



# **Deutschlands volkswirtschaftlicher Schaden durch Produkt- und Markenpiraterie**

**Ergebnisse einer Befragung von Industrie, Baugewerbe und  
Unternehmensnahen Dienstleistungen**

## **Kurzgutachten**

Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft  
Herrn Florian von Hennem  
Georgenstraße 22  
10117 Berlin

### **Ansprechpartner:**

Dr. Oliver Koppel

Köln, 24. Januar 2019

**Kontaktdaten Ansprechpartner**

Dr. Oliver Koppel  
Telefon: 0221 4981-716  
Fax: 0221 4981-99716  
E-Mail: koppel@iwkoeln.de

Institut der deutschen Wirtschaft  
Postfach 10 19 42  
50459 Köln

Der volkswirtschaftliche Schaden durch Produkt- und Markenpiraterie

## Inhaltsverzeichnis

<b>Zusammenfassung</b> .....	<b>4</b>
<b>1 Einleitung</b> .....	<b>5</b>
<b>2 Verwendung von Schutzrechten</b> .....	<b>6</b>
<b>3 Betroffenheit von Produkt- und Markenpiraterie</b> .....	<b>9</b>
3.1 Betroffenheit nach Unternehmenstyp.....	9
3.2 Durch Produkt- und Markenpiraterie verletzte Schutzrechte.....	10
3.3 Verursacherländer der Schutzrechtsverletzungen .....	11
<b>4 Volkswirtschaftlicher Schaden durch Produkt- und Markenpiraterie</b> .....	<b>13</b>
<b>5 Handlungsempfehlungen zur Verbesserung des Schutzes vor Produkt- und Markenpiraterie</b> .....	<b>15</b>
5.1 Bilaterale Abkommen .....	16
5.2 Konsumenten sensibilisieren.....	16
5.3 Verpflichtende Anwendung von Markenschutzprogrammen durch Plattformen.....	17
5.4 Unterstützung durch Behörden und Messegesellschaften.....	17
5.5 Zoll- und Einfuhrkontrollen.....	18
<b>Anhang</b> .....	<b>19</b>
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>20</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>22</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>22</b>

## Zusammenfassung

- Jedes zehnte Unternehmen in Deutschland ist in den zurückliegenden 5 Jahren mindestens einmal Opfer von Produkt- und Markenpiraterie geworden.
- Für die deutsche Volkswirtschaft ist durch Produkt- und Markenpiraterie ein Schaden in Höhe von 54,5 Milliarden Euro entstanden.
- In der Folge sind der deutschen Volkswirtschaft rund 500.000 vollzeitäquivalente Arbeitsplätze entgangen.
- Je innovativer, je größer, je internationaler agierend und je industrienäher tätig, desto größer die Gefahr für ein Unternehmen, selbst Opfer von Produkt- und Markenpiraterie zu werden.
- Die Verursacher der zugehörigen Schutzrechtsverletzungen sind in erster Linie im Ausland zu finden, insbesondere in China und Osteuropa.
- Bei zwei Dritteln aller von Produkt- und Markenpiraterie betroffenen Unternehmen wurden Urheberrechte verletzt, oft aber auch gewerbliche Schutzrechte wie Patente und Gebrauchsmuster.
- Produkt- und Markenpiraterie setzt die Verletzung von Schutzrechten voraus. Verzichtet ein Unternehmen auf gewerbliche Schutzrechte und kopiert ein Konkurrent dessen Innovationen, so handelt es sich lediglich um „gefühlten“ Diebstahl.
- Handlungsbedarfe zur Verbesserung des Schutzes vor Produkt- und Markenpiraterie bestehen insbesondere bei Schutzrechtsverletzungen im Nicht-EU-Ausland, allen voran Durchsetzung von Schutzrechten vor Ort sowie der Erarbeitung und Durchsetzung wirksamer bilateraler Abkommen im Rahmen der internationalen Zusammenarbeit. Ebenso priorisiert wird jedoch die Sensibilisierung der Öffentlichkeit durch Informationskampagnen.

## 1 Einleitung

Produkt- und Markenpiraterie zählt seit vielen Jahren zu den größten Problemen industrialisierter Volkswirtschaften. Sie betrifft sämtliche Branchen von der Elektrotechnik bis zu den Medien, deren Geschäftsmodelle zu großen Teilen auf Innovationstätigkeit basieren. Der internationale Handel mit nachgeahmten und unerlaubt hergestellten Waren belief zuletzt auf rund 2,5 Prozent des Welthandels und erreichte damit einen Gesamtwert von 338 Mrd. Euro (OECD/EUIPO, 2016). Die Digitalisierung hat in Form von Internetplattformen zu einer Verschärfung des Problems geführt, da gefälschte Produkte dort noch immer leicht und mit geringem Risiko für die Schutzrechtsverletzter vertrieben werden können. Gleichzeitig hat die Digitalisierung jedoch auf der anderen Seite durch standardisierte Produktdatenbanken auch die Aufdeckung von Produkt- und Markenpiraterie und durch RFID-Technologie die Nachverfolgung gefälschter Produkte erleichtert. Die vorliegende Studie analysiert auf Basis einer Befragung von Unternehmen aus der Industrie, den unternehmensnahen Dienstleistungen sowie des Baugewerbes, in welchem Umfang in Deutschland angesiedelte Unternehmen von Produkt- und Markenpiraterie betroffen sind, in welchen Ländern und Regionen der Welt die Verursacher zu finden sind, wie hoch der volkswirtschaftliche Schaden durch Produkt- und Markenpiraterie ausfällt und welche Handlungsempfehlungen u.a. für die Politik abgeleitet werden können. Während die obige OECD-Studie und vergleichbare internationale Studien lediglich die Effekte von grenzüberschreitender Produkt- und Markenpiraterie analysieren, beinhaltet die vorliegende Studie darüber hinaus diejenigen Effekte für die deutsche Volkswirtschaft, die von Schutzrechtsverletzungen aus dem Inland verursacht werden. Zunächst muss jedoch der Begriff der Produkt- und Markenpiraterie operationalisiert werden.

**Produkt- und Markenpiraterie** bezeichnet den Nachbau oder das Kopieren/Bereitstellen von Inhalten unter Verletzung gewerblicher Schutzrechte oder von Urheberrechten. Typischerweise geschieht dies in Form von Fälschungen, Plagiaten oder Raub-/Schwarzkopien.

Branchenstudien aus der Industrie zum Thema Produkt- und Markenpiraterie (z.B. VDMA, 2018) konzentrieren sich in der Regel auf die Verletzung gewerblicher Schutzrechte wie Patenten oder Gebrauchsmustern, da diese aus Sicht von Industriebranchen die mit Abstand wichtigsten Schutzrechtsarten darstellen. Die vorliegende Analyse beinhaltet jedoch zusätzlich noch Urheberrechtsverletzungen, da sie auch Medien- und IKT-Unternehmen umfasst, für die Urheberrechte ein relevantes und leider ebenfalls häufig verletztes Schutzrecht darstellen. Wie der folgende Kasten erläutert, können die Ergebnisse der Befragung als im Wesentlichen repräsentativ für die deutsche Volkswirtschaft angesehen werden.

Im **IW-Zukunftspanel** werden Unternehmen in Deutschland zu Aspekten des strukturellen Wandels wie Auswirkungen und Strategien im Umgang mit Megatrends wie Globalisierung, Outsourcing, Humankapitalintensivierung oder die Tertiarisierung der Wirtschaft befragt. Die Befragung wird bis zu dreimal jährlich als Online-Befragung durchgeführt. Sie richtet sich nicht an die Gesamtwirtschaft, sondern nur an denjenigen Teil, der direkt oder indirekt im internationalen Wettbewerb steht. Das sind Unternehmen des sogenannten Industrie-Dienstleistungsverbands. Dazu gehören das Verarbeitende Gewerbe, Versorgung, Bau, Logistik und unternehmensnahe Dienstleistungen – also die Industrie und die Dienstleistungsbranchen, die über Vorleistungen eng mit der Industrie verbunden sind. Die Datensätze umfassen die Angaben von zwischen 1.000 und 2.000 Unternehmen, die mit modernen ökonomischen Verfahren ausgewertet und auf die Gesamtwirtschaft repräsentativ hochgerechnet werden. Die im IW-Zukunftspanel erfassten Branchen (vgl. Tabelle 5-1 im Anhang) vereinen nahezu die Gesamtheit der unternehmerischen Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen sowie ebenfalls nahezu die Gesamtheit aller unternehmerischen Innovationsaufwendungen (vgl. Rammer, 2017) auf sich. Somit können die Ergebnisse als näherungsweise repräsentativ für die gesamte deutsche Volkswirtschaft interpretiert werden.

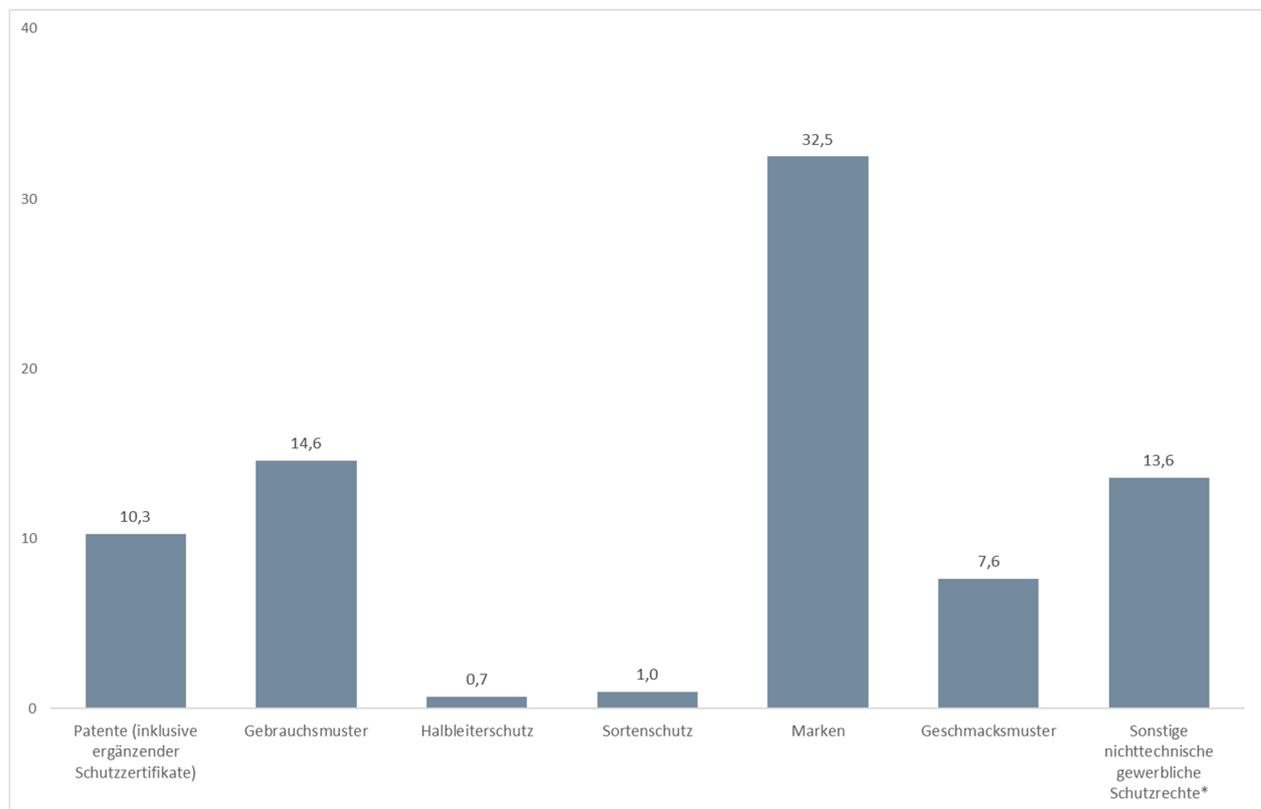
## 2 Verwendung von Schutzrechten

Zu den **gewerblichen Schutzrechten** zählen Patente (inklusive ergänzender Schutzzertifikate), Gebrauchsmuster, Halbleiterschutz, Sortenschutz, Marken, Geschmacksmuster, geografische Herkunftsangaben sowie geschäftliche Bezeichnungen. Diesen Schutzrechten gemein ist, dass sie hoheitlich erteilt, in der Regel veräußerbar, sowie zeitlich und räumlich beschränkt sind. Ergänzend hierzu schützt das **Urheberrecht** schöpferische Leistungen auf den Gebieten der Literatur, der Wissenschaft sowie der Kunst. Im Gegensatz zu gewerblichen Schutzrechten sind Urheberrechte in Deutschland nicht übertragbar – es sei denn durch Erbfolge. Es kann von dem Urheber lediglich das Nutzungsrecht an dem entsprechenden Werk erteilt werden, während das Eigentumsrecht beim Urheber verbleibt.

Gewerbliche Schutzrechte werden verwendet, um Forschungsergebnisse, Innovationen oder geistige Schöpfungen zu schützen. Sie müssen explizit beantragt werden (z.B. beim Deutschen Patent- und Markenamt) und unterliegen in der Regel einer jährlichen Gebühr, die zu ihrer Aufrechterhaltung errichtet werden muss. Abbildung 2-1 zeigt die Verbreitung von aktiven Schutzrechten unter den befragten Unternehmen.

**Abbildung 2-1: Verfügt Ihr Unternehmen über folgende gewerbliche Schutzrechte, um seine Forschungsergebnisse, Innovationen oder geistigen Schöpfungen zu schützen?**

Antwortkategorie "Ja", in Prozent; Basis: Alle Unternehmen



\* z.B. geografische Herkunftsangaben, geschäftliche Bezeichnungen

N = 1.115

Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft, IW-Zukunftspanel, 2017

Etwa jedes zehnte Unternehmen verfügt über mindestens ein aktives Patent. Patente stellen das stärkste und für die meisten Branchen auch wichtigste Schutzrecht dar. Nach erfolgreicher Prüfung und Erteilung durch das Patentamt verleiht ein Patent seinem Inhaber für einen Zeitraum von typischerweise 20 Jahren exklusive Nutzungsrechte an seiner technischen Erfindung, was die Berechtigung einschließt, anderen die Benutzung der Erfindung zu untersagen. Bei den Erfindern dieser Patente handelt es sich in der Regel um Angestellte von Unternehmen, die ihre Nutzungsrechte im Rahmen des Arbeitnehmererfindungsgesetzes gegen entsprechende Kompensation an ihren Arbeitgeber abtreten. Das Unternehmen fungiert somit als Patentanmelder und Inhaber der Nutzungsrechte.

Patente werden vermehrt von Unternehmen angemeldet, die in den zurückliegenden 5 Jahren selbst von Produkt- und Markenpiraterie betroffen waren. Innovatoren melden mehr als viermal häufiger Patente an als nicht innovative Unternehmen. Die Nutzung von Patenten zum Schutz von Innovationen steigt mit der Unternehmensgröße an. Besonders stark vertreten sind Patente im Maschinenbau, wo mehr als jedes zweite Unternehmen über mindestens ein solches Schutzrecht verfügt. International tätige Unternehmen melden tendenziell eher Patente an als nicht internationalisierte Unternehmen. Gebrauchsmuster bieten einen etwas schwächeren Schutz für die zugrunde liegenden gewerblich-technischen Erfindungen, werden im Ergebnis dafür aber laut Abbildung 2-1 etwas häufiger angemeldet als Patente. Jedes siebte Unternehmen verfügte über mindestens ein Gebrauchsmuster. Je größer das Unternehmen, desto öfter werden Gebrauchsmuster angemeldet. Gebrauchsmuster sind in der Industrie doppelt so stark vertreten wie in der Unternehmensnahen Dienstleistungen und dem Baugewerbe (24 vs. 12 Prozent). Auch die Nutzung von Gebrauchsmustern steigt mit dem Internationalisierungsgrad der Unternehmen an.

Halbleiterschutz sowie von Sortenschutz sind in der Breite der Unternehmen relativ selten vertreten, da sie letztlich spezifische Innovationsmuster der Elektro- respektive Agrarbranche reflektieren. Jeweils gerade einmal ein Prozent der Unternehmen nutzen diese Schutzrechte. Weder die Unternehmensgröße noch der Indikator „Innovator“ spielen für die Nutzungsintensität eine Rolle.

Anders präsentiert sich die Situation beim Markenschutz. Rund ein Drittel aller Unternehmen aus den innovativen Branchen nutzen dieses Schutzrecht. Je größer das Unternehmen, desto öfter wird der Markenschutz in Anspruch genommen. Innovatoren nutzen den Markenschutz doppelt so häufig wie Nicht-Innovatoren. Im Branchenvergleich wird der Markenschutz anteilig am stärksten von Unternehmen aus dem Bereich Medien/IKT (50 Prozent) in Anspruch genommen. Stark international tätige Unternehmen nehmen den Markenschutz häufiger in Anspruch als schwach oder nicht international tätige Unternehmen.

Geschmacksmuster werden von rund 8 Prozent aller Unternehmen angemeldet. Der Anteil derjenigen Unternehmen, die Geschmacksmuster anmelden, steigt sowohl mit der Unternehmensgröße als auch mit dem Internationalisierungsgrad an. In der Industrie werden Geschmacksmuster doppelt so häufig angemeldet wie im Bereich Unternehmensnahe Dienstleistungen/Baugewerbe.

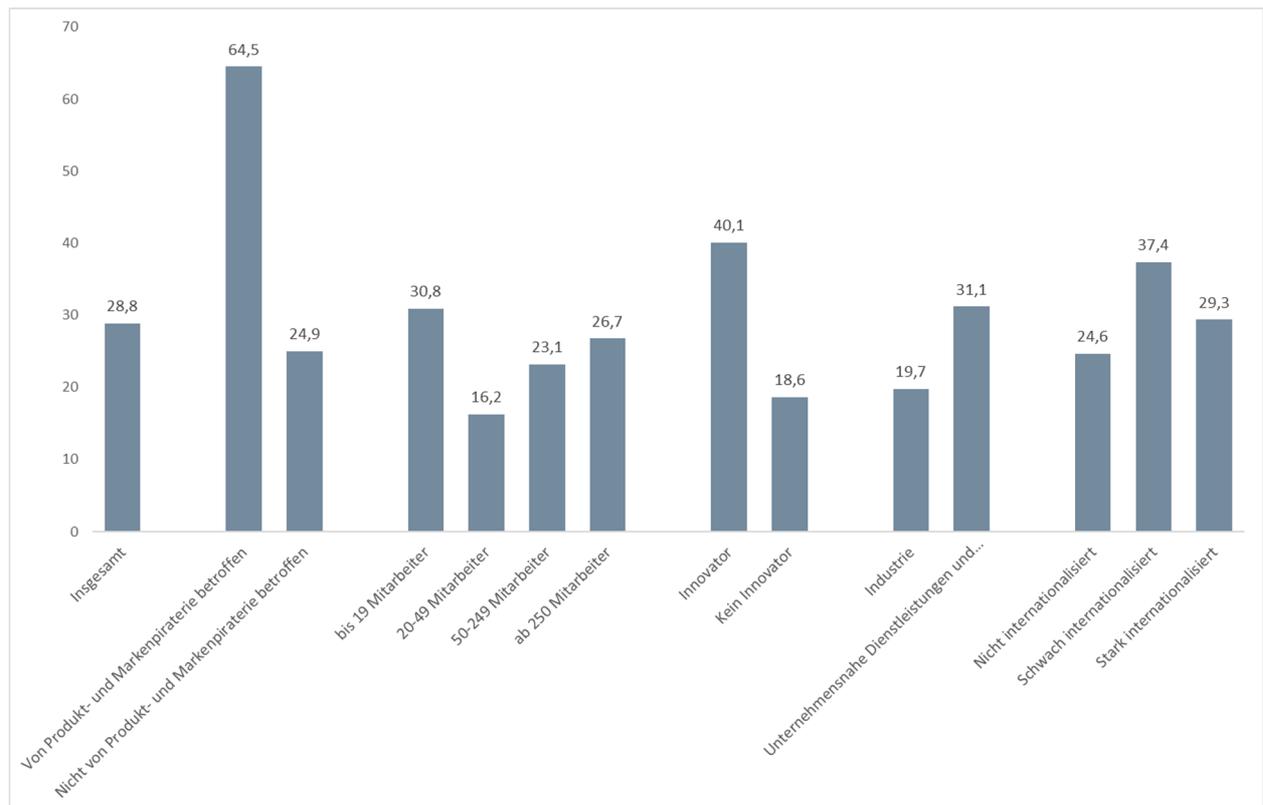
Alternativ zu einer gewerblichen Schutzrechtsanmeldung kann ein Unternehmen versuchen, die exklusive kommerzielle Nutzung seiner Erfindung über eine Strategie der Geheimhaltung zu sichern. Diese Strategie setzt jedoch voraus, dass innovationsrelevantes Wissen unternehmensintern auf eine Gruppe loyaler und diskreter Mitarbeiter beschränkt wird (Hussinger, 2004). Die Strategie der Geheimhaltung verspricht den Vorteil, dass Forschungsergebnisse nicht - wie etwa bei einer Patentanmeldung – offengelegt und somit der Konkurrenz zugänglich gemacht werden müssen. Diese Strategie birgt jedoch die gravierenden Gefahren, den erworbenen Entwicklungsvorsprung entweder

infolge zufälliger Parallelentwicklung durch Konkurrenzunternehmen oder unbeabsichtigter Wissensspillover aufgrund von Personalfuktuation zu verlieren. Infolge der Tatsache, dass innovationsrelevante Betriebsgeheimnisse häufig zu Konkurrenten dringen, läuft das erfindende Unternehmen ohne Patentanmeldung sogar Gefahr, die Nutzungsrechte an seiner eigenen Erfindung zu verlieren, etwa in dem Fall, dass ein Konkurrent ein Patent anmeldet. Insbesondere in kleinen und mittelständischen Unternehmen sind spezifische Innovationskompetenzen oft in Form informellen Know-hows exklusiv an einzelne Mitarbeiter gebunden (Armbruster et al., 2005). In diesen Fällen droht sogar eine vollständige Abwanderung des innovationsrelevanten Wissens, welche durch die mit einer Schutzrechtsanmeldung einhergehende Kodifizierung und mithin unternehmensinterne Bindung des Wissens erfolgreich vermieden werden kann.

Eine Sonderform der Schutzrechte stellen Urheberrechte dar, die im Gegensatz zu gewerblichen Schutzrechten nicht veräußerbar sind (vgl. Erklärkasten). Über Urheberrechte verfügen knapp drei von zehn Unternehmen in Deutschland. Wie nicht anders zu erwarten weist die Branche Medien/IKT mit einer Nutzungsintensität von rund 59 Prozent den höchsten Wert auf. Zu den typischen Produkten und Dienstleistungen dieser Branche zählen Bücher, physische und digitale Tonträger sowie Bilder, für welche das Urheberrecht die einzig mögliche Schutzrechtsform gegen illegale Downloads aber auch sonstige illegale Verbreitung im Internet darstellt. Im Gegensatz zu gewerblichen Schutzrechten müssen Urheberrechte nicht explizit beantragt bzw. angemeldet werden, sondern sie entstehen automatisch. Die Verwendung des Copyright-Zeichens © hat somit eher eine symbolische Bedeutung, indem hierdurch auf ein (automatisch in Kraft tretendes) Urheberrecht hingewiesen wird. In Deutschland erlöschen Urheberrechte 70 Jahre nach dem Tode des Urhebers.

**Abbildung 2-2: Verfügt Ihr Unternehmen über Urheberrechte?**

Antwortkategorie "Ja", in Prozent; Basis: Alle Unternehmen



N = 1.163

Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft, IW-Zukunftspanel, 2017

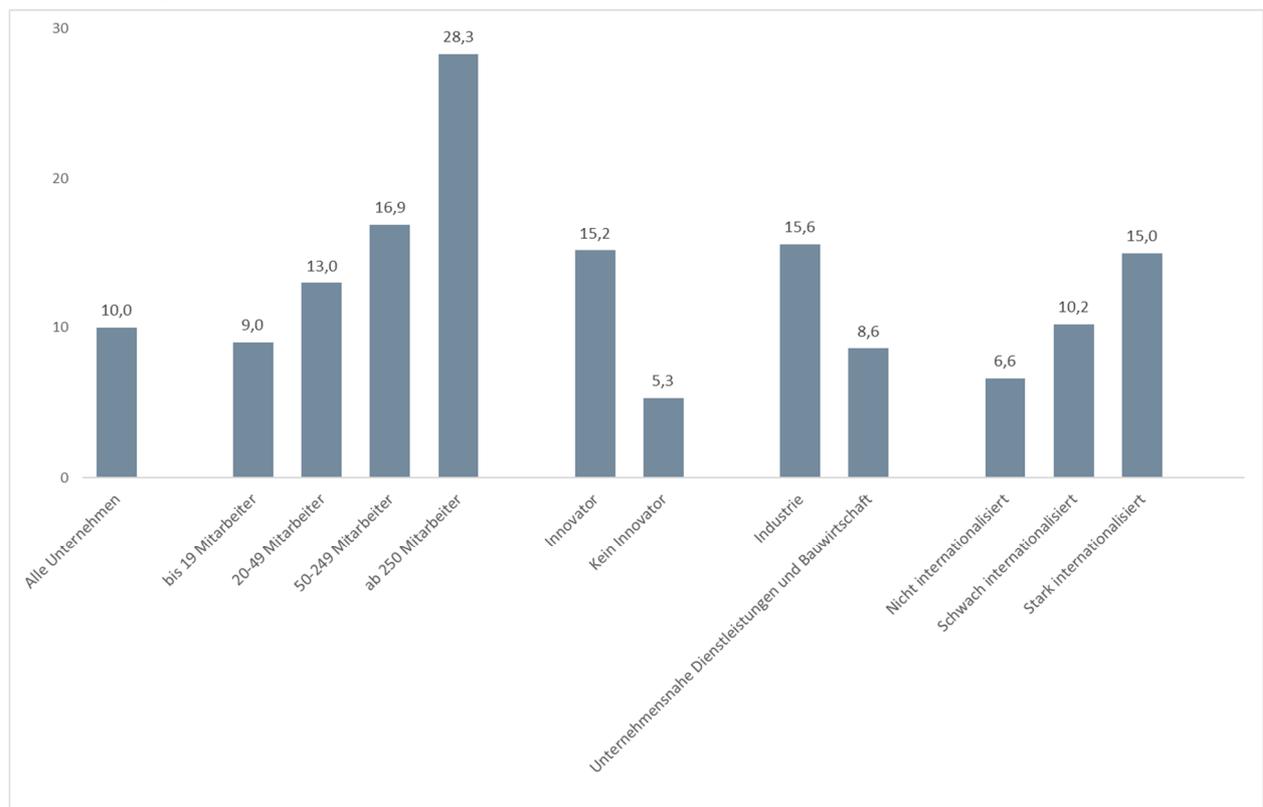
### 3 Betroffenheit von Produkt- und Markenpiraterie

#### 3.1 Betroffenheit nach Unternehmenstyp

Wie Abbildung 3-1 zeigt, sind rund 10 Prozent der Unternehmen in den letzten fünf Jahren von Produkt- und Markenpiraterie betroffen gewesen. Die Betroffenheitswahrscheinlichkeit nimmt stark mit der Unternehmensgröße zu (von 9 auf 28 Prozent). Unter Innovatoren liegt die Betroffenheit dreimal so hoch wie unter Nicht-Innovatoren. Dieses Ergebnis überrascht nicht, denn gerade bei innovativen Unternehmen lohnt sich ein Ideendiebstahl aus Sicht der Schutzrechtsverletzer. Unternehmen aus der Industrie waren deutlich häufiger von Produkt- und Markenpiraterie betroffen als Unternehmen aus den übrigen Branchen. Innerhalb der Industrie waren besonders Unternehmen aus dem Maschinenbau stark betroffen. Dort gab fast jedes dritte Unternehmen an, betroffen gewesen zu sein. Und auch mit dem Grad der Internationalisierung steigt die Betroffenheit deutlich an. Unter dem Strich ist Produkt- und Markenpiraterie in Deutschland folglich leider keine Seltenheit und betrifft in erster Linie große internationalisierte Industrieunternehmen.

**Abbildung 3-1: Ist Ihr Unternehmen in den letzten fünf Jahren von Produkt- und Markenpiraterie betroffen gewesen?**

Antwortkategorie "Ja", in Prozent; Basis: Alle Unternehmen



N = 1.165

Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft, IW-Zukunftspanel, 2017

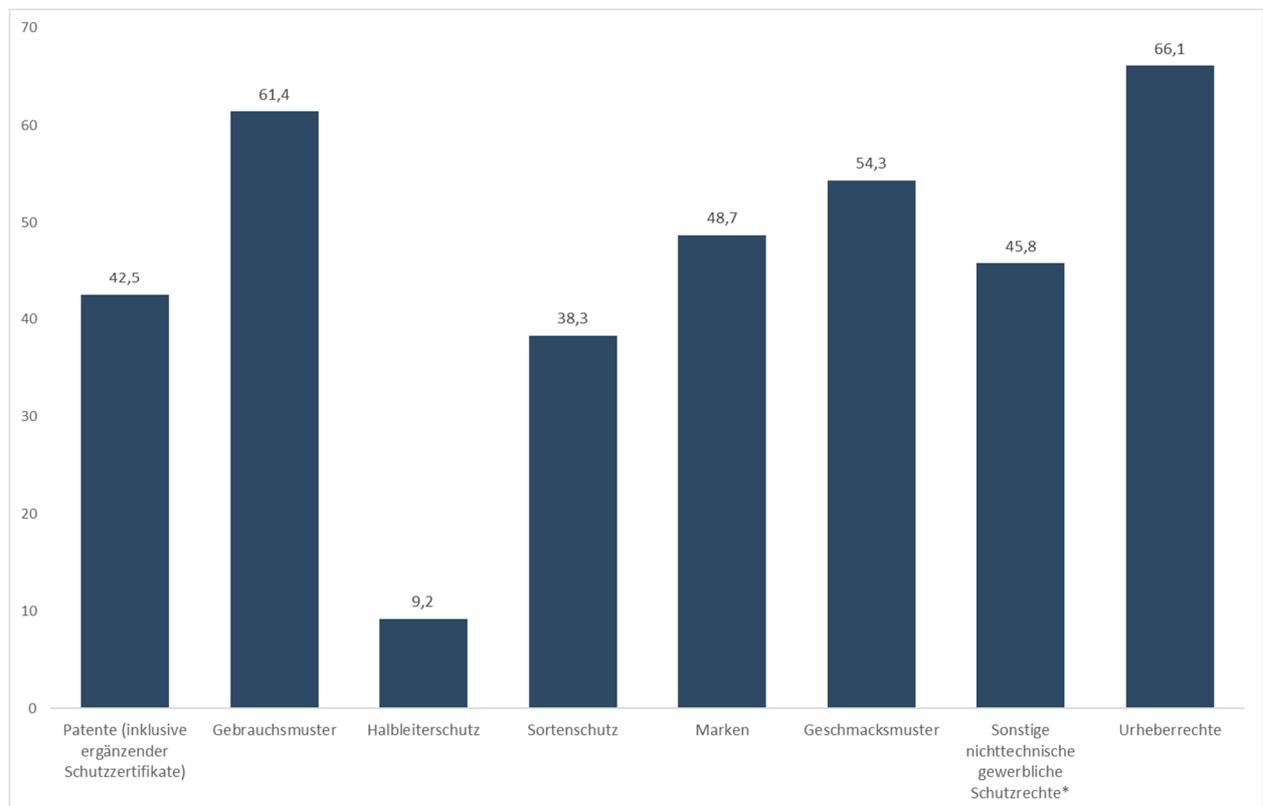
Da die Konsequenzen der Betroffenheit von Produkt- und Markenpiraterie sehr unterschiedlich ausfallen können, wird in Kapitel 4 ein Mechanismus zur Verdichtung und Quantifizierung des resultierenden Schadens anhand einer ökonomischen Kennziffer, konkret Umsatzes, vorgestellt. Im Folgend sollen jedoch zunächst die Schutzrechtsverletzung selbst sowie ihre Verursacher näher analysiert werden.

### 3.2 Durch Produkt- und Markenpiraterie verletzte Schutzrechte

Wesentliche Voraussetzung, um von Produkt- und Markenpiraterie betroffen sein zu können, ist das Vorliegen entsprechender Schutzrechte. Bei der Diskussion um Produkt- und Markenpiraterie muss daher zwischen der rechtlichen und der moralischen Dimension unterschieden werden. Eine rechtlich relevante Schutzrechtsverletzung liegt sogar nur dann vor, wenn die entsprechenden Schutzrechte auch für sämtliche betroffenen Teilmärkte erwirkt wurden. In diesem Zusammenhang obliegt es beispielsweise einem Patentanmelder sicherzustellen, dass ein solcher Schutz für jedes Land gewährleistet ist, in dem die mit einer Erfindung verbundenen Produkte und Dienstleistungen exklusiv produziert, gehandelt, verwertet oder verkauft werden sollen. Exemplarisch entfaltet ein beim Europäischen Patentamt angemeldetes Patent in jedem Vertragsstaat, für den es erteilt ist, dieselbe Wirkung wie ein nationales Patent dieses Vertragsstaates, aber eben auch nur dort (Koppel, 2011). Produziert folglich ein chinesisches Unternehmen unter Verwendung von lediglich in Europa geschütztem Know-how Güter für den US-amerikanischen Markt, so begeht es womöglich eine moralische Verfehlung, nicht jedoch eine Schutzrechtsverletzung. Bei einer solchen oder vergleichbaren Situation handelt es sich folglich nur um „gefühlte“ Produkt- und Markenpiraterie. Durch einen Abgleich von geäußelter Betroffenheit (Abbildung 3-1) und dem Vorliegen entsprechender Schutzrechte (Abbildung 2-2) können in der vorliegenden Studie tatsächliche und gefühlte Betroffenheit unterschieden werden (vgl. auch die Berechnung der ökonomischen Schadensdimension in Kapitel 4). Der Löwenanteil (rund 95 Prozent) der in der vorliegenden Erhebung monierten Produkt- und Markenpiraterie entfällt jedoch auf tatsächliche Betroffenheit, die von den in Abbildung 3-2 dargestellten Schutzrechtsverletzungen ausgelöst wird.

**Abbildung 3-2: Welche Ihrer Schutzrechte sind dabei verletzt worden?**

In Prozent; Basis: Von Produkt- und Markenpiraterie betroffene Unternehmen



\* z.B. geografische Herkunftsangaben, geschäftliche Bezeichnungen

N = 155

Quelle: Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft, IW-Zukunftspanel, 2017

In rund 43 Prozent aller Fälle von Produkt- und Markenpiraterie wurden dabei Patente verletzt, entweder als alleiniges Schutzrecht oder in Kombination mit anderen Schutzrechten. Unter Innovatoren ist die Betroffenheit von Patentverletzungen höher als unter Nicht-Innovatoren. Ein ähnlicher Befund resultiert für Gebrauchsmuster, die (proportional zu ihrer etwas häufigeren Verbreitung) bei rund 62 Prozent aller Fälle von Produkt- und Markenpiraterie verletzt wurden. Markenrechte waren in knapp der Hälfte aller Fälle betroffen. Auch hier stieg die Wahrscheinlichkeit mit der Unternehmensgröße. Innovatoren waren in puncto Markenverletzungen sogar rund sechsmal häufiger betroffen als nicht innovative Unternehmen. Anders als bei Patenten waren Industrieunternehmen mit 38 Prozent seltener von Markenpiraterie betroffen als die Unternehmensnahen Dienstleistungen und die Bauwirtschaft (53 Prozent). Ein ähnliches Muster in Bezug auf Häufigkeit und Betroffenenkreis zeigt sich bei Geschmacksmustern.

Bei zwei Dritteln aller von Produkt- und Markenpiraterie betroffenen Unternehmen wurden (auch) Urheberrechte verletzt. Als einzige Schutzrechtsart zeigt sich bei Urheberrechten nahezu kein Einfluss der Unternehmensgröße. Kleine Unternehmen (68 Prozent) waren dabei ebenso stark betroffen wie multinational agierende Konzerne. Umso größer fallen die Unterschiede zwischen den Branchen aus. Nicht-Industrieunternehmen waren mit 71 Prozent deutlich häufiger betroffen als Industrieunternehmen. Halbleiter- und Sortenschutzrechte sind gemessen an ihrer geringen Verbreitung bei vergleichsweise vielen betroffenen Unternehmen Ursache der Produkt- und Markenpiraterie. Ergänzende Studien zum Thema Produkt- und Markenpiraterie zeigen, dass es sich bei den Verletzern von Schutzrechten in erster Linie um direkte Konkurrenzunternehmen handelt (VDA, 2016).

### 3.3 Verursacherländer der Schutzrechtsverletzungen

Abbildung 3-3 zeigt, welchen Ländern bzw. Regionen der Welt die Verursacher von Produkt- und Markenpiraterie aus Sicht der betroffenen deutschen Unternehmen zugeordnet werden. Ausgewiesen sind die prozentualen Werte der Antwortkategorie „In hohem Maße“. 53 Prozent aller von Produkt- und Markenpiraterie betroffenen deutschen Unternehmen geben an, dass die entsprechenden Verursacher in hohem Maße dem Ausland zuzuordnen sind. In einer regionalen Aufspaltung wird wie zu erwarten insbesondere China (37 Prozent) genannt. Mit deutlichem Abstand folgen Osteuropa (20 Prozent) sowie sonstige Länder Asiens (15 Prozent).

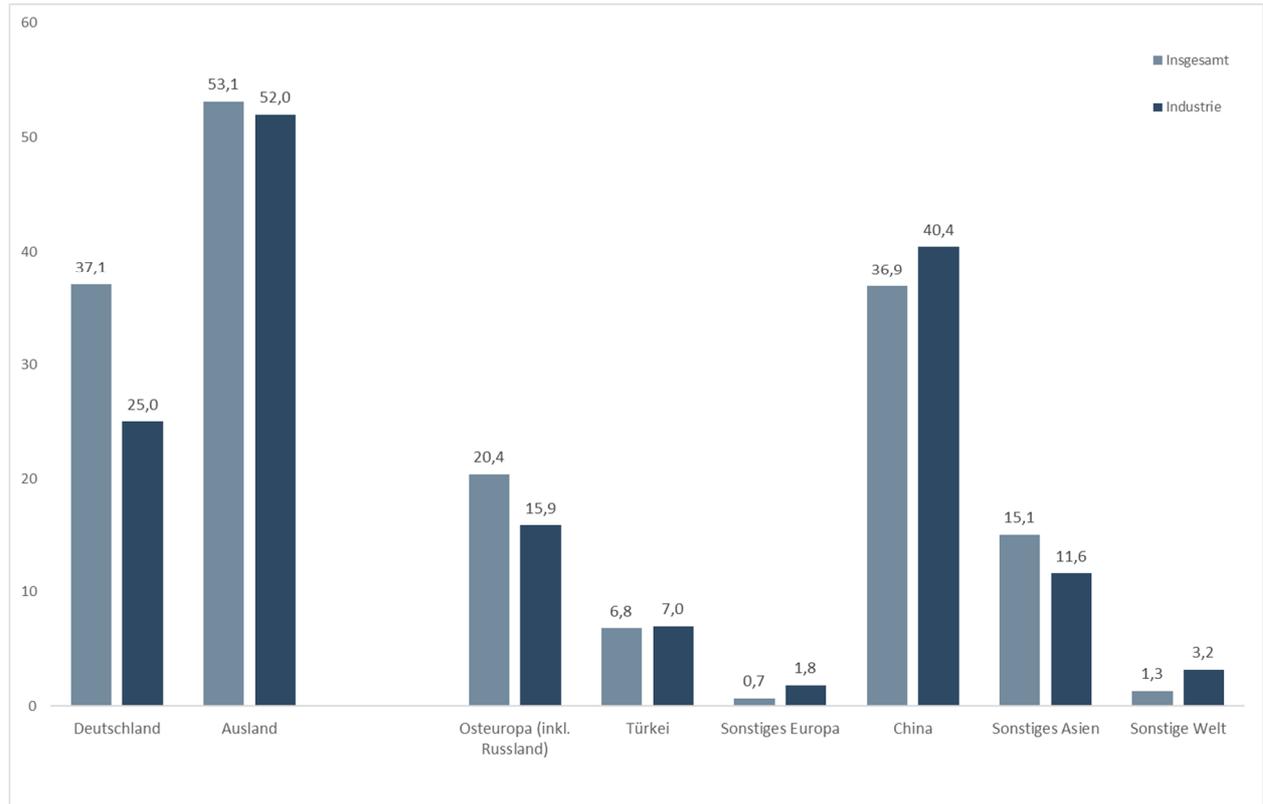
Auf den ersten Blick mag die hohe Bedeutung von Deutschland selbst als Quelle von Schutzrechtsverletzungen überraschen. Der Großteil der befragten Unternehmen ist vergleichsweise klein und verfügt über keine internationale Geschäftstätigkeit, so dass auch ihre Konkurrenten und damit in der Regel auch potenziellen Hauptverursacher von Produkt- und Markenpiraterie ausschließlich in Deutschland zu finden sein können. Die Kategorie „Deutschland“ als in hohem Maße Heimat der Verursacher rekrutiert sich daher aus zahlreichen, jedoch insbesondere kleineren, weniger innovativen oder nur schwach internationalisierten deutschen Unternehmen. Aus Sicht größerer, innovativer oder stark internationalisierter Unternehmen sind die Verursacher von Schutzrechtsverletzungen vergleichsweise selten in Deutschland, sondern nahezu ausschließlich im Ausland und insbesondere in China zu finden. Die Daten sollten daher so interpretiert werden, dass bei der Diskussion um Produkt- und Markenpiraterie keinesfalls außer Acht gelassen werden sollte, dass Schutzrechtsverletzungen in ärgerlich hohem Maße auch zwischen deutschen Unternehmen stattfinden. Hier sind Staat und Ordnungsbehörden hierzulande gefordert, um die Durchsetzung von Schutzrechten zu gewähren und Abhilfe zu leisten. Das aus volkswirtschaftlicher Sicht relevante Ausmaß an Produkt- und Markenpiraterie findet jedoch seitens ausländischer Verursacher statt.

Letzteres wird auch bei einer separaten Betrachtung der Industrieunternehmen deutlich, bei denen lediglich ein Viertel der von Produkt- und Markenpiraterie betroffenen Unternehmen die Verursacher in hohem Maße in Deutschland verorten, ein doppelt so hoher Anteil jedoch im Ausland. Insbesondere die

hochinnovativen Branche der Metall- und Elektroindustrie wie der Maschinen- und Fahrzeugbau oder die Elektroindustrie sehen China als relevantestes Ursprungsland für Schutzrechtsverletzungen.

**Abbildung 3-3: Im Hinblick auf die Betroffenheit Ihres Unternehmens im Bereich Produkt- und Markenpiraterie: In welchem Maße sind die Verursacher den folgenden Ländern/Regionen zuzuordnen?**

Anteil der Kategorie "In hohem Maße", in Prozent; Basis: Von Produkt- und Markenpiraterie betroffene Unternehmen



Mögliche Antwortkategorien: In hohem Maße, In mittlerem Maße, In geringem Maße, Gar nicht, Weiß nicht

Insgesamt: N = 180; Industrie: N = 131

Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft, IW-Zukunftspanel, 2017

## 4 Volkswirtschaftlicher Schaden durch Produkt- und Markenpiraterie

Um den durch Produkt- und Markenpiraterie entstandenen Schaden quantifizieren zu können, sollten die von Produkt- und Markenpiraterie betroffenen Unternehmen angeben, auf wie viel Prozent ihres Jahresumsatzes sie den Schaden schätzen, der ihnen im Jahr 2016 durch Produkt- oder Markenpiraterie entstanden ist. Im (ungewichteten) Mittelwert aller 178 antwortenden Unternehmen lag der entsprechende Schadensanteil gemessen am Umsatz bei 12,3 Prozent. Der Median lag bei 5 Prozent, das heißt, 50 Prozent aller von Produkt- und Markenpiraterie betroffenen Unternehmen gaben einen höheren, die anderen 50 Prozent einen geringeren Schaden als 5 Prozent ihres Umsatzes an.

Für die Berechnung des aus Produkt- und Markenpiraterie entstandenen Schadens wurde notwendigerweise eine Gewichtung vorgenommen, das heißt, die prozentualen Schadensangaben wurden umsatzgewichtet. Als Rechenbeispiel diene eine fiktive Volkswirtschaft mit 10 Unternehmen, von denen 2 von Produkt- und Markenpiraterie betroffen seien, die übrigen 8 hingegen nicht. Unternehmen 1 weise einen Jahresumsatz in Höhe von 100 Millionen und einen Schaden in Höhe von 5 Prozent seines Umsatzes aus, Unternehmen 2 einen Jahresumsatz in Höhe von 10 Millionen und einen Schaden in Höhe von 10 Prozent seines Umsatzes. Der Umsatz der übrigen 8 Unternehmen belaufe sich auf je 50 Millionen Euro. In diesem Fall läge der umsatzgewichtete Schadensmittelwert der Gruppe der betroffenen Unternehmen bei 5,45 Prozent des Umsatzes, der umsatzgewichtete Mittelwert aller Unternehmen dagegen bei 1,18 Prozent (volkswirtschaftlich 6 Millionen Schaden bezogen auf volkswirtschaftlich 510 Millionen Umsatz). Tabelle 4-1 weist die Berechnung des durch Produkt- und Markenpiraterie entstandenen Schadens auf Basis der gewichteten realen Angaben der Unternehmen für die deutsche Volkswirtschaft aus.

**Tabelle 4-1: Volkswirtschaftlicher Schaden durch Produkt- und Markenpiraterie**

Jahr 2016

Umsatz aller Unternehmen aus den analysierten Branchen, in Milliarden Euro	5.187
Durchschnittlicher Schaden, der den betroffenen Unternehmen durch Produkt- und Markenpiraterie entstanden ist (umsatzgewichtet), in Prozent des Jahresumsatzes	5,7
Durchschnittlicher Schaden, der allen Unternehmen durch Produkt- und Markenpiraterie entstanden ist (umsatzgewichtet), in Prozent des Jahresumsatzes	1,1
Davon: Durch „gefühlte“ Produkt- und Markenpiraterie (d.h. ohne Vorliegen entsprechender Schutzrechte), in Prozent des Jahresumsatzes	0,05
<b>Volkswirtschaftlicher Schaden Deutschlands durch Produkt- und Markenpiraterie (in Milliarden Euro)</b>	<b>54,5</b>
Zusätzlicher „gefühlter“ Schaden durch Produkt- und Markenpiraterie, in Milliarden Euro	2,6
Entgangene Arbeitsplätze (Vollzeit)	500.000

Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft, IW-Zukunftspanel, 2017, Statistisches Unternehmensregister

Eine Erhebung aus dem Statistischen Unternehmensregister ergibt, dass die im Rahmen des IW-Zukunftspanel abgedeckten Branchen und Wirtschaftszweige im Jahr 2016 einen kumulierten Umsatz in Höhe von rund 5,2 Billionen Euro erwirtschaftet haben. Der durchschnittliche Schaden eines Unternehmens aus diesen Branchen, welches selbst von Produkt- und Markenpiraterie betroffen war, belief sich auf 5,5 Prozent des Umsatzes. Da jedoch nur ein Teil aller Unternehmen von Produkt- und

Markenpiraterie betroffen sind (s. Abbildung 3-1), beträgt der durchschnittliche Schaden aller Unternehmen 1,1 Prozent des Umsatzes.

Durch einen Abgleich von subjektiver Betroffenheit (Abbildung 3-1) und dem Vorliegen entsprechender Schutzrechte (Abbildung 2-2) können darüber hinaus tatsächliche und gefühlte Betroffenheit unterschieden werden. Entsprechend kann der obige durchschnittliche Schaden aller Unternehmen in Höhe von 1,1 Prozent des Umsatzes differenziert werden in 1,05 Prozent tatsächlichen (i.S.v. durch Schutzrechtsverletzungen ausgelösten) Schadens sowie 0,05 Prozent lediglich „gefühlten“ (i.S.v. ohne Vorliegen von Schutzrechten und folglich auch Schutzrechtsverletzungen ausgelösten) Schadens. Wenn folglich ein Unternehmen in der vorliegenden Erhebung angegeben hat, von Produkt- und Markenpiraterie betroffen gewesen zu sein, so war diese Betroffenheit in der Regel auch tatsächlich durch Schutzrechtsverletzungen gedeckt.

In der Konsequenz hat die deutsche Volkswirtschaft zuletzt einen volkswirtschaftlichen Schaden in Höhe von 54,5 Milliarden Euro erlitten. Darüber hinaus resultierte ein Schaden in Höhe von 2,6 Milliarden Euro, der mangels der Verwendung von Schutzrechten durch die betroffenen Unternehmen jedoch lediglich als gefühlt bezeichnet werden kann.

Neben dem unmittelbaren Umsatzverlust für die betroffenen Unternehmen äußert sich der Schaden aus Produkt- und Markenpiraterie auch mittelbar in der Tatsache, dass in diesem Umfang Arbeitsplätze bei deutschen Unternehmen wegfallen, die andernfalls geschaffen werden würden. Um ein Gespür für die Dimension dieses nachgelagerten Problems zu bekommen, müssen die entstandenen Umsatzverluste entsprechend der durchschnittlichen Pro-Kopf-Wertschöpfung eines Erwerbstätigen auf die Beschäftigung umgerechnet werden. Grundlage der Berechnung sind die amtlichen Daten der Inlandsproduktberechnung (Statistisches Bundesamt, 2018). Bezieht man die durchschnittliche Bruttowertschöpfung pro Arbeitsstunde eines Erwerbstätigen, die über den Lohn hinaus nicht zuletzt sämtliche Sozialleistungen eines Beschäftigten beinhaltet, im Rahmen einer vollzeitäquivalenten Umrechnung (220 Arbeitstage à 8 Arbeitsstunden) auf das Schadensniveau, so sind der deutschen Volkswirtschaft in Folge von Produkt- und Markenpiraterie zuletzt rund 500.000 Arbeitsplätze entgangen.

## 5 Handlungsempfehlungen zur Verbesserung des Schutzes vor Produkt- und Markenpiraterie

„In Deutschland gilt der Grundsatz der Nachahmungsfreiheit. Das heißt, dass jedermann grundsätzlich fremde Erzeugnisse, Verfahren und Marken kopieren darf. [...] Nur der Inhaber besonderer Schutzrechte kann Dritten den Nachbau und die gewerbliche Benutzung seines geschützten Produktes bzw. seiner geschützten Marke untersagen. Neben der Herstellung kann der Schutzrechtsinhaber auch den Vertrieb durch Dritte oder das bloße Anbieten oder Bewerben der nachgeahmten Produkte verbieten. Zudem kann er von dem Plagiator verlangen, die Schutzrechtsverletzung zu unterlassen und Schadensersatz für bereits vertriebene Ware fordern. Er hat einen Auskunftsanspruch über die Herkunft der Produkte und kann sogar die Vernichtung noch vorhandener Erzeugnisse erreichen.“ (AUMA, 2018)

Wie der obige Textkasten illustriert, sind zunächst die Unternehmen selbst gefordert, Schutzrechte zu verwenden. Doch in einigen Bereichen bestehen noch immer Defizite in puncto Durchsetzung dieser Schutzrechte. Allen voran auf Messen im Ausland aber auch im Internet sehen sich deutsche Unternehmen mit Plagiaten der Konkurrenz konfrontiert und erfahren gelegentlich keine ausreichende Unterstützung, um diese Plagiate wirksam zu bekämpfen. Abbildung 5-1 gibt einen Überblick über die gewünschten Maßnahmen zur Verbesserung des Schutzes vor Produkt- und Markenpiraterie.

**Abbildung 5-1: In welchen Bereichen sehen Sie Handlungsbedarfe zur Verbesserung des Schutzes vor Produkt- und Markenpiraterie?**

Antwortkategorien "Trifft zu" und "Trifft eher zu", in Prozent; Basis: Alle Unternehmen



\* Markenschutzprogrammen: z.B. das Verifizierte Rechteinhaber-Programm (VeRI) von eBay

Mögliche Antwortkategorien: Trifft zu, Trifft eher zu, Trifft eher nicht zu, Trifft nicht zu

N = 1.024

Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft, IW-Zukunftspanel, 2017

Adressaten der obigen Frage waren alle Unternehmen, also nicht nur die selbst von Produkt- und Markenpiraterie betroffenen. Adressatin der resultierenden Forderungen ist in erster Linie die deutsche Bundespolitik. Generell wird sämtlichen abgefragten Bereichen Handlungsbedarf attestiert. Generell priorisiert werden dabei Maßnahmen, die bereits früh in der Wirkungskette der Produkt- und Markenpiraterie ansetzen, etwa bei der Erstellung der Plagiate vor Ort, aber auch bei der Sensibilisierung der potenziellen Käufer von Plagiaten. Industrieunternehmen wünschen sich in erster Linie eine Beämpfung der Produkt- und Markenpiraterie auf der Entstehungsseite und vor Ort.

## **5.1 Bilaterale Abkommen**

Die höchste Priorisierung erhält das Thema der internationalen Zusammenarbeit bei der Gesetzgebung (69 Prozent). Wie Abbildung 5-1 zeigt, ist das Fehlen bzw. die mangelhafte Umsetzung bi- oder multilateraler internationaler Abkommen zum Schutz des geistigen Eigentums aus Sicht der Unternehmen der dringlichste Handlungsbereich für die Politik. Diese Priorisierung wird auch in vergleichbaren Studien zum Thema Produkt- und Markenpiraterie bestätigt (VDMA, 2016, 2018). Mit der Situation in Deutschland und der Europäischen Union zeigen sich die Unternehmen erfahrungsgemäß zufrieden, doch werden insbesondere gravierende Probleme bei der Durchsetzung von geistigen Eigentumsrechten in China moniert. Hier steht die Bundesregierung in der Pflicht, auf ein entsprechendes Abkommen mit Peking zu drängen und einen wirksameren Schutz deutscher Schutzrechte vor Ort in China zu erwirken. Zwar hat insbesondere das chinesische Patentsystem in den zurückliegenden Jahren deutlich an Qualität gewonnen (was nicht zuletzt auch der Kooperation des Deutschen Patent- und Markenamtes mit dem chinesischen SIPO geschuldet sein dürfte), doch gibt es in puncto Durchsetzung deutscher Schutzrechte in China noch viel zu tun. Aber auch innerhalb Deutschlands respektive innerhalb des Europäischen Binnenmarktes sollten höhere Strafen, etwa die standardmäßige Übernahme der gesamten Prozesskosten durch überführte Plagiatoren bis hin zu temporären oder dauerhaften Berufs- und Verkaufsverboten. International tätige Unternehmen sehen mit 90 Prozent Priorisierung im Bereich der bilateralen Abkommen einen nochmals größeren Handlungsbedarf als kleine und mittelständische Unternehmen. Dieses Ergebnis reflektiert die Tatsache, dass global agierende Unternehmen naturgemäß im Ausland deutlich stärker von Produkt- und Markenpiraterie betroffen sind.

## **5.2 Konsumenten sensibilisieren**

Nahezu ebenso hoch wie die Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie auf der Entstehungs- respektive Angebotsseite wird deren Bekämpfung auf der Nachfrageseite priorisiert. Erst durch das Erwerben von Plagiaten durch Kunden (Privatpersonen und Unternehmen) und das hiermit verbundene Nichterwerben eines Originals werden Plagiate zu einem gravierenden Problem für die Hersteller der Originale. Die gemäß Abbildung 5-1 priorisierten Sensibilisierungsmaßnahmen für die Öffentlichkeit bedeuten folglich nichts anderes, als die Nachfrageseite erfolgreicher in dem Bewusstsein stärken, dass der Erwerb von Plagiaten nicht weniger als einen Straftatbestand darstellt. Neben dem moralischen Appell an Fairness sollte jedoch auch verstärkt auf die gravierenden Folgen hingewiesen werden, die mit Plagiaten einhergehen können. Wie die aktuellste Studie des VDMA (VDMA, 2018) eindrücklich zeigt, gehen von der Hälfte aller Plagiate Gefährdungen für Menschen oder Umwelt aus. Die Beispiele hierfür reichen von plagiierterem Maschinenöl, welches zu technischen Schädigungen von Produktionsanlagen führt, bis hin zu plagiierten Handtaschen, bei deren Fälschung unsachgemäße Chemikalien eingesetzt werden, die schwere Hautschädigungen hervorrufen.

Insbesondere Unternehmen der Medien/IKT priorisieren besonders stark eine Sensibilisierung der Öffentlichkeit (in diesem Falle der Privatkunden/Endnutzer) durch Informationskampagnen der Politik, was angesichts der Betroffenheit dieser Branche von illegalen Downloads auch gerechtfertigt erscheint.

### 5.3 Verpflichtende Anwendung von Markenschutzprogrammen durch Plattformen

Internet-Plattformen sind und bleiben einer der Hauptvertriebswege für Plagiate. Entsprechend räumen rund 60 Prozent aller befragten Unternehmen der Anwendung von Markenschutzprogrammen durch diese Plattformen eine sehr hohe Priorität ein. So genannte Markenschutzprogramme können helfen, den Missbrauch durch Produkt- und Markenpiraterie einzudämmen. Eines der in Deutschland ersten dieser Programme war das Verifizierte Rechteinhaber-Programm (VeRI) von eBay, welches Schutzrechtsinhaber beim Melden und Entfernen von Plagiaten unterstützt.

Durch Markenschutzprogramme können Rechteinhaber auf rechteevertzende Angebote hinweisen und deren Entfernung verlangen. Ähnlich wie der Mechanismus im Fall von Messen ist die Voraussetzung für eine Entfernung, dass der Rechteinhaber auf das konkrete Angebot und die konkrete Art der Rechteevertzung aufmerksam macht und seine Schutzrechte dokumentieren kann (Kopie der Markenrolle, Urkunde des Patentamtes, etc.). Zwar müssen sich Rechteinhaber, deren Schutzrechte verletzt wurden, zur Einforderung von Schadensersatz sowie alle weiteren Maßnahmen, die über die Entfernung des Angebotes hinausgehen, an den Plagiator wenden, doch können solche Markenschutzprogramme zumindest dabei helfen, einen der Hauptvertriebswege für Plagiatoren zu erschweren und den entsprechenden Umsatz mit Plagiaten zu reduzieren. Da noch längst nicht alle Internet-Plattformen, auf denen Plagiate gehandelt werden, ein derartiges Markenschutzprogramm verwenden, sollte ein solches gesetzlich verpflichtend sein.

### 5.4 Unterstützung durch Behörden und Messegesellschaften

Neben bilateralen Abkommen wird auf der Angebots-/Entstehungsseite von Plagiaten auch eine bessere Unterstützung deutscher Unternehmen durch Gerichte im Schädigungsfall angemahnt. Die Erkenntnisse aus VDMA (VDMA, 2018) ergänzen in diesem Punkt, dass während rund zwei Drittel der Unternehmen gute Erfahrungen mit deutschen Behörden und Messebetreibern gemacht haben, dies auf internationalem Parkett nur bei rund einem von acht Unternehmen der Fall ist. Auf deutschen Messen funktioniert die Durchsetzung von Schutzrechten folglich gut in dem Sinne, dass Schutzrechtsverletzern im Großen und Ganzen effektiv und zeitnah das Handwerk gelegt werden kann. Dabei spielt das Zusammenwirken mehrerer Institutionen eine wichtige Rolle.

„Die Praxis hat gezeigt, dass insbesondere einstweilige Verfügungen bei der Feststellung von Plagiatsprodukten äußerst effektiv sind. Die örtlichen Gerichte sind auf Messeverfügungen eingestellt und erlassen diese oft innerhalb weniger Stunden am selben Tag der Beantragung. Für die Zustellung und ggf. Vollstreckung stehen i. d. R. sog. Messegerichtsvollzieher bereit. Als gerichtlicher Titel mit Strafandrohung beeindruckt die einstweilige Verfügung meist derart, dass sich an den darin enthaltenen Untersagungsausspruch gehalten wird und die Produkte vom Stand genommen werden.“ (JONAS, 2018)

Insbesondere bei internationalen Messen und im Konkreten bei der Zusammenarbeit mit Messebetreibern bezüglich plagiierender Aussteller besteht noch die Notwendigkeit von Verbesserungen. Anträge auf Razzien sollten während der gesamten Messedauer zugelassen werden, so dass auf neue Plagiatoren

zeitnah reagiert werden kann. Auch sollte wiederholten Plagiatoren ein Teilnahmeverbot ausgesprochen werden.

## 5.5 Zoll- und Einfuhrkontrollen

Zollbehörden können Plagiate und generell Waren, die Schutzrechte verletzen, nur auf Antrag des Inhabers eines betroffenen Schutzrechts anhalten. Hierzu ist ein entsprechender Antrag auszufüllen, der aus Sicht der Unternehmen jedoch keinerlei überbordendes bürokratisches Hemmnis darstellt. Wichtig für das Verständnis ist, dass die Zollbehörden die Einfuhr von Plagiaten in der Regel nur an den Grenzen des EU-Binnenmarktes aufzuspüren vermögen. Aufgrund der Freizügigkeit besteht innerhalb des EU-Binnenmarktes nur noch sehr eingeschränkt die Möglichkeit, Plagiate aufzuspüren.

Im Ergebnis weisen die deutschen Unternehmen dem Thema einer Erhöhung der Prüfhäufigkeit und -intensität bei Zoll- und Einfuhrkontrollen die niedrigste Priorisierung zu, wenngleich sie dies mit einer Nennung von 55 Prozent noch immer auf einem dringlichen Niveau unterstreichen. Unter dem Strich jedoch attestieren die deutschen Unternehmen den Zollbehörden (insbesondere dem deutschen Zoll) eine gute Arbeit und erkennen an, dass in den zurückliegenden Jahren nennenswerte Erfolge (etwa im Bereich des effizienteren Abgleichs in Form neuer digitalisierter Produktdatenbanken) erzielt werden konnten. Des Weiteren erscheint eine Erhöhung der Prüfhäufigkeit/-intensität über das praktizierte Niveau qualifizierter Stichproben hinaus angesichts des großen und weiter steigenden Handelsvolumens kaum darstellbar, würde damit doch auch nicht zuletzt ein extrem hoher finanzieller Aufwand einhergehen. Neben der Containerschifffahrt gewinnen Postkontrollen zunehmend an Bedeutung. So laufen nur noch etwa 10 Prozent des internationalen Handels mit nachgeahmten und unerlaubt hergestellten Waren über den Seeweg, zwei Drittel hingegen über den Postweg (OECD / EUIPO, 2016). Dabei nutzen Hersteller von Fälschungen zunehmend kleine Postsendungen, einerseits wegen der wachsenden Bedeutung des elektronischen Handels und andererseits, um das Risiko und die finanziellen Konsequenzen einer Entdeckung zu minimieren. Eine Aufstockung des Zollpersonals zu Prüfzwecken ist angesichts des zunehmenden und immer kleinteiligeren Handels mit Plagiaten unabdingbar.

„Juristische Regelungen allein sind nicht ausreichend, um sich gegen Produktpiraterie zu wehren. Ein erfolgreicher Schutz vor Produktpiraterie ist nur durch eine Integration von konstruktiven, produktionsbezogenen und IT-basierten Ansätzen zu erreichen.“ (VDMA, 2016)

Unter dem Strich kann eine erfolgreiche Strategie gegen Produkt- und Markenpiraterie nur aus einem ganzen Bündel aufeinander abgestimmter Einzelmaßnahmen bestehen. Die obige Aussage betont daher zurecht die Bedeutung eines kombinierten Einsatzes von juristischen Schutzrechten und technischen Abwehrmaßnahmen, die ein Reverse Engineering, also ein Aufschrauben und Nachbauen, erschweren oder im Idealfall gar verhindern. Die obige Aussage sollte unbedingt auch so verstanden werden, dass sich juristische Schutzrechte und technische Schutzmaßnahmen in ihrer positiven Wirkung gegenseitig ergänzen. Keinesfalls jedoch können technische Schutzmaßnahmen juristische Schutzrechte obsolet machen. Produkt- und Markenpiraterie setzt die Verletzung juristischer Schutzrechte voraus. Verzichtet ein Unternehmen auf Schutzrechte und kopiert ein Konkurrent eine Idee oder gar ein ganzes Produkt, so handelt es sich dabei lediglich um ein gefühltes, nicht jedoch um ein tatsächliches Vergehen. Um Produkt- und Markenpiraterie einzudämmen zu können, müssen durch Unternehmen „rechtliche Schutzvorkehrungen in Form von Schutzrechtsanmeldungen in den jeweiligen Märkten vorgenommen werden“ (VDA, 2016).

## Anhang

**Tabelle 5-1: Im Rahmen des IW-Zukunftspanels erfasste Branchen/Wirtschaftsabteilungen**

Klassifikation der Wirtschaftszeige 2008

10	Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln
11	Getränkeherstellung
12	Tabakverarbeitung
13	Herstellung von Textilien
14	Herstellung von Bekleidung
15	Herstellung von Leder, Lederwaren und Schuhen
16	Herstellung von Holz-, Flecht-, Korb- und Korkwaren (ohne Möbel)
17	Herstellung von Papier, Pappe und Waren daraus
18	Herstellung von Druckerzeugnissen; Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern
19	Kokerei und Mineralölverarbeitung
20	Herstellung von chemischen Erzeugnissen
21	Herstellung von pharmazeutischen Erzeugnissen
22	Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren
23	Herstellung von Glas und Glaswaren, Keramik, Verarbeitung von Steinen und Erden
24	Metallerzeugung und -bearbeitung
25	Herstellung von Metallerzeugnissen
26	Herstellung von Datenverarbeitungsgeräten, elektronischen und optischen Erzeugnissen
27	Herstellung von elektrischen Ausrüstungen
28	Maschinenbau
29	Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen
30	Sonstiger Fahrzeugbau
31	Herstellung von Möbeln
32	Herstellung von sonstigen Waren
33	Reparatur und Installation von Maschinen und Ausrüstungen
35	Energieversorgung
36	Wasserversorgung
37	Abwasserentsorgung
38	Sammlung, Behandlung und Beseitigung von Abfällen; Rückgewinnung
39	Beseitigung von Umweltverschmutzungen und sonstige Entsorgung
41	Hochbau
42	Tiefbau
43	Vorbereitende Baustellenarbeiten, Bauinstallation und sonstiges Ausbaugewerbe
46	Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)
49	Landverkehr und Transport in Rohrfernleitungen
50	Schifffahrt
51	Luftfahrt
52	Lagerei sowie Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für den Verkehr
53	Post-, Kurier- und Expressdienste
58	Verlagswesen
59	Herstellung, Verleih und Vertrieb von Filmen und Fernsehprogrammen; Kinos; Tonstudios und Verlegen von Musik

60	Rundfunkveranstalter
61	Telekommunikation
62	Erbringung von Dienstleistungen der Informationstechnologie
63	Informationsdienstleistungen
69	Erbringung von Finanzdienstleistungen
70	Versicherungen, Rückversicherungen und Pensionskassen (ohne Sozialversicherung)
71	Mit Finanz- und Versicherungsdienstleistungen verbundene Tätigkeiten
72	Grundstücks- und Wohnungswesen
73	Rechts- und Steuerberatung, Wirtschaftsprüfung
74	Verwaltung und Führung von Unternehmen und Betrieben; Unternehmensberatung
75	Architektur- und Ingenieurbüros; technische, physikalische und chemische Untersuchung
77	Forschung und Entwicklung
78	Werbung und Marktforschung
79	Sonstige freiberufliche, wissenschaftliche und technische Tätigkeiten
81	Vermietung von beweglichen Sachen
82	Vermittlung und Überlassung von Arbeitskräften

Quelle: IW-Zukunftspanel, 2017; Statistisches Bundesamt, 2010

## Literaturverzeichnis

Armbruster, Heidi / Kinkel, Steffen / Kirner, Eva / Wengel, Jürgen, 2005, Innovationskompetenz auf wenigen Schultern – Wie abhängig sind Betriebe vom Wissen und den Fähigkeiten einzelner Mitarbeiter? Mitteilungen aus der Produktinnovationserhebung, Nr. 35, Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung

AUMA - Ausstellung- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V., 2018, Plagiate auf Messen, URL: <https://www.auma.de/de/ausstellen/recht/plagiate-auf-messen> [zuletzt aufgerufen am 27.11.2018]

EUIPO – Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum, 2018, Quantifizierung von Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums, URL: <https://euipo.europa.eu/ohimportal/de/web/observatory/quantification-of-ipr-infringement> [zuletzt aufgerufen am 17.12.2018]

Hussinger, Katrin, 2004, Is silence golden? Patents versus Secrecy at the Firm Level, ZEW Discussion Paper No. 04-78, Mannheim

IW-Zukunftspanel, 2017, 29. Welle, Dezember 2017, Teildatensatz, Stichprobenumfang: 1.163 Unternehmen

JONAS Rechtsanwalts-gesellschaft, 2018, Sofortmaßnahmen bei Ausstellung von Piraterieware, URL: <http://www.jonas-lawyers.com/admin/uploads-dateien/1421844249sofortmassnahmen.pdf> [zuletzt aufgerufen am 27.11.2018]

Koppel, Oliver, 2011, Patente. Unverzichtbarer Schutz des geistigen Eigentums in der globalisierten Wirtschaft, IW-Positionen, Nr. 48, Köln

OECD / EUIPO, 2016, Trade in Counterfeit and Pirated Goods - Mapping the Economic Impact, Paris

Rammer, Christian / Berger, Marius / Doherr, Thorsten / Hud, Martin / Hünermund, Paul / Iferd, Younes / Peters, Bettina / Schubert, Torben, 2017, Innovationsverhalten der deutschen Wirtschaft: Indikatorenbericht zur Innovationserhebung 2016, Mannheim

Statistisches Bundesamt, 2010, Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2008 (WZ 2008), Wiesbaden

Statistisches Bundesamt, 2018, Inlandsproduktsberechnung - Detaillierte Jahresergebnisse (endgültige Ergebnisse) 2017 - Fachserie 18 Reihe 1.4, Wiesbaden

VDMA - Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau, 2018, VDMA Studie Produktpiraterie 2018, Frankfurt

VDMA - Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau, 2016, VDMA Studie Produktpiraterie 2016, Frankfurt

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 4-1: Volkswirtschaftlicher Schaden durch Produkt- und Markenpiraterie .....	13
Tabelle 5-1: Im Rahmen des IW-Zukunftspanels erfasste Branchen/Wirtschaftsabteilungen....	19

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 2-1: Verfügt Ihr Unternehmen über folgende gewerbliche Schutzrechte, um seine Forschungsergebnisse, Innovationen oder geistigen Schöpfungen zu schützen? 6	6
Abbildung 2-2: Verfügt Ihr Unternehmen über Urheberrechte? .....	8
Abbildung 3-1: Ist Ihr Unternehmen in den letzten fünf Jahren von Produkt- und Markenpiraterie betroffen gewesen? .....	9
Abbildung 3-2: Welche Ihrer Schutzrechte sind dabei verletzt worden? .....	10
Abbildung 3-3: Im Hinblick auf die Betroffenheit Ihres Unternehmens im Bereich Produkt- und Markenpiraterie: In welchem Maße sind die Verursacher den folgenden Ländern/Regionen zuzuordnen? .....	12
Abbildung 5-1: In welchen Bereichen sehen Sie Handlungsbedarfe zur Verbesserung des Schutzes vor Produkt- und Markenpiraterie? .....	15