

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 ökonomischen 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 verweist 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 regelmäßigeren 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.