

Erfolgsmeldungen zeigen: Rundum-Angriff ist die beste Verteidigung

Immer mehr Markeninhaber gehen gezielt auf allen Ebenen gegen Fälschungen, Graumarkthandel, unauthorisierten Vertrieb und Markenmissbrauch vor. Die Zahlen aktueller Erfolgsmeldungen dreier OpSec-Kunden bestätigen die Notwendigkeit eines umfassenden Markenschutzes:

OpSec nimmt über 20.000 unlizenzierete Produkte innerhalb von 6 Monaten vom Online-Markt!

OpSec schließt über 300 nicht genehmigte Seiten binnen 48 Stunden!

OpSec verhindert 98,5% der illegalen Downloads innerhalb von 6 Monaten nach Programmstart!

Vielfältige Attacken auf bekannte Marken

Das vermehrte Aufkommen illegaler Produkte setzt namhafte Markeninhaber immer massiver unter Druck. Entsprechend der Vorgehensweise der Originalhersteller optimieren auch Fälscher und Graumarkthändler ihre Vertriebswege. Insbesondere der Onlinehandel bietet ihnen ungeahnte Möglichkeiten. Billige „Markenprodukte“ und Graumarktware werden vom Kunden gekauft.

Außerdem werden soziale Online-Netzwerke immer populärer. Man kann sich dabei über Marken austauschen oder Informationen einholen, wo es die günstigsten (und damit meist auch gefälschte) Markenprodukte zu kaufen gibt. Der geschätzte Umsatz mit gefälschten Waren beträgt in diesem Jahr 1 Billionen USD. Dadurch werden Markeninhaber gezwungen, ihre Marken umfassend über den gesamten Lieferprozess zu schützen – von der Produktion bis hin zum Endkunden.

BrandSecure™-Lösungen bieten umfassenden Markenschutz

Die raschen Veränderungen am Markt sprechen klar für einen Markenschutz, der den herkömmlichen und den Online-Vertrieb umfasst. OpSec's BrandSecure-Lösungen können durch höchstentwickelte Technologien in den Bereichen Produktauthentifizierung, sicheres Produkttracking und Onlinemarkenschutz eingesetzt werden. Darüber hinaus bietet OpSec mit seiner Erfahrung und seinem Know-how die Betreuung umfassender Markenschutzprogramme:

- Authentifizierung – Entwicklung von maßgeschneiderten Lösungen zur Produktauthentifizierung
- Sicheres Produkttracking – Produktverfolgung von Markengütern, um die Transparenz von Vertriebskanälen zu erhöhen und Graumarkthandel zu reduzieren
- E-Commerce Monitoring – Reduzierung von unauthorisiertem Onlinevertrieb
- Anti-Produktpiraterie – Verhinderung illegaler Downloads
- Schutz geistiger Eigentumsrechte – Monitoring von Marken, Logos und Domainnamen
- Meinungsanalyse – Analyse von Markenimage und Produkteignung aus sozialen Netzwerken



In dieser Ausgabe

- Fälschungskauf im Internet – eine Studie von OpSec Security und der TU München
- Studie: Unternehmen von Plagiaten bedroht
- Live-Piraterie-Karte
- Teure Fehler bei der Vertragsgestaltung
- Das Schwarze Schaf im Juni 2009



Praxisorientierte Anwendungen ermöglichen ROI-Berechnung

OpSec arbeitet derzeit mit über 300 Markeninhabern und 5.000 Tochtergesellschaften, Lizenzgebern und Fertigungsstätten im Bereich Lizenzware, Luxusgüter, Bekleidung, Elektronik, Medien und der Pharmaindustrie. Mit den umfassenden Lösungen von OpSec sind ihre Marken vom ersten Produktionsschritt bis zur Auslieferung an den Endkunden geschützt. Wenn Markeninhaber OpSec's BrandSecure-Lösungen einsetzen, können sie den ROI berechnen und danach noch gezielter dort aktiv werden, wo die größten Probleme auftreten.

Quelle: OpSec Security

Fälschungskauf im Internet – eine Studie von OpSec Security und der TU München

Im Zuge der Finanzkrise nehmen auch Marken- und Produktpiraterie weltweit zu. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten achten Verbraucher beim Einkauf verstärkt auf den Preis und sind vermehrt dubiosen Angeboten – insbesondere im Internet – ausgesetzt. Für Markenhersteller hat dies Umsatzverluste und eventuell auch Imageprobleme zur Folge. Doch kaufen Verbraucher Fälschungen bewusst oder unbewusst? Bei welchem Preis fallen sie eher auf unseriöse Online-Angebote herein und unter welchen Umständen sinkt die Risikoaversion besonders stark? Diesen und anderen Fragen ist OpSec in einer Studie in Kooperation mit der TU München auf den Grund gegangen. Ziel der Online-Umfrage war, das Kaufverhalten von Verbrauchern im Internet zu analysieren – insbesondere im Hinblick auf den Kauf von Fälschungen – um Markeninhabern aufzuzeigen, wo

für sie Handlungsbedarf besteht und wie sie gegen Produktpiraterie im Internet vorgehen können.

Neben dem allgemeinen Kaufverhalten im Internet wurde vor allem das Verhalten der Verbraucher beim Kauf besonders fälschungsgefährdeter Produkte – Elektronikartikel, Kleidung, Spielzeug und pharmazeutische Produkte – analysiert. So wurde z. B. ermittelt, wie viel Prozent der Befragten bereits absichtlich Fälschungen im Internet gekauft haben und wie das Rechts- und Gefahrenbewusstsein der Teilnehmer aussieht. Zudem wurden Gründe ermittelt, die Verbraucher dazu veranlassen könnten, Fälschungen zu kaufen. Einen wichtigen Kernpunkt der Umfrage bildet der Experimententeil, in dem den Befragten dubiose Online-Produktangebote gezeigt wurden, um ihre Kaufbereitschaft

sowie ihre Fähigkeit, eine potenzielle Fälschung zu erkennen, zu testen.

Insgesamt zeigt die Studie, dass für Unternehmen eindeutig Handlungsbedarf besteht, um die Ausmaße der Produktpiraterie einzudämmen. Da Verbraucher aus verschiedenen Gründen, u.a. aufgrund des Preises, immer stärker dazu „verführt“ werden, Fälschungen zu kaufen, ist es für Markeninhaber besonders wichtig, gegen unseriöse Anbieter im Internet vorzugehen und illegale Angebote löschen zu lassen. In diesem Bereich arbeitet OpSec bereits seit vielen Jahren erfolgreich mit Markeninhabern unterschiedlicher Branchen zusammen. Die Auswertung der Studie kann über OpSec Security (m.imkamp@opsecsecurity.de) bezogen werden.

Quellen: OpSec Security, TU München

Live-Piraterie-Karte

Um der Wirtschaft und Politik dabei zu helfen, einen genaueren Überblick über das internationale quantitative Ausmaß der Produktpiraterie zu erhalten, hat das Counterfeiting Intelligence Bureau (CIB) der Internationalen Handelskammer (ICC) eine Live-Piraterie-Karte entwickelt. Diese zeigt mit Hilfe von Google-Maps stets aktuell größere weltweit gemeldete Beschlagnahmungen an. Die einzelnen Fälle werden unterteilt in Pharmazeutika, Software, Filme & Musik, Kleidung, Luxusgüter, Tabak, Lebensmittel (Food & Beverage) und Andere.

Klickt man einen Fall an, so erhält man die Quelle und weitere Angaben. Um die Datenbank kontinuierlich erweitern zu können, bittet das CIB darum, alle großen Beschlagnahmungen mit Angabe des Landes, des exakten Ortes, Datum, Art der sichergestellten Ware, Menge sowie einer kurzen Zusammenfassung auf Englisch direkt an das Büro zu melden:

Tel.: +44 207 423 6960
E-Mail: cib@icc-css.org

Quellen: icc-deutschland.de, icc-ccs.org

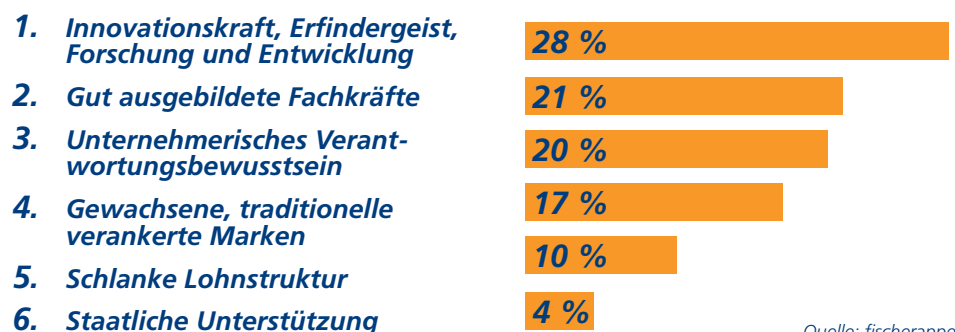
STUDIE: Unternehmen von Plagiaten bedroht

Wie eine aktuelle Umfrage der Kommunikationsagentur fischerAppelt in Kooperation mit dem Aktionskreis gegen Produkt- und Markenpiraterie e.V. (APM) unter 800 Unternehmensvertretern verschiedener Branchen in Deutschland ergab, sind 76 Prozent von ihnen von Marken- und Produktpiraterie betroffen. Alarmierend sei dabei, dass die meisten Unternehmen nur punktuell auf Plagiatsfälle, von denen sie wissen, reagieren. In 90 Prozent der Fälle werden lediglich juristische Maßnahmen ergriffen und noch nicht einmal für die Hälfte der Unternehmen (49 Prozent) sind Plagiate ein Kommunikationsthema.

Dabei sollten Firmen gerade in Krisenzeiten aktiv und offen mit diesem Thema umgehen, da sie sich Marktverluste durch Plagiate in diesen Zeiten nicht mehr leisten können, wie Christian Pott, Standortleiter fischerAppelt Kommunikation Stuttgart, erklärt. Zudem benötigen sie strategische Ansätze, um sich vor Fälschungen zu schützen. Wichtig sei für sie vor allem, verstärkt auf die Originalität ihrer Produkte zu verweisen und sich damit klar von Fälschungen abzuheben.

Quelle: fischerappelt.de

Welche Eigenschaften der deutschen Wirtschaft sind in der Krise besonders wichtig?



Quelle: fischerappelt.de



Teure Fehler bei der Vertragsgestaltung

Dass kartellrechtswidrige Praktiken empfindliche Geldbußen nach sich ziehen können, wird auch von Unternehmern oft nur als abstrakte Gefahr wahrgenommen. Dabei drohen solche Folgen nicht nur den »global players«, sondern prinzipiell jedem, der sich im Geschäftsverkehr nicht an die Spielregeln des Kartellrechts hält.

Den meisten Unternehmen wird bewusst sein, dass beim Abschluss von Vertriebsverträgen mit Händlern im europäischen Ausland die Bestimmungen des europäischen Kartellrechts (Artikel 81 EG-Vertrag) einzuhalten sind. Inzwischen dürfte sich auch herumgesprochen haben, dass seit Inkrafttreten der 7. Novelle des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) dieselben europäischen Grundsätze auch bei rein innerdeutschen Vertriebsverträgen zu beachten sind – unabhängig davon, ob sich diese auf den gemeinsamen Markt auswirken oder nicht.

Welche Folgen die Nichtbeachtung dieser Grundsätze haben kann, zeigt der vor einiger Zeit rechtskräftig entschiedene Fall eines englischen Baumaschinen-Herstellers, den die Strafe spät, dafür aber umso heftiger traf. Als die EU-Kommission ein Verfahren wegen kartellrechtswidriger Vereinbarungen einleitete, waren die Verträge bereits seit rund 20 Jahren im Einsatz. Dabei hatte das Unternehmen noch geglaubt, alles richtig gemacht zu haben, indem es der Kommission die Verträge eigens zur Prüfung übersandt hatte – leider ohne das richtige Formblatt. Daher befasste sich die Behörde erst Jahrzehnte später auf die Beschwerde eines Händlers hin mit den Verträgen, die der Hersteller in der Zwischenzeit arglos verwendet hatte. Ergebnis: Eine Geldbuße in Höhe von mehr als 30 Millionen Euro, die auch in der zweiten Instanz vom Europäischen Gerichtshof (Az. C-167/04 P) bestätigt wurde.

Konkret ging es um folgende Klauseln, die in ähnlicher Form in vielen Vertriebsverträgen zu finden sein dürften:

Das Unternehmen hatte seinen Vertriebshändlern jeweils **Alleinvertriebsgebiete** eingeräumt und ihnen gleichzeitig vertraglich **untersagt**, die Produkte »mittelbar oder unmittelbar **außerhalb des zugewiesenen Gebietes zu verkaufen**«. Obwohl das Interesse an einem solchen Gebiets-

schutz im Grundsatz nachvollziehbar und auch von der EU-Kommission anerkannt ist, gingen diese Klauseln über das rechtlich erlaubte Maß hinaus. Denn kartellrechtlich zulässig sind nur solche Beschränkungen, die den aktiven Vertrieb in Gebiete anderer Händler untersagen. Ein passiver Gebietschutz, aufgrund dessen ein Händler unaufgeforderte Bestellungen von Kunden außerhalb seines Gebietes nicht annehmen darf oder diese an den »zuständigen« Händler weiterzuleiten hat, ist nicht möglich.

Die vom EuGH beanstandeten Verträge der Firma verpflichteten die Händler darüber hinaus, Erzeugnisse der Firma ausschließlich von dieser selbst zu beziehen. Dass auch diese Klausel für unzulässig gehalten wurde, mag zunächst überraschen. Sie führte aber zu dem kartellrechtlich unerwünschten Ergebnis, dass den Händlern auch der sog. **Querbezug** verwehrt war. Diese Möglichkeit, Vertragswaren nicht nur direkt vom Lieferanten, sondern auch von anderen autorisierten Händlern (insbesondere im billigeren Ausland) zu beziehen, darf grundsätzlich nicht beschränkt werden.

Vom EuGH zu entscheiden war ferner die Frage, ob das Unternehmen seinen Händlern auch die Preise für den Weiterverkauf der Erzeugnisse an Endabnehmer vorgeschrieben hatte. Derartige **Preisbindungen** stellen immer einen schwerwiegenden Kartellrechtsverstoß dar. Im konkreten Fall hatte das Unternehmen lediglich Listen mit empfohlenen Preisen herausgegeben. Da nicht nachzuweisen war, dass die Bemühungen des Unternehmens, die Händler zur Einhaltung dieser Empfehlungen anzuhalten, von irgendwelchen Zwangsmaßnahmen begleitet gewesen waren, konnte der EuGH einen Verstoß nicht erkennen.

Trotzdem reichten allein die beiden festgestellten Delikte aus, um eine Geldbuße in zweistelliger Millionenhöhe als gerechtfertigt erscheinen zu lassen.

In der Praxis droht darüber hinaus bei Kartellverstößen noch eine ganz andere Rechtsfolge – insbesondere dann, wenn Unternehmen solche Vertragsklauseln verwenden, die kartellrechtlich »schwarzgelistet« sind, d.h. als besonders schwerwiegende



Biografie

Rechtsanwalt Uwe Brossette ist Partner bei Osborne Clarke und leitet dort das vertriebsrechtliche Team. Er beschäftigt sich schwerpunktmäßig mit der Gestaltung und dem Schutz komplexer Vertriebssysteme. Neben den klassischen Vertriebswegen steht dabei insbesondere auch e-Commerce-Vertrieb im Fokus. Das Vertriebsrechtsteam von Osborne Clarke wurde im November mit dem vom Juve-Verlag verliehenen Preis „Kanzlei des Jahres 2008 für Vertriebssysteme“ ausgezeichnet.

Wettbewerbsbeschränkungen eingestuft werden. Hierzu gehören u. a. die oben beschriebenen Regelungen, die den Verkauf in bestimmte Gebiete unzulässig einschränken oder eine verbotene Bezugsbindung vorsehen. Enthält ein Vertriebsvertrag auch nur eine einzige solche Klausel, so führt dies automatisch zur **Nichtigkeit** auch aller übrigen in dem Vertrag enthaltenen Bestimmungen, die die Parteien in ihrer wettbewerbsrechtlichen Betätigung einschränken. Unter Umständen kann in solchen Fällen der Vertrag auch gänzlich unwirksam sein.

Je nach Sichtweise können in diesen drohenden Rechtsfolgen freilich auch Chancen liegen, zumindest für die Partei, die sich auf diese Weise etwa von nachteiligen Regelungen lösen kann oder hierin einen Hebel findet, um Vertragsbedingungen nach zu verhandeln.

**Uwe Brossette, Rechtsanwalt/Partner
Osborne Clarke**





Echt Scha(r)f! Das Schwarze Schaf im Juni 2009

60 Euro für kostenlose Software

Im Internet lauern viele schwarze Schafe, die versuchen, mit dem Angebot kostenloser Software ein lukratives Geschäft zu machen. Dazu zählt auch die Seite 99downloads.de. Wie gleich mehrere User OpSec (vormals P4M- Die Internet-Agenten) in diesem Monat mitteilten, wurden sie für das Downloaden von Freeware in ein kostenpflichtiges Abo gelockt.

Die Masche des Schwarzen Schafes:

99download.de bietet nach eigenen Aussagen 99 der gängigsten Free- und Software zum Download an und wirbt damit, dass die Software zu 100 Prozent virenfrei sei. Doch wer glaubt, die dort angebotene Freeware kostenlos heruntergeladen zu können, täuscht, denn für die Nutzung des Services verlangt die Betreiberfirma 60 Euro. Diese Gebühr für ein Jahresaboschien jedoch laut Verbrauchermeldungen bis vor kurzem nicht klar auf der Seite sichtbar ausgewiesen zu sein, so dass die betroffenen User erst davon erfuhren, als sie per E-Mail eine Rechnung erhielten. Wie Verbraucher OpSec meldeten und wie aus verschiedenen Internetforen zu entnehmen ist, gelangt man häufig über so genannte Landingpages zu 99downloads.de, auf denen der Hinweis auf die Gebühren teilweise versteckt oder widersprüch-

lich ist. Zudem erscheint der Hinweis laut verschiedener Meldungen auch nicht direkt, wenn man zu 99downloads.de weitergeleitet wird. Ein weiterer Kritikpunkt ist, dass es den Verbrauchermeldungen zufolge schwierig ist, der Firma den Widerruf des Abonnements zukommen zu lassen. Zudem scheint der Betreiber die Widerrufsfrist nicht einzuhalten bzw. diese bereits vor der Frist als abgelaufen zu bezeichnen. Zahlten die betroffenen User nicht, so erhielten sie Mahnungen und Drohungen von Inkassofirmen.

Einen Erfolg im Kampf gegen die Betreiberfirma der ähnlich agierenden Seite opendownload.de, die die Fachjury der Initiative „Das Schwarze Schaf“ aufgrund ihrer dreisten Methoden im März zum „Schwarzen Schaf des Jahres 2009“ gewählt hat, erzielte Ende Mai der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv). Auf seine Klage hin untersagte das Landgericht Mannheim der Firma Content Service Ltd. u.a. eine Klausel zu verwenden, mit der Nutzer auf ihr gesetzliches Widerrufsrecht verzichten.

Kennen Sie weitere Schwarze Schafe? Wir freuen uns über Ihre Meldung unter: www.das-schwarze-schaf.com

Quelle: OpSec Security

Events

OutDoor Friedrichshafen

Vom 16. bis 19. Juli öffnet die OutDoor in Friedrichshafen wieder ihre Pforten. Das Topthema der international führenden Leitmesse der Outdoor-Branche, die nur für Fachbesucher zugänglich ist, lautet in diesem Jahr „Innovation & Technology“. Dazu wird es Vorträge und Diskussionsrunden geben. Ein weiteres Highlight ist auch in diesem Jahr wieder der OutDoor Industry Award für Produktinnovationen. Weitere Informationen finden Sie unter www.outdoor-show.de.



IFA 2009

Vom 4. bis 9. September präsentieren auf der IFA in Berlin wieder zahlreiche Hersteller aus der ganzen Welt ihre



neuesten Produkte und Innovationen. Im Vordergrund der international führenden Messe für Consumer Electronics und Home Appliance stehen in diesem Jahr zentrale Branchenthemen wie Ökologie, Lifestyle, HDTV & Wireless. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.ifa-berlin.de. Dort haben Sie auch die Möglichkeit, Ihr Ticket bequem online zu kaufen.

EXPOPHARM 2009

Vom 24. bis 27. September findet in Düsseldorf die wichtigste und größte pharmazeutische Fachmesse Europas statt. Neben Arzneimitteln stehen pharmazeutische Dienstleistungen, Kosmetik, Homöopathie, Pädiatrie sowie Nahrungsergänzung im Fokus des Branchentreffs. Parallel zur Messe wird auch in diesem Jahr wieder der Deutsche Apothekertag, die wichtigste berufspolitische Veranstaltung der deutschen Apotheker, abgehalten. Weitere Informationen finden Sie unter www.expopharm.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

Redaktion & Layout

Mechthild Imkamp

Marketing Manager EMEA

E-Mail: m.imkamp@opsecsecurity.de



©2009 OpSec Security GmbH