

## Gefälschte und minderwertige Körperpflege- und Kosmetikprodukte im Internet

Während es sich in der Vergangenheit bei gefälschten Körperpflege- und Kosmetikprodukten hauptsächlich um hochpreisige Luxusartikel handelte, haben sich die Fälschungen mittlerweile auch auf Produkte des täglichen Gebrauchs, wie zum Beispiel Shampoo oder Mascara, ausgeweitet.

Wie eine aktuelle Studie von OpSec zeigt, werden auf beliebten Online-Handelsseiten zahlreiche Körperpflege- und Kosmetikprodukte angeboten, die möglicherweise gefälscht, minderwertig oder abgelaufen sind oder aber giftige Substanzen enthalten. Diese schaden nicht nur dem Image der jeweiligen Marke, sondern sie stellen auch ein Gesundheitsrisiko für den Verbraucher dar. Im Rahmen seiner Studie untersuchte OpSec an einem Tag sowohl B2B- als auch B2C-Portale nach Körperpflege- und Kosmetikproduktangeboten folgender Kategorien: Mascara, Nagellack, Shampoo, Rasierer, Herrenparfum und Damenparfum. Dabei konnte OpSec folgende verdachtsbegründete Indikatoren identifizieren, die für unseriöse Händler typisch sind:

**Liefermöglichkeit großer Mengen innerhalb kurzer Fristen:** OpSec ermittelte im Untersuchungszeitraum insgesamt 275.000 Körperpflege- und Kosmetikangebote auf B2B-Portalen mit einer durchschnittlich angebotenen Stückzahl von 250.000 pro Monat je Eintrag. Damen- und Herrenparfums waren mit 175.000 entdeckten Einträgen auf führenden B2B-Portalen besonders beliebt. In einem speziellen Fall bot ein Anbieter die monatliche Lieferung von 10 Millionen Flaschen eines beliebten Markenshampoos an. Auf B2C-Portalen wurden mehr als 46.500 Einträge für Körperpflege- und Kosmetikprodukte mit einer Gesamtstückzahl von 4,85 Millionen ermittelt. Mascara, Nagel-

lack und Shampoo waren jeweils in einer Stückzahl von über einer Million erhältlich.

**Preise liegen deutlich unter den üblichen Einzelhandelspreisen:** Beim Online-Kauf sind Verbraucher deutlich preisbewusster geworden. Entsprechend hoch ist auf B2C-Portalen die Nachfrage nach Körperpflege- und Kosmetikprodukten zu Discountpreisen. Dieser Trend kommt Produktfälschern sehr entgegen, da er sowohl die Herstellung von Billigprodukten fördert als auch die Auswahl an Fälschungen erhöht. So werden auf B2C-Auktionsportalen Körperpflege- und Kosmetikprodukte zwischen 30 und 40 Prozent unterhalb des Einzelhandelspreises verkauft. Auf B2B-Portalen werden die Produkte als Mengenware angeboten, oft zu günstigeren Preisen als im regulären Großhandel.

**Ware befindet sich im Asien-Pazifik-Raum, wird jedoch weltweit geliefert:** Die kostenbedingte Verlegung von Produktionsstätten in Länder wie China setzt Unternehmen aufgrund der damit verbundenen eingeschränkten Kontrolle ihrer Lieferketten einem erhöhten Risiko aus, ins Visier von Produktfälschern zu geraten. Rechtswidrig hergestellte Waren unterliegen nicht der üblichen Qualitätssicherung und können zur Einsparung von Kosten mit gefährlichen Substanzen versetzt sein. Die Studie von OpSec ergab, dass 75 Prozent der Einträge auf B2B-Portalen von Anbietern aus China stammen, das bekanntermaßen eines der Hauptherkunftsländer gefälschter Körperpflege- und Kosmetikprodukte ist.

**Fragwürdige Verpackungsfotos und/oder Verpackungsbeschreibungen:** Einige der von OpSec untersuchten Anbieter gaben an, dass sie die Möglichkeit

### In dieser Ausgabe

- EU: Zollbeschlagnahmen im Jahr 2010 fast verdoppelt
- Der typische Software-Raubkopierer: männlich, zwischen 18 und 34 Jahre
- Warnhinweise würden Raubkopierer abschrecken
- Interview mit Rechtsanwältin Christiane Krüger
- Das Schwarze Schaf September 2011

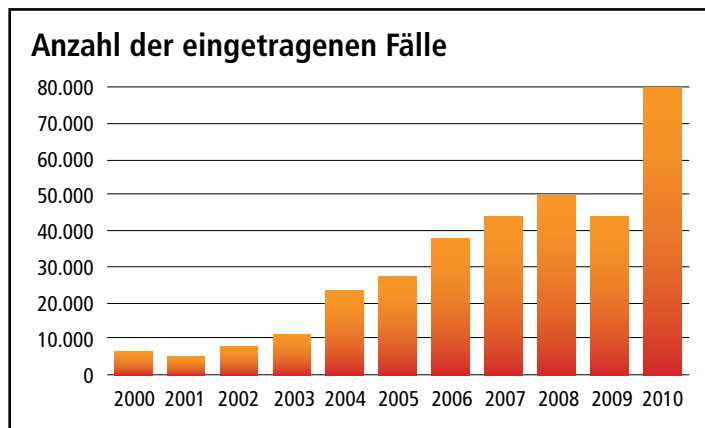
hätten, bekannte Erstausrüster-Produkte (original equipment manufacturer [OEM] products) herzustellen. Die Abbildungen zeigten bekannte Markenprodukte. Genauere Untersuchungen ergaben jedoch, dass die Verkäufer nicht nur die kundenindividuelle Herstellung von Verpackungen, sondern auch die Erstellung von Produkten nach individuellen Kundenwünschen anboten. Der Käufer kann also Markenprodukte seiner Wahl in äußerst großen Mengen bestellen.

**Negative Kundenkommentare auf B2C-Portalen:** Einige der von OpSec untersuchten Top-Verkäufer behielten trotz negativer Kommentare von Käufern auf Auktionsseiten eine insgesamt hohe Feedbackrate bei. So war einer der Anbieter beispielsweise hinsichtlich der gelieferten Warenqualität zu 99% positiv bewertet, hatte aber gleichzeitig 130 negative Kundenkommentare erhalten. Viele Kommentare bezogen sich auf gekaufte Waren, die aufgrund minderwertiger Qualität oder nach Begutachtung durch einen autorisierten Händler für Fälschungen gehalten wurden.

Quelle: OpSec Security

## EU: Zollbeschlagnahmen im Jahr 2010 fast verdoppelt

Die aktuelle Statistik der Europäischen Kommission über die Zollbeschlagnahmen an den Außengrenzen der EU, die jährlich veröffentlicht wird, zeigt, dass sich die vom Zoll verbuchten Fälle im Jahr 2010 im Vergleich zu 2009 nahezu verdoppelt haben. In rund 80.000 Fällen wurden im vergangenen Jahr mehr als 103 Millionen Produkte an den EU-Außengrenzen sichergestellt. Vor allem der Online-Verkauf habe eine auffällige Erhöhung der Sicherstellungen im Postverkehr verursacht. Dabei waren 60 Prozent der beschlagnahmten Waren Arzneimittel. Nach wie vor ist China das Land, aus dem die meisten Nachahms- und Piraterieprodukte stammen.



Insgesamt machen Produkte aus China 85 Prozent der Ware aus, die im Verdacht der Verletzung von geistigem Eigentum stehen.

Quelle:

<http://ec.europa.eu>

## Der typische Software-Pirat: männlich, zwischen 18 und 34

In einer groß angelegten Studie hat die Business Software Alliance (BSA) insgesamt 15.000 PC-Anwender in 32 Ländern zu ihrer Einstellung hinsichtlich der Verwendung illegal erworbener Software befragt. Die Ergebnisse sind ebenso alarmierend wie aufschlussreich: Einmal mehr hat sich gezeigt, dass über alle Länder- und Kulturgrenzen hinweg eine weit ausgeprägte Bereitschaft besteht, lizenzpflichtige Software unrechtmäßig zu erwerben und zu gebrauchen.

So gab im internationalen Durchschnitt fast jeder zweite befragte User an, ausschließlich oder mehrheitlich raubkopierte Programme zu verwenden. Dabei ist der typische Raubkopierer im statistischen Mittel männlich, zwischen 18 und 34 Jahre alt, in einem Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern beschäftigt und arbeitet beruflich mit dem Computer. Überraschenderweise achtet

er eigentlich das Prinzip des geistigen Eigentums und es ist ihm wichtig, dass Kreative für ihre Leistungen bezahlt werden.

Mit 86 Prozent ist der Anteil der Software-Piraten in China am höchsten. Ebenfalls äußerst hoch ist der Anteil derer, die angaben, immer oder meistens Software-Raubkopien zu verwenden, in Nigeria (81 Prozent) und Vietnam (76 Prozent). Im Vergleich zu diesen Ländern scheint die Situation in Deutschland mit einem Anteil von 20 Prozent an Raubkopierern deutlich besser zu sein, einen Grund zur Freude sieht Georg Herrnleben, Senior Director bei der BSA, jedoch nicht. Für ein Land, in dem Innovation und technischer Fortschritt wichtige Wirtschaftsfaktoren darstellen, seien auch 20 Prozent „inakzeptabel viel“.

Quelle: [www.bsa.org](http://www.bsa.org)

## Warnhinweise würden Raubkopierer abschrecken

Fast jeder fünfte in Deutschland, der im Jahr 2010 Medieninhalte aus dem Internet heruntergeladen oder online genutzt hat, hat auch illegalen Content downgeloadet. Dies ergab die neue Studie zur Digitalen Content-Nutzung (DCN-Studie) vom Bundesverband Musikindustrie (BVMI), dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels und der Gesellschaft zur Verfolgung von Urheberrechtsverletzungen (GVU), die kürzlich veröffentlicht wurde. Dabei sind sich 80 Prozent der Bevölkerung darüber bewusst, dass das Herunterladen oder Anbieten von urheberrechtlich geschützten Medieninhalten rechtliche Schritte zur Folge haben kann.

Neben Musik und Filmen werden auch immer mehr Hörbücher und E-Books illegal heruntergeladen oder online genutzt. So haben die 3,7 Millionen User, die Medieninhalte illegal heruntergeladen, im vergangenen Jahr sechs Millionen Hörbücher und 14 Millionen E-Books unrechtmäßig downgeloadet. Ein zentrales Ergebnis der Studie ist, dass 81 Prozent der aktiven User von Filesharing-Diensten glauben, dass das Versenden von Warnhinweisen dazu führen würde, dass das Raubkopieren und illegale Verbreiten urheberrechtlich geschützter Werke eingestellt würde.

Quellen:

[www.musikindustrie.de](http://www.musikindustrie.de),

[www.boersenverein.de](http://www.boersenverein.de),

[www.gvu.de](http://www.gvu.de)



# Vom kopierten Produkt zur Nachahmung ganzer Geschäftskonzepte

Heutzutage ist fast jede Branche von Marken- und Produktpiraterie betroffen. Dabei werden Plagiatoren zunehmend dreister. Wurden bislang hauptsächlich einzelne Produkte kopiert, sehen sich Markenhersteller mittlerweile auch mit der Nachahmung ganzer Geschäfte und Marketingkonzepte konfrontiert. So sorgten kürzlich falsche Apple Stores sowie ein komplett nachgebautes IKEA Möbelhaus in China für Schlagzeilen. Doch welche Möglichkeiten haben Unternehmen, sich vor Rechtsverletzungen dieser Art zu schützen und wie können sie rechtlich gegen derartige Verletzungen geistigen Eigentums vorgehen? Antworten auf diese Fragen gibt Rechtsanwältin Christiane Krüger.

**Wie können sich Unternehmen vor Rechtsverletzungen dieser Art schützen?**

**Christiane Krüger:** Geschäftsideen oder (Marketing-)Konzepte können weder von vornherein Schutz für sich beanspruchen noch lassen sie sich lückenlos über gewerbliche Schutzrechte monopolisieren. Dahinter steht der Gedanke des grundsätzlich freien Wettbewerbs. Um ein Geschäftsmodell weitgehend vor Nachahmung oder Kopie durch die Konkurrenz abzusichern, ist es daher umso wichtiger, frühzeitig und so weitgehend wie möglich die zur Verfügung stehenden Schutzrechte für sich zu nutzen. In Betracht kommen hier insbesondere Marken mit möglichst großem Schutzbereich, die für alle relevanten Waren und Dienstleistungen und für alle in irgendeiner Weise wichtigen Territorien eingetragen werden. Für den Wiedererkennungswert eines ganzen Geschäftskonzepts können hier u.a. Marken, die auch Bildelemente, Logos inkl. deren Farben schützen, von Bedeutung sein. Auch Geschmacksmuster, die bestimmte Formen und Designs schützen, können eine Rolle spielen. Zudem Urheberrechte, die jedoch bei Erreichen einer bestimmten Schöpfungshöhe eines als von künstlerischem Wert einzustufenden Werks von allein entstehen und nicht registriert werden müssen und können.

Da es Plagiatoren ganzer Stores darauf ankommt, Nutznießer des Erfolgs bekannter Marken mit großem Wiedererkennungswert zu werden, ist hier umfassender Markenschutz von besonders großer Bedeutung. Dieser kann zwar nicht verhindern, dass ein Möbelhaus in China den gleichen Grundriss wie ein IKEA Möbelhaus

erhält und die exakt gleiche Anzahl und Auswahl von Waren anbietet. Solange das Ganze jedoch nicht unter der typisch blaugelben "IKEA-Flagge", sondern nur unter solchen Bezeichnungen und Logos, die sich hinreichend deutlich davon unterscheiden, geschehen darf, ist es von deutlich geringerem Interesse für Nachahmer.

Leider geschieht es häufig, dass Markenschutz zunächst nur in dem Land, in dem ein Unternehmen startet, angemeldet wird. Wenn sich der Erfolg einstellt, sich abzeichnet, dass die Marke bekannt wird und das Unternehmen expandiert, wird es versäumt, Markenschutz rechtzeitig flächendeckend für alle aus irgendeinem Grund ebenfalls relevanten Länder in Anspruch zu nehmen. Damit steht der Konkurrenz grundsätzlich der Weg offen, die anderswo ungeschützte Marke selbst zu nutzen oder sogar für sich anzumelden und damit den ursprünglichen Ideengeber in anderen Ländern vom Wettbewerb über die Marke auszuschließen. Möglich ist auch, dass eine Marke zwar eingetragen, in der Folgezeit jedoch trotz bekannt gewordener Verletzungsfälle zunächst nicht verteidigt wurde – etwa, weil noch nicht klar war, wie weitgehend die Marke einmal genutzt würde und wie weit daher in diese investiert werden sollte. Bleibt ein Markeninhaber in Kenntnis der Verletzung seiner Marke jedoch über längere Zeit untätig gegenüber Markenrechtsverletzern, so kann dies dazu führen, dass er nach einer gewissen Zeit sein Recht, gegen Rechtsverletzer vorzugehen, verwirkt. Bestimmte Markenrechtsverletzungen müsste er dann künftig hinnehmen. Auch dieser Gesichtspunkt wird häufig nicht bedacht.

Fazit ist, dass in erster Linie eine individuell sinnvolle Markenstrategie, daraus folgender umfassender Markenschutz und schließlich eine konsequente Verteidigung der eigenen Marken (und sonstiger bestehender Schutzrechte) von elementarer Bedeutung sind, um sich vor Rechtsverletzungen durch Plagiate zu schützen.

**Welche Möglichkeiten haben Unternehmen, rechtlich gegen derartige Verletzungen geistigen Eigentums vorzugehen?**

**Christiane Krüger:** Die Vorgehensmöglichkeiten hängen davon ab, welcher Schutz im jeweiligen Territorium zugunsten des Unter-



## Biografie

Christiane Krüger ist Rechtsanwältin und Partnerin der Kanzlei Braun-Dullaues Pannen Patent- und Rechtsanwälte in Düsseldorf. Sie berät und vertritt sowohl Start-Ups und Mittelständler als auch marktführende Großunternehmen im Bereich des geistigen Eigentums, insbesondere dem Marken-, Unternehmenskennzeichen- und Domainrecht sowie dem Urheber-, Werbe- und allg. Wettbewerbsrecht, vielfach mit Bezügen zu den neuen Medien.

nehmens besteht. Wurde es versäumt, sich rechtzeitig Marken- oder andere relevante Schutzrechte zu sichern, kann es unter Umständen schlecht aussehen. Ausnahmen können gelten, wenn es sich beispielsweise um international bekannte Marken handelt, die auch ohne Eintragung nahezu überall eine große Bekanntheit erlangt haben oder wenn ein eindeutig rechtsmissbräuchliches Verhalten festgestellt werden kann. In dem Fall, dass rechtsbeständige Markenrechte (oder z.B. Geschmacksmuster- oder Urheberrechte) verletzt werden, sollten zunächst genaue Ermittlungen, etwa zur Feststellung des Umfangs der Rechtsverletzung, angestellt werden. Es besteht dann nach deutschem Recht die Möglichkeit eines zunächst außergerichtlichen Vorgehens gegen den Rechtsverletzer, etwa im Wege einer sog. Schutzrechtsverwarnung. Schließlich besteht die Möglichkeit einer gerichtlichen Durchsetzung verschiedener Ansprüche, teilweise bereits im Eilverfahren durch Erwirken einer einstweiligen Verfügung oder ansonsten im Wege des umfassenderen Klageverfahrens.



**Echt Scha(r)f!** Das Schwarze Schaf des Monats September

**Als Rechnungen getarnte Angebote**

Mit irreführenden Anschreiben, die wie Rechnungen aussehen, sorgt zurzeit der Online-Shop officemarkt24.com für Ärger bei Unternehmen. Da es sich einer Meldung und Internetrecherchen zufolge bei dem Vorgehen des Betreibers um eine dreiste Masche handelt, Unternehmen geschickt Produkte „unterzujubeln“, verleihen ihm die Markenschutzexperten von OpSec Security den Negativ-Preis „Das Schwarze Schaf“ für den Monat September.

**Die Masche des schwarzen Schafes:**

Der Online-Shop officemarkt24.com bietet verschiedene Softwareprogramme an, wie zum Beispiel Office- oder Sicherheitsprogramme. Einer Meldung, die OpSec in diesem Monat erhalten hat, und Internetrecherchen zufolge, verschickt der Betreiber dieses Shops Anschreiben an Unternehmen, die von der Gestaltung her leicht mit einer Rechnung verwechselt werden können. Laut der Meldung werden die Empfänger zur Zahlung von 295,12 Euro aufgefordert. Erst im Kleingedruckten wird erläutert, dass es sich bei dem Schreiben um ein Kaufangebot handelt, das durch die Zahlung des angegebenen Betrags angenommen wird. Da zwischen Kaufleuten andere

Aufklärungspflichten und Verhaltensregeln gelten als zwischen Händlern und Verbrauchern, können durch Anschreiben dieser Art tatsächlich rechtsgültige Verträge zustande kommen. Durch die fast schon vorprogrammierte Verwechslung mit einer Rechnung kann es schnell passieren, dass der Betrag von der Buchhaltung bezahlt wird, obwohl man die Produkte gar nicht bestellt hat. Dies kann vor allem dann geschehen, wenn Abrechnungen beispielsweise aus Zeitmangel nicht sorgfältig genug geprüft werden, worauf der Betreiber von officemarkt24.com auch zu bauen scheint.

Doch nicht nur die als Rechnungen getarnten Angebote liefern Anlass zur Kritik. Auch die Homepage weist erhebliche Mängel auf. So enthält sie weder Informationen zum Unternehmen und den AGBs noch ein Impressum. Es existiert zwar ein Button „Kontaktieren Sie uns“, jedoch ist er nicht aktiv, so dass Kunden keine Möglichkeit haben, mit dem Betreiber der Seite Kontakt aufzunehmen. Damit verstößt das Unternehmen gegen die Informationspflichten, die für den Verkehr im Internet gelten.

*Quelle: OpSec Security*

**Veranstaltungen**

**Plagiarius-Wettbewerb 2012**

Auch im kommenden Jahr wird wieder der „Plagiarius“ verliehen. Bis zum 2. Dezember können Unternehmen, Designer und Erfinder ihre Originalprodukte sowie vermeintliche Nachahmungen einreichen und damit den Plagiator als Träger des Negativpreises vorschlagen. Für viele Originalhersteller hat sich die Teilnahme an dem Wettbewerb als Ergänzung zur juristischen Verfolgung gelohnt. So haben schon einige Plagiatoren aus Angst vor öffentlicher Blamage eine Unterlassungserklärung unterschrieben oder Lieferanten preisgegeben.



Weitere Informationen: [www.plagiarius.com](http://www.plagiarius.com)

**Expopharm**

Vom 6. bis 9. Oktober findet in Düsseldorf die europäische Leitmesse der Pharmabranche statt. Ein wichtiges Thema wird in diesem Jahr sein, wie der europäische Pharmamarkt auf die erheblichen Veränderungen durch das Arzneimittelmarktneuordnungsgesetz reagiert und welche Strategien die Branche für die Zukunft entwickelt hat.

Weitere Informationen: [www.expopharm.de](http://www.expopharm.de)

**Frankfurter Buchmesse**

„Sagenhaftes Island“ – unter diesem Titel präsentiert sich vom 12. bis 16. Oktober das diesjährige Gastland auf der Frankfurter Buchmesse. Mit über 7.500 Ausstellern aus mehr als 110 Ländern stellt das Tochterunternehmen des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels damit nach wie vor die größte Buch- und Medienmesse der Welt.

Weitere Informationen: [www.buchmesse.de](http://www.buchmesse.de)

**Medica 2011**

Die internationale Messe für die Medizinbranche findet vom 16. bis 19. November in Düsseldorf statt. Zentrale Themen werden in diesem Jahr Mobile Computing, IT-Sicherheit und intersektorale Vernetzung durch entsprechende Systeme für die Kommunikation zwischen dem ambulanten und stationären Bereich sein.

Weitere Informationen: [www.medica.de](http://www.medica.de)

**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 Director EMEA  
 E-Mail: [m.imkamp@opsecsecurity.de](mailto:m.imkamp@opsecsecurity.de)  
 ISSN 1869-0203 (Printausgabe)

