

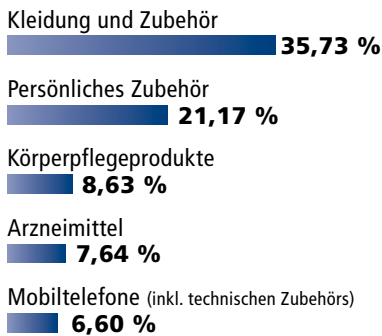
## Piraterie: Aktuelle Zahlen & Fakten

### Zollstatistik 2009

Der weltweite Handel mit Fälschungen boomt nach wie vor. Im vergangenen Jahr beschlagnahmte allein der deutsche Zoll gefälschte Produkte im Wert von 364 Millionen Euro. Am meisten betroffen war die Warengruppe „Kleidung und Zubehör“, gefolgt von „Persönlichem Zubehör“ – darunter fallen z.B. Sonnenbrillen, Taschen, Uhren und Schmuck. Betrachtet man die Herkunftsländer, so fällt auf, dass die meisten Fälschungen aus Asien stammen. Mit 28,76 Prozent der Aufgriffe liegt China an der Spitze. Die Plätze zwei und drei belegen Thailand (19,57 %) und Hongkong (15,67 %).

### Top 5: Prozentuale Aufteilung der Anzahl der Aufgriffe nach Warenkategorien

Warenkategorie / Anzahl der Aufgriffe in %



Quelle: zoll.de

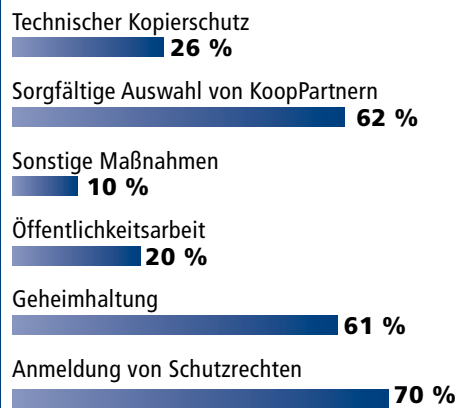
### Schäden durch Produktpiraterie im Maschinen- und Anlagenbau

Im Maschinen- und Anlagenbau sind knapp zwei Drittel der Unternehmen von Produkt- oder Markenpiraterie betroffen. Dies ergab eine aktuelle Umfrage des Verbands Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e. V. (VDMA). Der dadurch entstandene Schaden für den deutschen Maschinen- und Anlagenbau beträgt jährlich 6,4 Milliarden Euro. Am häufigsten kopiert werden Komponenten (58 %) und ganze Maschinen (45 %), gefolgt von Ersatzteilen (36 %). Fast alle Unternehmen treffen verschiedene Maßnahmen, um sich vor Produktpiraterie zu schützen.

So setzen beispielsweise 70 Prozent auf die Anmeldung gewerblicher Schutzrechte und jedes vierte Unternehmen setzt einen technischen Kopierschutz ein. Dabei ist die am häufigsten eingesetzte Methode die Produktkennzeichnung. Einen starken Anstieg konnten in diesem Jahr Investitionen in Produktüberwachung und -verfolgung verzeichnen.

### Präventivmaßnahmen, die Unternehmen ergreifen

Umfrageergebnisse aus 2010



Quelle: vdma.org

### Mehrheit der Deutschen für die Verfolgung von Raubkopierern

Wie eine aktuelle Studie des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) ergab, halten 66 Prozent der Deutschen illegales Kopieren von Filmen, Musik oder Software nicht für ein Kavaliersdelikt. Zudem sind 63 Prozent der Meinung, dass Raubkopierer strafrechtlich verfolgt werden sollten. Erschreckend ist hingegen, dass jeder vierte Deutsche Raubkopien akzeptabel findet. Insgesamt zeigt die Studie laut des BITKOM-Präsidiumsmitglieds Volker Smid, dass ein Großteil der Bevölkerung über ein ausgeprägtes Bewusstsein für geistiges Eigentum verfügt, es jedoch keinen wirklichen gesellschaftlichen Konsens zum Schutz von Urheberrechten gibt.

Quelle: bitkom.org

### In dieser Ausgabe

- Auskunftsansprüche gegenüber Sharehostern
- Staaten mit großen Piraterieproblemen
- Der Boom von Social Media
- BrandSecure® News im Gespräch mit einem eCommerce-Experten über die Bedeutung von Social Media für CE-Hersteller
- Das „Schwarze Schaf des Jahres 2010“

### Deutsche Wirtschaft für bessere Schutzmaßnahmen

Anlässlich des diesjährigen Welttag des geistigen Eigentums am 26. April überreichten der Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK), der Markenverband und der Verband Aktionskreis gegen Produkt- und Markenpiraterie (APM) der Bundesjustizministerin Sabine Leutheuser-Schnarrenberger einen Sieben-Punkte-Katalog mit konkreten Vorschlägen für bessere Maßnahmen gegen Marken- und Produktpiraterie. Dieser beinhaltet folgende Forderungen:

1. Mehr Bewusstsein für den Wert des geistigen Eigentums schaffen
2. Europäisches Patentsystem optimieren
3. Durch starken Schutz Innovationen fördern
4. Für international gleiche Standards sorgen
5. Rechtsdurchsetzung verbessern
6. Strafrechtlichen Schutz vor Markenpiraterie verbessern
7. Mittelstand unterstützen

Zudem plädieren die Verbände für die Einrichtung eines „Aktionsbündnisses aus Wirtschaft und Politik“, mit dessen Hilfe die verschiedenen Initiativen von privater und staatlicher Seite besser verknüpft werden sollen. Ziel dieses Bündnisses sei, das Bewusstsein in der Gesellschaft für Marken- und Produktpiraterie zu schärfen.

Quelle: markenpiraterie-apm.de

# Auskunftsansprüche gegenüber Sharehostern

Marken- und Urheberrechtsverletzungen im Internet steigen dramatisch an. Das macht eine konsequente Bekämpfung der Piraterie zunehmend wichtiger. Eine Erleichterung im Kampf gegen Online-Piraterie soll die EU-Enforcement-Richtlinie bringen, die bereits in das deutsche Recht umgesetzt wurde. Sie ermöglicht es, dass Internet Service Provider bei Urheberrechtsverstößen ihrer Kunden die Anschriften zu den genutzten IP-Adressen herausgeben müssen.

Um Unternehmen der Kreativwirtschaft neue Chancen im Kampf gegen Online-Piraterie aufzuzeigen, führten OpSec

und Web-Guard, Verein zur Förderung der Rechte im Internet e.V., im März gemeinsam eine Informationsveranstaltung durch. Im Vordergrund stand dabei das juristische Gutachten „Auskunfts-, Vorlage- und Besichtigungsansprüche“, das Jörg Weinrich, geschäftsführender Vorstand des IVD – Interessenverband des Video- und Medienfachhandels e.V. und Geschäftsführer von Web-Guard, sowie die Rechtsanwälte Dr. Marc Liesching und Jörg Knupfer der Kanzlei techno. lex erstellt und vorgestellt haben. Es untersucht, welche weiteren Ansätze der Auskunftserteilung die neue Rechtslage eröffnet. Das wichtigste Ergebnis für die

Rechteinhaber ist, dass auch Sharehoster dazu verpflichtet sind, bei Urheberrechtsverletzungen Auskünfte über den jeweiligen Rechtsverletzer zu erteilen. Aber auch andere Plattform- und Social Network-Betreiber, Usenet-Service-Betreiber, Anbieter von E-Mail-Diensten sowie Betreiber von Affiliate-Netzwerken sind von der Auskunftspflicht betroffen. Während sich einige Sharehoster und andere Dienstanbieter noch sehr unkooperativ verhalten, konnten mit Hilfe dieses Auskunftsanspruches aber auch schon einige Erfolge erzielt werden.

*Quelle: OpSec Security*

## Staaten mit großen Piraterieproblemen

Alljährlich rügen die US-Handelsbörsen Länder, die Urheberrechte nicht ausreichend schützen oder die entsprechenden Gesetze nicht zufrieden stellend umsetzen. Zu den Staaten, die am wenigsten gegen Urheberrechtsverletzungen unternehmen, gehören in diesem Jahr Algerien, Argentinien, Kanada, Chile, China, Indien, Indonesien, Pakistan, Russland, Thailand und Venezuela. Aber auch einige EU-Länder, wie zum Beispiel Griechenland, Italien und Spanien, befinden sich auf der Beobachtungsliste, die in der aktuellen Ausgabe des „Special 301“-Berichts veröffentlicht wurde.

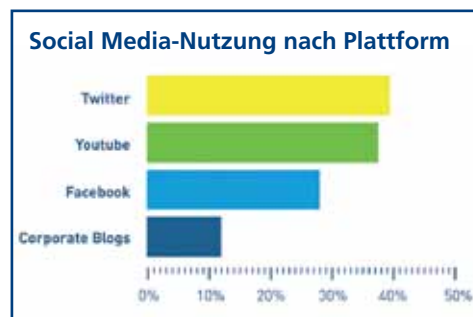
Gelobt wurden hingegen unter anderem Polen, Ungarn und die Tschechische Republik, da die Behörden dieser Staaten im vergangenen Jahr konsequent gegen Marken- und Produktpiraterie vorgehen. Dank ihres fortschrittlichen Verhaltens wurden die drei Länder von der Beobachtungsliste entfernt.



*Quelle: mediabiz.de*

## Der Boom von Social Media

Social Media Plattformen wie Facebook, MySpace, YouTube oder Twitter erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Laut einer aktuellen Umfrage des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) sind bereits 30 Millionen Deutsche ab 14 Jahren Mitglied in mindestens einer Online-Community. Für 78 Prozent der Nutzer ist der wichtigste Grund für ihre Mitgliedschaft die Kontaktpflege mit Freunden und Bekannten.



*Grafiken: konstruktiv.de*

Aber auch immer mehr Unternehmen nutzen soziale Netzwerke, um ihre Zielgruppen zu erreichen. So ergab eine Studie der Universität Oldenburg in Zusammenarbeit mit der Agentur konstruktiv, dass 60 Prozent der 100 größten Marken in Deutschland bereits aktiv Social Media nutzen. Der beliebteste Social Media Dienst ist Twitter – 39 Prozent der Marken zwitschern im Netz. Es folgen YouTube mit 37 Prozent, Facebook mit 28 Prozent und Corporate Blogs mit 12 Prozent. Führend

bei der Kommunikation über soziale Netzwerke sind Telekommunikationsfirmen (92 Prozent) und Unterhaltungselektronikhersteller (80 Prozent). Am wenigsten genutzt werden die Dienste hingegen von Finanzdienstleistern und Unternehmen der Chemieindustrie. Doch obwohl mehr als die Hälfte der größten Marken Social Media-Portale bedienen, verfügen lediglich fünf Prozent über eine umfassende Social Media-Strategie, die die Nutzung mehrerer Netzwerke beinhaltet.

### Nutzung von Social Media-Diensten nach Branchen

Branche	rel. Anteil aktiver Unternehmen
Telekommunikation	92%
Elektroindustrie/Unterhaltungselektronik	80%
Print-, Medien-, Film- und Musikindustrie	75%
Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen	67%
Herstellung von sonstigen elektrischen Geräten	67%
Versicherung	67%
Einzelhandel	50%
Herstellung von Nahrungs- und Genussmitteln	43%
Kreditinstitute	40%
Herstellung von chemischen Erzeugnissen	18%

*Quellen: bitkom.org, konstruktiv.de*



# BrandSecure® News im Gespräch mit einem eCommerce-Experten über die Bedeutung von Social Media für CE-Hersteller

## Welche Entwicklung im Bereich Social Media beobachten Sie in der Unterhaltungselektronik?

**K. Piesendel:** Dass Themen aus dem Bereich Unterhaltungselektronik online viel diskutiert werden, ist hinlänglich bekannt. Nichts desto trotz erleben wir gerade in letzter Zeit eine rasante Entwicklung in diesem Bereich. Während Verbraucher in der Vergangenheit hauptsächlich Portale wie z.B. hififorum.de nutzten, um sich über Hersteller, Produkte und technische Details auszutauschen, hält das Thema Unterhaltungselektronik nach und nach auch Einzug auf anderen Portalen. Gerade auf Facebook zeichnet sich eine enorme Entwicklung ab. Hier bilden sich immer mehr Interessengemeinschaften bzw. Gruppen zu bestimmten Marken oder zu speziellen technischen Themen. Ob ein Laie, der sich zum Beispiel „nur“ für einen neuen Fernseher interessiert, oder ein professioneller Nutzer, der über ein großes technisches Fachwissen verfügt – in sozialen Netzwerken finden alle Verbraucher die für sie passenden Inhalte und Möglichkeiten, um ihr Wissen oder ihre Fragen in Diskussionen einzubringen.

## Wie bewerten Sie die Bedeutung der Informationen, die über soziale Netzwerke ausgetauscht werden?

**K. Piesendel:** Die Informationen, die Nutzer untereinander austauschen, beinhalten wertvolles Feedback direkt vom Endkonsumenten, das ganz ohne Vorbehalte gegeben wird. Es ist natürlich nicht immer objektiv, jedoch ist der Wert dieser Informationen nicht zu unterschätzen und der jeweilige Hersteller selbst hat auf diesem Wege die Möglichkeit, seine Kunden direkt und schnell zu erreichen und mit ihnen zu kommunizieren.

## Wie können Unternehmen Social Media für ihre Zwecke optimal nutzen?

**K. Piesendel:** Die Informationen, die Markenhersteller über soziale Netzwerke erhalten, liefern wichtige Aufschlüsse über die Meinungen und Erwartungen von Verbrauchern. Sie lassen sich in vielen Unternehmensbereichen sinnvoll nutzen und helfen, gezielter auf die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden eingehen zu können, wie zum Beispiel in der Produktentwicklung. So hat beispielsweise in der Vergangenheit ein namhafter Kamerahersteller aufgrund eines äußerst negativen Feedbacks aus der Online-Community die Produktion eines Batteriefaches umgestellt. Auch im Bereich Marketing lassen sich diese Informationen sinnvoll einsetzen, um speziell geartete Kampagnen durchzuführen, beispielsweise bei der Einführung einer neuer Produktlinie.

## Welche Rolle wird Unterhaltungselektronik künftig bei der Nutzung sozialer Netzwerke spielen?

**K. Piesendel:** Heutzutage verfügen viele technische Geräte über Funktionen, die einer breiten Zielgruppe die Nutzung sozialer Netzwerke erleichtern. So ist zum Beispiel nichts einfacher als mit bestimmten Applikationen ein Foto

direkt vom Mobiltelefon hoch zu laden und mit seiner Community zu teilen. Das Thema Vernetzung bzw. Heimnetzwerk kommt diesem Trend zusätzlich entgegen und ist bei vielen Herstellern einer der wichtigsten Bereiche für 2010. Ich persönlich bin sehr gespannt auf die weitere Entwicklung und glaube, dass die Online-Community in diesem Bereich auch in den nächsten Jahren rasant wachsen wird.



Interview mit Kai Piesendel, Account Manager eCommerce bei einem namhaften CE Unternehmen

## Das Markeninteresse der Facebook-Nutzer – Ergebnisse einer aktuellen Trend-Studie

- Jeder dritte Nutzer hat über Facebook bereits neue Marken kennen gelernt.
- 28 Prozent der User geben an, dass der Kontakt zu Marken auf Facebook das Markenimage verbessert hat.
- Persönlich in Kontakt gekommen mit einem Unternehmen, einer Marke oder einem Produkt sind Facebook-User:
  - durch das Anschauen eines Profils / einer Fanseite (32,4 Prozent)
  - durch das Anklicken einer Werbeanzeige (28,8 Prozent)
  - indem sie „Fan“ geworden sind (26,8 Prozent)
  - durch das Anschauen eines Videos, in dem eine Marke beworben wurde (23,1 Prozent)
  - indem sie einer Gruppe beigetreten sind (21,0 Prozent)

Quelle: INNOFACT Trend-Studie „zwei.null trends – facebook und Markenkommunikation“ (innofact.de)



# Echt Scha(r)f!

Das Schwarze Schaf des Jahres 2010

Anlässlich des Weltverbrauchertags, der jährlich am 15. März stattfindet, gab OpSec den Gewinner der Wahl zum „Schwarzen Schaf des Jahres 2010“ bekannt. In diesem Jahr fiel die Entscheidung der fünfköpfigen Fachjury auf die Kreditvermittlung Danaro Invest GmbH (danaro-invest.de), die somit den Negativ-Preis für die dreisteste Rechtsverletzung im Internet erhält.

„Der Fall von Danaro Invest ist aus unserer Sicht besonders dreist, weil hier Internetnutzer mit seriösen, ernstesten Kreditanfragen wettbewerbswidrig und unter Vortäuschung falscher Tatsachen zu Abschlüssen von anderweitigen Verträgen genötigt werden“, sagt Jurymitglied Prof. Rido Busse.

### Die Masche von danaro-invest.de:

Die Firma Danaro Invest GmbH wirbt auf ihrer Internetseite danaro-invest.de für die Vermittlung von Krediten, wie z.B. Sofort- und Sonderkrediten. Der Auftritt wirkt zwar insgesamt seriös; wie jedoch Verbraucher OpSec mitteilten und auch verschiedenen Erfahrungsberichten im Internet zu entnehmen ist, scheint sich die Firma allerdings äußerst unseriös zu verhalten. So erhielten betroffene Verbraucher nach der Eingabe ihrer Daten statt eines Kredits, der ihnen versprochen wurde, per Post Anträge auf Grundwerte einer Wohnungsbau-gesellschaft oder Versicherungsanträge.

Häufig wird Kunden dabei vorgegaukelt, dass der Abschluss eines bestimmten Vertrags eine Sicherheit darstellt, die die Chancen auf eine Kreditgewährung erhöht. Wie jedoch in Gerichtsurteilen bereits festgestellt wurde, ist ein solches Verhalten wettbewerbswidrig und somit unzulässig. Dreist ist zudem, dass die Firma Kunden, laut Verbrauchermeldungen, eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von knapp 50 Euro in Rechnung stellt, obwohl überhaupt keine Kreditvermittlung stattgefunden hat. Verschiedene Verbraucherzentralen warnen bereits vor Danaro Invest und anderen unseriösen Kreditvermittlern.

#### Die Jury:

##### **Prof. Rido Busse**

*Vorstandsvorsitzender Aktion Plagiarius e. V. und Gesellschafter von BUSSE Design+Engineering GmbH*

##### **Uwe Brossette**

*Rechtsanwalt/Partner Osborne Clarke*

##### **Sabina Wolf**

*freie Wirtschaftsjournalistin, u.a. für ARD Plusminus tätig*

##### **Christian Reiter**

*Marketingleiter TÜV SÜD Product Service GmbH*

##### **Hans Hammer**

*mittelständischer Unternehmer und u.a. Mitglied des Präsidiums des Wirtschaftsbeirats der Union*

Quelle: OpSec Security

## Events

### Car + Sound 2010

Am 13. Mai öffnet die Branchen-Leitmesse Car + Sound in Friedrichshafen erstmals zeitgleich mit der Tuning World Bodensee, Europas größter Tuningmesse, ihre Pforten. Bis zum 16. Mai können sich Besucher über Neuheiten aus den Bereichen InCar-Elektronik, mobiles Info- und Entertainment sowie Car-Hifi informieren. Ein Messe-Highlight ist der „European Springbreak 2010“, bei dem die lautesten Fahrzeuge aus ganz Europa nach Friedrichshafen kommen, um Punkte für die Weltmeisterschaft zu sammeln.



Weitere Informationen finden Sie unter [www.carandsound.com](http://www.carandsound.com).

### 132. Jahrestreffen der INTA

Vom 22. bis 26. Mai findet das große Jahrestreffen der International Trade-mark Association (INTA) in Boston, USA, statt. Auch in diesem Jahr erwarten die internationalen Besucher wieder interessante Fortbildungen, Komiteetreffen und Ausstellungen. Das Hauptziel der im Jahr 1878 gegründeten INTA ist der Kampf gegen Produktpiraterie. OpSec wird als Aussteller vor Ort sein.



Weitere Informationen und die Möglichkeit zur Online-Anmeldung bietet die Website [www.inta.org](http://www.inta.org).

### Impressum

OpSec Security GmbH  
Inselkammerstraße 1  
82008 Unterhaching/  
München  
Tel: +49 (0)89 79078 300  
Fax: +49 (0)89 79078 333  
[info@opsecsecurity.de](mailto:info@opsecsecurity.de)

### Redaktion & Layout

Mechthild Imkamp  
Marketing Manager EMEA  
E-Mail: [m.imkamp@opsecsecurity.de](mailto:m.imkamp@opsecsecurity.de)  
ISSN 1869-0203 (Printausgabe)



©2010 OpSec Security GmbH

