

## **Rede der Bundesministerin der Justiz Brigitte Zypries, MdB bei der Verleihung des „Plagiarius 2007“ im Rahmen der Messe „Ambiente“ am 9. Februar 2007 in Frankfurt**

Sehr geehrter Herr Professor Busse,  
meine Damen und Herren,

Ende des vergangenen Jahres wurde im Hamburger Hafen eine komplette Schiffsladung mit gefälschten Markenprodukten beschlagnahmt. In 117 Containern waren zahllose unechte Schuhe, Uhren und Spielzeuge. Sie hatten zusammen einen Handelswert von weit mehr als 300 Millionen Euro. Dieser dicke Fisch, der unserem Zoll da ins Netz ging, gibt eine ungefähre Ahnung davon, welch' enormen volkswirtschaftlichen Schaden Produktpiraterie anrichten kann.

Gerade für Deutschland sind solche Delikte eine besondere Gefahr. Wir sind ein Land ohne natürliche Rohstoffe. Erfinderreichtum, gute Ideen und die Innovationen, die daraus entstehen, sind unsere wichtigste Ressource. Sie sind die Garanten unserer Arbeitsplätze, des wirtschaftlichen Wachstums und unseres Wohlstandes. Ideenklau durch Markenpiraterie ist deshalb eine enorme Gefahr für unsere Wirtschaft. Wenn wir diese Gefahr erfolgreich bekämpfen wollen, dann gibt es dafür drei Ansatzpunkte: die Politik, die Wirtschaft und nicht zuletzt die Verbraucher.

Zunächst zur Politik. Was kann, was muss die Politik tun? Sie muss vor allem mit den Mitteln des Rechts dafür sorgen, Piraterie zu verhindern, begangene Fälschungen aufzuklären und die Schuldigen zu bestrafen. Vor wenigen Tagen haben wir im Kabinett einen Gesetzentwurf beschlossen, damit Rechtsverletzungen zivilrechtlich noch wirksamer verfolgt werden können. Der Gesetzentwurf sieht vor, dass ein Kläger künftig auch von Dritten, die nicht selbst Rechtsverletzer sind, Auskünfte verlangen kann. Dadurch kann man an die Hintermänner von Fälschern und Raubkopierern besser herankommen. Diese Auskunftsansprüche gegen Dritte – etwa gegen Internet-Provider oder Spediteure – bestehen nicht nur dann, wenn bereits ein gerichtliches Verfahren eingeleitet ist. Schon im Vorfeld, wenn eine Rechtsverletzung offensichtlich ist, hat der Berechtigte künftig einen Auskunftsanspruch. Damit erleichtern wir es demjenigen, dessen Rechte verletzt werden, herauszufinden, gegen wen er überhaupt gerichtlich vorgehen muss. Das war bislang oft schwer zu ermitteln, aber schließlich kann der Kläger seine Klage nicht gegen „unbekannt“ richten. Die neuen Auskunftsansprüche richten sich nicht nur gegen Spediteure und Lieferanten, sondern sie werden auch helfen, Urheberrechtsverletzungen im Internet noch wirksamer zu verfolgen.

Meine Damen und Herren,  
ein zweites Instrument der Politik ist das Strafrecht. Sie wissen, dass Deutschland derzeit die Ratspräsidentschaft in der EU innehat. Wir nutzen sie und setzen uns in Brüssel für eine europaweite Verbesserung der strafrechtlichen Sanktionen bei Markenpiraterie ein. In Deutschland sind wir hier schon sehr gut aufgestellt, so sieht etwa das Markengesetz einen Strafrahmen von bis zu 5 Jahren Freiheitsstrafe vor. In anderen Ländern der EU ist das aber nicht so. Um gegen Nachahmer wirksamer vorgehen zu können und sie abzuschrecken, brauchen wir aber angemessene Strafvorschriften, denn wir haben es hier zunehmend mit einer Form organisierter Kriminalität zu tun.

Der dritte Ansatzpunkt ist schließlich die Prävention, dass heißt, zu vermeiden, dass

überhaupt Produkte gefälscht und auf den Markt geworfen werden. Wir wissen, dass ein Großteil der Fälschungen noch immer aus Asien und insbesondere aus China stammt. Es kommt deshalb darauf an, in den Ursprungsländern mehr Verständnis für den Inhalt und den Wert des geistigen Eigentums zu wecken. Bei den Gesprächen mit meinen chinesischen Kollegen stoße ich da durchaus auf Verständnis, aber es hapert in vielen Ländern oft noch an der praktischen Umsetzung. Aus diesem Grund hat im vergangenen Jahr das Deutsche Patent- und Markenamt eine Kooperation mit den entsprechenden Institutionen Chinas abgeschlossen. Dies ist ein Beitrag, um dabei zu helfen, die nötigen Strukturen zum Schutz des geistigen Eigentums aufzubauen. Diese Strukturen werden wir auch mit dem nötigen rechtswissenschaftlichen Know-how unterfüttern. Wir führen seit einigen Jahren den Deutschchinesischen Rechtsstaatsdialog und das große Symposium, das wir in diesem Jahr dazu veranstalten, werden wir ganz einem Thema widmen: dem Schutz des geistigen Eigentums.

Meine Damen und Herren,  
das waren drei Beispiele dafür, was die Politik tut, was kann nun die Wirtschaft selbst machen, um Markenpiraterie besser zu bekämpfen.

Ein hervorragendes Beispiel, das ich immer wieder gerne erwähne, stammt aus der Textilbranche. Im vergangenen Jahr hat der deutsche Gesamtverband Textil und Mode mit dem entsprechenden chinesischen Spitzenverband eine Vereinbarung abgeschlossen. Darin werden Verletzungen des geistigen Eigentums ausdrücklich verurteilt, und die Verbände verpflichten sich, den Schutz des geistigen Eigentums in ihren nationalen und internationalen Lobby-Aktivitäten zu fördern. Für den Fall, dass die Spitzenverbände einen Verstoß gegen geistige Eigentumsrechte bei einem ihrer Mitgliedsunternehmen beobachten, werden sie dagegen vorgehen. Sie werden sich auch gegenseitig informieren, wenn sie Rechtsverstöße beobachten, in die deutsche und chinesische Unternehmen verwickelt sind und sie wollen sich gegenseitig bei der Aufklärung offener Fälle unterstützen.

Ich glaube, dass diese offensive Herangehensweise, mit der Verbände anderer Staaten – übrigens nicht nur Chinas – ins Boot geholt werden, ein gutes Beispiel dafür ist, was eine Branche tun kann. Ich würde mir wünschen, dass es hier bald

Nachahmer gibt, denn hier ist Kopieren ausnahmsweise nicht nur erlaubt, sondern sogar ausdrücklich erwünscht.

Meine Damen und Herren,  
die Wirtschaft muss aber auch in ihren eigenen Reihen für mehr Aufklärung sorgen. Produktpiraterie ist ja auch deshalb ein so großes Problem, weil diese Produkte von Importeuren eingeführt und von Händlern hier verkauft werden. Es ist deshalb wichtig, dass es eine Aktion wie Plagiarius gibt, die dieses Phänomen ganz konkret benennt und damit mehr Sensibilität weckt. Übrigens auch bei den Verbrauchern, und damit sind wir beim dritten Ansatzpunkt. Mit gefälschten Produkten lassen sich ja nur deshalb Geschäfte machen, weil sie sich verkaufen lassen. Aufklärungskampagnen müssen sich deshalb auch an die potentiellen Kunden richten. Dabei müssen wir zum einen mehr Verständnis für die Bedeutung des geistigen Eigentums wecken. Das ist im digitalen Zeitalter, in dem in Sekundenschnelle Kopien hergestellt werden können, gar nicht so einfach. Verstöße gegen Urheberrechte – etwas das Raubkopieren von Musik oder Filmen – gilt in

Zeiten des Internets allenfalls als Kavaliersdelikt. Das Bundesjustizministerium hat deshalb eine Kampagne gestartet mit dem Titel „Kopien brauchen Originale“. Wir wollen damit gerade jungen Leuten deutlich machen, dass der Schutz des geistigen Eigentums eine entscheidende Voraussetzung ist, damit sich Kreativität und Kunst überhaupt entfalten können.

Allerdings setzt Produktpiraterie keineswegs immer das stillschweigende Einverständnis des Kunden voraus. Ganz im Gegenteil. Häufig geht sie einher mit einem Betrug am gutgläubigen Verbraucher. Und bei vielen Produkten können solche Plagiate sogar zu Gefahren für Leib und Leben führen. Dabei muss man gar nicht gleich an Medikamentenfälschungen denken, sondern das können auch technische Geräte oder Kinderspielzeug sein, bei denen die üblichen Sicherheitsstandards schlichtweg ignoriert werden. Der Kampf gegen Markenpiraterie ist deshalb auch eine Sache des Verbraucherschutzes. Und darum müssen wir ihn nicht gegen, sondern mit den Verbrauchern führen. Wir müssen noch stärker ins Bewusstsein rufen, welche Schäden und Gefahren Markenpiraterie bedeutet – für unsere Volkswirtschaft und für jeden einzelnen Verbraucher.

Ich bin Herrn Professor Busse deshalb sehr dankbar, dass er vor 30 Jahren den „Plagiarius“ ins Leben gerufen hat. Zum effektiven Kampf gegen Produktfälschungen gehört auch, die schwarzen Schafe deutlich zu benennen. Die Beispiele, die heute mit dem „Plagiarius“ bedacht werden, sind wirklich eindrucksvoll. Sie sind kein Kavaliersdelikt, sondern eine Gefahr für die Verbraucher und unsere Volkswirtschaft. Denn wirtschaftlicher Erfolg, der lässt sich auf Dauer nur mit Innovation erzielen, aber nicht mit Imitation.