. Euro beziffert wurden (Vorarlberg Online, 2006).

Diese Verlagerung geschieht auch in verschiedenen Ländern des Nahen Ostens (Iran, Irak, Vereinigte Arabische Emirate), wo die Durchsetzung der geistigen Eigentumsrechte offenbar schwer zu verankern ist.

Abbildung 13.1 **Transportstrukturen**
Transport und Verschiffung



Zahlreiche Fälschungsfabriken wurden ebenfalls in verschiedenen Ländern in ganz Lateinamerika und insbesondere in Paraguay, Venezuela, Uruguay und Brasilien entdeckt (Philip Morris International, 2004). So stellen z.B. illegale Zigaretten (sowohl Fälschungen als auch geschmuggelte Originalprodukte) mittlerweile Jahr für Jahr 34% an allen in Brasilien verkauften Zigaretten. Der Marktanteil ist von 5% im Jahr 1991 und 20% im Jahr 1995 auf dieses Niveau gestiegen (Brazil-US Business Council, 2003).

Die Umfrageteilnehmer erwähnten ferner, dass die wichtigsten Zielmärkte für gefälschte Tabakprodukte die EU und die Vereinigten Staaten seien. Wie bereits erwähnt, ist dies hauptsächlich durch die großen potenziellen Gewinnmargen für die Fälscher in diesen Regionen bedingt, die sich aus den hohen, auf Tabakwaren erhobenen Verbrauchsteuern ergeben. Abgesehen von diesen Hauptzielmärkten ist es jedoch wahrscheinlich, dass die meisten Volkswirtschaften bis zu einem gewissen Grad einen Zielmarkt für gefälschte Zigaretten darstellen.

13.9 Auswirkungen der Produkt- und Markenpiraterie auf die Tabakwarenbranche

Im Hinblick auf die finanziellen Einbußen, die durch die Nachahmung von Zigaretten entstehen, besteht der wichtigste Faktor in den entgangenen Verkäufen, da Zigaretten in der Regel verdeckte Fälschungen sind und daher jede verkaufte Fälschung als ein entgangener Verkauf für den Originalhersteller angesehen werden kann. Zudem sollten die Kosten für die Maßnahmen zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie, die Entwicklung neuer Herstellungsmethoden, um die Möglichkeiten zur Nachahmung zu minimieren und eine sichere Produkterkennung zu schaffen, sowie die damit verbundenen Personalkosten betrachtet werden. Ein Umfrageteilnehmer bezifferte die Kosten der Maßnahmen zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie (ohne Personalkosten) für sein Unternehmen auf rd. 8 Mio. US-\$ jährlich.

Ein anderer Umfrageteilnehmer bezifferte die jährlichen Schäden auf Grund von Fälschungen für sein Unternehmen auf rd. 200 Mio. US-\$. Zwischen den Schätzungen der Unternehmen für die Umsatzeinbußen bestehen je nach Markeninhaber erhebliche Unterschiede, wobei sich die niedrigste dieser Schätzungen auf rd. 800 Mio. US-\$ beläuft.

Was den Marktanteil anbelangt, so gab ein Unternehmen an, dass es gefälschte Produkte als seinen viert- oder fünftgrößten Konkurrenten auf dem Weltmarkt betrachtet, wohingegen ein anderes Unternehmen davon ausgeht, dass gefälschte Zigaretten schätzungsweise 2-3% des Gesamtverbrauchs weltweit ausmachen. Aus einer weiter eingegrenzten Perspektive entfällt laut einem Umfrageteilnehmer aus dem Vereinigten Königreich auf gefälschte Zigaretten dort ein Marktanteilsverlust von 10%.

Was die Schädigung des Unternehmensimages betrifft, können gefälschte Zigaretten ernsthafte Qualitätsprobleme aufweisen, und abgesehen von dem Erscheinungsbild der Verpackung haben sie u.U. wenig Ähnlichkeit mit den Originalprodukten. Da Fälschungen unter gut bekannten Markennamen vermarktet werden, bringt der Verbraucher, der eine gefälschte Zigarette raucht, diese schlechte Qualität möglicherweise mit der Marke in Verbindung, und dies könnte für das Image und den Ruf der Originalmarke extrem schädlich sein wie auch zu Umsatzeinbußen führen, wenn der Verbraucher die Marke wechselt.

In extremen Fällen können diese Effekte die Schließung oder die Zusammenlegung von Produktionsstätten zur Folge haben, was wiederum in Arbeitsplatzverlusten und nachgelagerten Effekten auf die lokale Wirtschaft und die Staatseinnahmen resultiert.

Auf staatlicher Ebene bezifferten die Umfrageteilnehmer die finanziellen Einbußen für die Regierungen weltweit (auf Grund von Mindereinnahmen an Verbrauchsteuern) auf rd. 2 Mrd. US-\$.

Schließlich leiden die Verbraucher darunter, da sie unwissentlich eine minderwertige Kopie des legalen Produkts kaufen, was abgesehen von allen anderen Aspekten auch zusätzliche schwerwiegende und unvorhersehbare Gesundheitsrisiken mit sich bringen kann.

Auch wenn es keinen eindeutigen Beweis dafür gibt, haben einige Forscher Anzeichen entdeckt, dass gefälschte Zigaretten einen (manchmal wesentlich) höheren Teer- und Nikotingehalt sowie (z.T. erheblich) stärkere Kohlenmonoxidemissionen aufweisen. Daher dürften die mit dem Tabakkonsum potenziell verbundenen Auswirkungen auf die Gesundheit im Fall von gefälschten Zigaretten größer sein als bei bekannten Marken. Weitere Untersuchungen in Bezug auf diesen Aspekt der Herstellung gefälschter Tabakwaren könnten verlässlichere Daten liefern.

Des Weiteren animiert der generell niedrigere Preis von gefälschten Zigaretten wahrscheinlich zu einem höheren Konsum, insbesondere unter finanziell schlechter gestellten Schichten der Gesellschaft und jungen Menschen. Abgesehen von sonstigen Aspekten behindern billige, gefälschte Tabakwaren die Anstrengungen der Gesundheitsbehörden, den Tabakkonsum durch die hohe Besteuerung zu senken.

Darüber hinaus haben die Untersuchungsergebnisse gezeigt, dass die Schwermetallkonzentrationen (insbesondere Cadmium und Blei) im Tabak gefälschter Zigaretten viel höher sind als in den Originalprodukten. Die Untersuchung identifizierte potenziell schädliche Folgen für die menschliche Gesundheit, die von diesen Schwermetallen ausgehen, und gelangte zu dem Schluss, dass die gängigen gefälschten Erzeugnisse die Risiken, die normalerweise mit dem Rauchen verbunden sind, erheblich erhöhen.

Aus den Forschungsarbeiten ergab sich jedoch auch, dass es zwar undenkbar ist, dass die Fälscher diese Schwermetalle vorsätzlich ihren Produkten hinzufügen, da es keinen

offensichtlichen Grund für eine solche Vorgehensweise gibt, diese Schwermetalle aber möglicherweise aus billigen, ungeeigneten Düngemitteln stammen und u.U. die Tabakernen kontaminieren (Stephens et al., 2005). Ausgehend von dieser Annahme ist es nicht abwegig zu spekulieren, dass diese verseuchten Ernten zu einem attraktiven Angebot für die Fälscher werden könnten, da keines der großen Tabakunternehmen diese Ernten wesentlich kaufen würde. Ob mit oder ohne Absicht, fest steht in jedem Fall, dass das Vorhandensein derartiger Verunreinigungen die Gesundheitsrisiken für Raucher verstärkt.

13.10 Gegenmaßnahmen

Die Unternehmen gaben an, dass sie ihre Anstrengungen auf die Verfolgung von Zigarettenfälschern auf der Zuliefererebene ausgerichtet haben, da es auf der Vertriebs-ebene immer schwieriger wird, ein gefälschtes Päckchen Zigaretten von einem originalen zu unterscheiden und die beschlagnahmten Mengen im Allgemeinen immer kleiner werden.

Einige Tabakunternehmen haben ein verborgenes System zur Produktkennzeichnung in ihren Waren eingeführt, und dieses hat eigenen Mitarbeitern dabei geholfen, gefälschte Produkte in Verkaufsstellen sowie bei Zoll- und Polizeifahndungen zu identifizieren. Indessen haben sich offene Systeme zur Produktkennzeichnung, die es den Originalherstellern und Käufern ermöglichen würden, Fälschungen auf einfache Weise zu erkennen, als viel schwieriger zu implementieren erwiesen. Dabei gilt es zu erwähnen, dass in anderen Sektoren, die in dieser OECD-Studie erfasst werden, die Erfahrung der entsprechenden Branchenverbände gezeigt hat, dass selbst ausgeklügelte offene Systeme (wie Hologramme) rasch von den Fälschern nachgemacht wurden, so dass hier nach wie vor eine große Herausforderung für die Tabakindustrie besteht.

Der Schutz der legalen Vertriebskette wird als ein anderer wichtiger Punkt betrachtet. Einige Umfrageteilnehmer erwähnten, dass ein erheblich geringeres Ausmaß der Produkt- und Markenpiraterie in Volkswirtschaften festzustellen ist, in denen der Vertrieb kontrolliert wird und die Konsumenten Zigaretten ausschließlich in hierfür zugelassenen Geschäften kaufen können. Der Grund dafür könnte sein, dass die Verbraucher im Falle einer strengen Regulierung wissen, dass die Zigaretten, die sie an anderen Orten als den hierfür zugelassenen Geschäften kaufen, wahrscheinlich illegal sind (einschließlich jener, die gefälscht sind).

Folglich könnten gefälschte Zigaretten in Ländern, wo strenge Vorschriften die Möglichkeiten für die Fälscher beschränken, die Lieferketten zu infiltrieren, nur teilweise als täuschend angesehen werden, da die Verbraucher die Möglichkeit in Erwägung ziehen könnten, dass die illegalen Zigaretten, die sie kaufen, eher Fälschungen als geschmuggelte Originalprodukte sein könnten.

Zudem haben einige Tabakunternehmen als Teil ihrer Anstrengungen zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie eine Markenschutzgruppe, die Brand Integrity Group, gegründet, die Schulungen für Zollbeamte anbietet und die Zoll- und Rechtsdurchsetzungsbehörden weltweit unterstützt. Diese Aktivitäten konzentrieren sich auf die Verfolgung, Beschlagnahme und Vernichtung gefälschter Produkte, die Identifizierung der Herstellungsquellen sowie die Unterstützung bei der Strafverfolgung jener, die an den Aktivitäten der Produkt- und Markenpiraterie beteiligt sind. Die Unternehmen erwähnten die hervorragende Zusammenarbeit auf diesem Gebiet zwischen China, Russland, Kanada, Deutschland, Belgien, den Niederlanden, Spanien, Italien und Frankreich.

Kanada liefert ein anschauliches Beispiel für eine staatliche Initiative zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie. Dort hat die Canada Revenue Agency zusammen

mit den Tabakunternehmen eine neue Verpackungstechnologie für Zigarettenschachteln entwickelt, bei der die Kennzeichnungs- und Wasserzeichentechnologie ähnlich wie bei Banknoten angewandt wird.

Indessen führten die Umfrageteilnehmer trotz der in den Berichten angedeuteten guten Zusammenarbeit mit den staatlichen Stellen auch Probleme auf lokaler Regierungsebene in einigen Ländern an, die die Maßnahmen zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie negativ beeinflussen. Dieselbe Aussage machten auch Umfrageteilnehmer aus anderen Industriezweigen, die im Laufe dieser Studie untersucht wurden.

Im Allgemeinen ist es schwierig, den Erfolg der Maßnahmen zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie zu quantifizieren. Statistiken über Beschlagnahmen und Vernichtung geben allein keinen Aufschluss über den Erfolg solcher Maßnahmen, da die Menge gefälschter Zigaretten, die unentdeckt bleibt, unbekannt ist. Einige Tabakkonzerne führen Markterhebungen durch, aber diese vermitteln nur Erkenntnisse über das Ausmaß der Produktion von Fälschungen in einem bestimmten Gebiet oder Markt und können nicht hochgerechnet werden, um den Gesamtkonsum von gefälschten Zigaretten oder den Erfolg von Strategien zur Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie zu bestimmen.

Dennoch kann ein Beispiel für die Ergebnisse angeführt werden, die durch von einem Unternehmen in Zusammenarbeit mit den Regierungen organisierte und initiierte Aktionen erzielt wurden. Einer der Umfrageteilnehmer berichtete, dass die Bemühungen seines Unternehmens, die Produkt- und Markenpiraterie auf einer globalen Basis zu bekämpfen, 2004 und im ersten Quartal 2005 in der Beschlagnahme von über 1,8 Mrd. gefälschter Zigaretten resultierten. Insgesamt wurden Razzien in 428 Druckereien und/oder Produktionsstätten in 23 Ländern durchgeführt. Während desselben Zeitraums veranstaltete dasselbe Unternehmen als Teil eines permanenten Schulungsprogramms zur Rechtsdurchsetzung 93 Kurse in 36 Ländern, an denen mehr als 2 100 mit der Rechtsdurchsetzung betraute Beamte teilgenommen haben.

Diese Gegenmaßnahmen haben jedoch einen Preis, und den Umfrageteilnehmern zufolge sind die Rechtskosten in den Fällen erheblich, in denen die Tabakunternehmen gezwungen sind, zivilrechtliche Schritte gegen die Fälscher zu ergreifen. Den Unternehmen zufolge würde eine streng objektive Beurteilung dieser Gegenmaßnahmen darauf hindeuten, dass ihre Kosten auf kurze Sicht u.U. die Einbußen übersteigen, die sie erleiden würden, wenn sie keine Maßnahmen ergriffen. Dennoch wird die Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie als eine langfristige Investition betrachtet, und die Unternehmen geben an, dass sie ihre Anstrengungen fortsetzen, um die Fälscher zu entdecken und zu verfolgen.

Die Umfrageteilnehmer aus der Wirtschaft verwiesen auch darauf, dass die Rechtsdurchsetzungsbehörden, wenn immer möglich, einbezogen würden, da sie strafrechtliche Schritte gegen die beteiligten Personen einleiten können, die u.U. zu hohen Bußgeldern oder Gefängnisstrafen führen. Diese werden als wesentlich bessere Abschreckung angesehen als Gerichtsentscheidungen und Schadensersatz, die im Rahmen des Privatrechts möglich sind. Dies war auch der Tenor der Aussagen von Umfrageteilnehmern aus anderen Industriezweigen, die im Laufe dieser OECD-Studie befragt wurden.

Einige Hersteller haben mit den Regierungen und Zollbehörden in dem Bestreben, Schmuggel sowie Produkt- und Markenpiraterie zu reduzieren, Grundsatzvereinbarungen geschlossen. Andere Projekte der zwischenstaatlichen und interregionalen Zusammenarbeit (wie die *Crocodile*-Projekte in der ASEAN-Region) zielen besonders auf den Vertrieb und Verkauf illegaler Zigaretten (sowohl originaler als auch gefälschter Zigaretten) ab. Solange diese Initiativen bestehen, dürften sie den Fälschern die Herstellung, den Vertrieb und die Vermarktung ihrer Produkte erschweren.

Tabelle 13.1 **Propensität zur Produktion und zum Konsum gefälschter Tabakwaren**

FÜR DIE HERSTELLER	AUSWIRKUNGEN AUF DIE PRODUKTIONSPROPENSITÄT
Marktmerkmale	
Ertrag je Produktionseinheit	Die potenzielle Gewinnmarge kann auf Grund der hohen Verbrauchsteuern und der sonstigen auf Tabakwaren erhobenen Steuern recht groß sein, insbesondere in den Vereinigten Staaten und der EU.
Marktumfang	Über 1,1 Milliarden Personen rauchen 5,5 Bill. Zigaretten pro Jahr. Es gibt vermutlich kein anderes Produkt, das regelmäßig auf einer solch breiten Basis konsumiert wird. Folglich sind die Absatzmöglichkeiten enorm.
Markenmacht des Originalprodukts	Viele Tabakmarken (insbesondere Zigaretten) sind Gegenstand intensiver Werbe- und Informationskampagnen und sind daher weltweit bekannt.
Herstellung, Vertrieb und technische Aspekte	
Produktionsinvestitionen	Nach Vornahme der Investitionen in die Anlagen für die Zigarettenherstellung und die Verpackung/Kennzeichnung sind die Produktionskosten ziemlich niedrig (rd. 3,00 US-\$ je Stange). Die Fertigungsanlagen sind relativ kompakt, und somit dürften die Investitionen in Produktionsstätten moderat sein.
Technik	Auf Grund der einfachen Natur der Tabakprodukte ist es nicht erforderlich, in hochentwickelte Technik zu investieren.
Logistik	Tabakprodukte sind kleine Artikel, die keiner spezifischen Handhabung bedürfen und mit normalen Transportmitteln befördert werden können. Indessen erfordern der Schmuggel durch den Zoll oder die Umgehung der Verbrauchsteuern besondere Aufmerksamkeit und setzen u.U. die Beteiligung gut organisierter Vereinigungen voraus.
Marketing und Produktabsatz	Markenprodukte sind weithin bekannt und verfügen bereits über einen Absatzmarkt. Zigaretten können in Schachteln oder sogar einzeln verkauft werden, um ihren Anreiz in Niedrigeinkommensmärkten zu erhöhen. Die Nutzung des Internets wird immer wichtiger.
Verschleierung	Selbst wenn eine etwas sperrige Ausrüstung für die Herstellung gefälschter Tabakwaren notwendig ist, dürfte die Verschleierung nicht allzu schwierig sein. Die Beschaffung von Rohstoffen (insbesondere Tabak) und der Transport von Lagerbeständen nach und von den Fertigungsstätten sind wahrscheinlich die am schwersten zu verbergenden Aspekte.
Täuschung	Für den Durchschnittsverbraucher ist es praktisch unmöglich, gefälschte Tabakprodukte zu erkennen, insbesondere wenn dem Käufer der Geschmack des Produkts nicht bekannt ist. Der Grund hierfür ist, dass die Fälscher das Aussehen und die Verpackung des Tabakprodukts sehr leicht kopieren können. In einigen Fällen verlangen die Fälscher u.U. Preise, die nahe am Preis des Originalprodukts liegen.
Institutionelle Merkmale	
Entdeckungsgefahr	Trotz erheblicher Anstrengungen der Zoll- und Steuerbehörden sowie der Unternehmen, geschmuggelte und gefälschte Tabakwaren sicherzustellen, scheint das tatsächliche Risiko in der Praxis vor allem auf Grund des großen Volumens des illegal stattfindenden Handels sowie der eingesetzten ausgeklügelten Methoden zur Vermeidung oder zumindest Minimierung der Entdeckung für die Fälscher akzeptabel zu sein.
Rechtsdurchsetzung	Angesichts der rechtswidrigen Natur des Handels und der Tatsache, dass diese Waren verbrauchsteuerpflichtig sind, ist die Wahrscheinlichkeit der Verfolgung im Falle einer Beschlagnahme sehr hoch.
Strafen	Mit Strafen, einschließlich hoher Bußgelder und Gefängnisstrafen, haben diejenigen zu rechnen, die der Produkt- und Markenpiraterie sowie des Schmuggels für schuldig befunden wurden.
FÜR DIE VERBRAUCHER	AUSWIRKUNGEN AUF DIE KONSUMPROPENSITÄT BEI OFFENEN FÄLSCHUNGEN
Produktmerkmale	
Preis	Der Preis spielt als Faktor möglicherweise eine sehr starke Rolle und könnte die Verbraucher dazu veranlassen, gefälschte Zigaretten zu kaufen, selbst wenn der Verdacht besteht, dass es sich bei den Zigaretten nicht um Originalprodukte handelt. Dies ist u.U. insbesondere in Niedrigeinkommensmärkten der Fall, wo den Verbrauchern das Rauchen von Originalmarken zum vollen Preis normalerweise nicht möglich bleiben würde.

Produktqualität und -merkmale	Das Erscheinungsbild der gefälschten Zigaretten kann dem der Originalprodukte sehr ähnlich sein. Selbst wenn ihr Geschmack unterschiedlich ist, sind viele Verbraucher nicht in der Lage, Vergleiche anzustellen.
Statusverschleierung	Einige Verbraucher kaufen gefälschte Marken u.U. als Statussymbole, und die Verschleierung der Fälschungen könnte in wenig anspruchsvollen Märkten relativ leicht sein. In solchen Fällen dürfte das den Originalprodukten ähnliche äußere Erscheinungsbild der gefälschten Artikel sicherlich einen Konsumfaktor darstellen.
Verbrauchermerkmale	
Gesundheitsrisiken	Potenziell sehr hoch, aber allgemein schreckt dies die Raucher nicht ab. Indessen kann bei bekanntermaßen gefälschten Produkten große Abneigung bestehen, sie zu konsumieren, es sei denn, andere Faktoren (wie Image oder Preis) überwiegen den Aspekt der Gesundheitsrisiken.
Sicherheitsrisiken	Keine offensichtlichen.
Persönliche Wertvorstellungen	Die Angaben deuten darauf hin, dass der Konsum gefälschter Zigaretten nicht als schweres Verbrechen betrachtet wird.
Institutionelle Merkmale	
Entdeckungsgefahr	Sehr klein, da die Erkennung gefälschter Zigaretten auf Verbraucherebene ineffektiv ist und sich die Unternehmen und Regierungen Berichten zufolge auf die Hersteller oder die Vertriebs-/Lieferketten konzentrieren. Ermittlungen auf Verbraucherebene werden in der Regel weder von den Unternehmen noch von den Regierungen durchgeführt.
Verfolgungsgefahr	Geringe Verfolgungsgefahr, da die Zahl der Personen sehr hoch ist, diese schwierig zu finden sind und die betroffenen Mengen wahrscheinlich klein sind. Insgesamt dürfte die Verfolgung von Verbrauchern ziemlich unwirksam sein, um der Produkt- und Markenpiraterie in diesem Sektor zu begegnen.
Strafen	Wenn sie überhaupt existieren, dürften sich die Strafen auf niedrige Bußgelder beschränken, da die Verbraucher Zigaretten in kleinen Mengen kaufen, die keine großen Strafen rechtfertigen. Darüber hinaus könnten die Verbraucher auch angeben, die Fälschungen nicht wissentlich gekauft zu haben, insbesondere wenn diese in normalen Geschäften verkauft wurden.
Verfügbarkeit und Leichtigkeit des Erwerbs	Frei verfügbar und in vielen Märkten einfach zu erwerben. Schwierigkeiten beim Schmuggel in einigen Staaten stellen möglicherweise einen Unsicherheitsfaktor für die Verfügbarkeit dar. Das Internet hat als Verkaufsmedium wachsende Bedeutung.

Literaturverzeichnis

- Brazil-US Business Council (2003), "Counterfeiting and Piracy in Brazil: The Economy Impact", Brazil-US Business Council, Washington D.C.
- Chow, D., The Ohio State University College of Law (2003), "Organized crime, local protectionism, and the trade in counterfeit goods in China", China Economic Review 14, Elsevier Inc., Columbus, Ohio.
- Europäische Union, Steuern und Zollunion (2005), "Gemeinschaftsweite Statistiken für 2004 sowie wesentliche Veränderungen zwischen 2003 und 2004", http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/customs_controls/counterfeit_piracy/statistics/index_de.htm.
- Europäische Union, Steuern und Zollunion (2001), "Community-wide statistics for 2000", http://ec.europa.eu.taxation_customs/resources/documents/statistics_en_2000.pdf.
- Federation of Tax Administrators (2006), "State Excise Tax Rates on Cigarettes as of January 1, 2006", www.taxadmin.org/FTA/rate/cigarette.html.
- GAO (United States General Accounting Office) (2004), "Cigarette Smuggling – Federal Law Enforcement Efforts and Seizures Increasing", US General Accounting Office, Washington D.C., USA.

- HM Treasury (2006), “New Responses to New Challenges: Reinforcing the Tackling Tobacco Smuggling Strategy”, www.hm-treasury.gov.uk.
- International Tax & Investment Center (2003), “Cigarette Taxation: Issues for EU Accession Countries, International Tax and Investment Center”, Sonderbericht, London.
- National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion (2006), “Tobacco Taxation - Fact Sheet”, London, www.cdc.gov/tobacco/sgr/sgr_2000/factsheets/factsheets_taxation.htm.
- Phillip Morris International (2004), “The Illicit Trade in Cigarettes: The Phillip Morris International Perspective”, Lausanne.
- Stephens W., A. Calder und J. Newton (2005), “Source and Health Implications of High Toxic Metal Concentrations in Illicit Tobacco Products”, *Environmental Science & Technology*, Vol. 39, No. 2 2005, Fife, Schottland.
- The Organised Crime Task Force (2006), “Illicit Tobacco – Statistics”, www.octf.gov.uk/index.cfm/section/article/page/IllicitTobacco.
- Voralberg Online (2006), „Illegale Zigarettenfabrik entdeckt“, <http://www.vol.at/engine.aspx/page/vol-article-detail-page/cn/vol-news-chorn-20060607-111050/dc/tp%3Avol%3Aoesterreich/ag/tp-apa>.
- UK House of Commons (2002), “Tobacco Smuggling, Third Report of the Committee of Public Accounts”, www.publications.parliament.uk.
- US Customs and Border Protection und US Immigration and Customs Enforcement, Department of Homeland Security (2006), “Top IPR Commodities Seized”, www.cbp.gov/linkhandler/cgov/import/commercial_enforcement/ipr/seizure/fy05_midyear_stats.ctt/fy05_ipr_midyear.pdf.
- VicHealth Centre for Tobacco Control, “Tobacco taxes and prices”, www.vctc.org.au/tc-res/latest.htm.
- Weltbank (2001), “Economics of Tobacco for the East Asian and Pacific (EAP) Region”.
- Weltgesundheitsorganisation (2002), “The Tobacco Atlas”, Genf, Schweiz.

OECD PUBLICATIONS, 2, rue André-Pascal, 75775 PARIS CEDEX 16
PRINTED IN FRANCE
(92 2008 04 5 P) ISBN 978-92-64-04895-9 – 56218 2008

Die wirtschaftlichen Folgen von Produkt- und Markenpiraterie

Besorgnis in Regierungs- und Unternehmenskreisen veranlasste die OECD, 2005 ein Projekt zur Untersuchung von Ausmaß und Folgen der Produkt- und Markenpiraterie zu starten. Ziel des Projekts war es, mehr konkrete Erkenntnisse zu gewinnen und das Bewusstsein dafür zu schärfen, wie groß dieses Problem ist und welche Auswirkungen Verletzungen geistiger Eigentumsrechte auf Staat, Unternehmen und Verbraucher in OECD-Ländern wie auch Nicht-OECD-Volkswirtschaften haben.

Im Rahmen dieser Studie wird eine rigorose Methodik entwickelt und angewendet, um die Inzidenz gefälschter und unerlaubt kopierter Produkte im Welthandel zu schätzen. Diese Methodik kann künftig dazu genutzt werden, die Untersuchung anhand qualitativ und quantitativ besserer Daten zu vertiefen. Die Studie liefert zudem eine Analyse des Markts für gefälschte und unerlaubt kopierte Produkte sowie der Effekte auf verschiedene hiervon betroffene Parteien, angefangen von den Inhabern geistiger Eigentumsrechte bis hin zu Verbrauchern und Staat. Ferner enthält sie eine Reihe detaillierter Momentaufnahmen unterschiedlicher Wirtschaftsbereiche, die aufzeigen, in welcher Art und Weise diese Sektoren von der Produkt- und Markenpiraterie betroffen sind und wie sie hierauf reagieren.

Der vollständige Text dieser Veröffentlichung ist verfügbar unter:

www.sourceoecd.org/industrietrade/9789264048959

Kunden mit Online-Zugang zu allen OECD-Büchern sollten folgenden Link benutzen:

www.sourceoecd.org/9789264048959

SourceOECD ist die OECD-Online-Bibliothek für Bücher, periodisch erscheinende Publikationen und statistische Datenbanken. Wegen weiterer Informationen bezüglich dieses prämierten Service und eines kostenlosen Probezugangs wenden Sie sich bitte an Ihre Informations- und Dokumentationsstelle oder schreiben Sie uns an **SourceOECD@oecd.org**.