

Heute in der Zeitung

- Politik**  
**Sunak sagt Kiew neue Hilfen zu**  
Der britische Premierminister Rishi Sunak hat unangekündigt die ukrainische Hauptstadt Kiew besucht. **Seite 4**
- Baden-Württemberg**  
**Wie geht es weiter nach der Absage?**  
Die Foto-Biennale in der Kurpfalz wurde abgeblasen. Grund waren Kommentare eines Kurators. **Seite 5**
- Außenpolitik**  
**Jetzt haben die US-Wähler das Wort**  
Wie stark ist Donald Trump? Nun geben als Erste die republikanischen Anhänger in Iowa eine Antwort. **Seite 7**
- Aus aller Welt**  
**Tränen bei den Dänen**  
Dänemark vor dem ersten Thronwechsel seit 52 Jahren: Margrethe II. unterzeichnet ihre Abdankung. **Seite 8**

**Wirtschaft**  
**Wirtschaftswunder für alle?**  
Griechenland bekommt Lob fürs wirtschaftliche Comeback. Doch vom Aufschwung profitieren nicht alle. **Seite 9**

**Die Züge der Zukunft**  
Die Automatisierung im Führerstand schreitet voran, doch können dadurch Lokführer ersetzt werden? **Seite 10**

**Familie und Partnerschaft**  
**Die große Liebe kommt später**  
Hilde und Wulf Wager lernen sich in der Jugend kennen, heirateten andere und begegneten sich wieder. **Seite 14**

**Wissen**  
**Mehr tote Haie**  
Viele Länder haben Gesetze zum Schutz von Haien erlassen. Diese scheinen aber nicht zu wirken. **Seite 16**

**Reportage**  
**Der Sonnenmann**  
Benedikt Müller gehört zu den Pionieren der Energiewende am Bodensee. **Reportage am Wochenende**

**Kultur**  
**Auf belletristischen Barrikaden**  
Um zu verstehen, was sich in Traktorblockaden entlädt, hilft ein Blick in die Romanproduktion. **Seite 25**

**Sport**  
**Gegen alle Widerstände**  
Tanja Kuttler und Maiko Merz – das einzige Schiedsrichterinnen-Duo in der Handball-Bundesliga der Männer. **Seite 31**

**Kommentare**  
Der Tourismus brummt wieder, doch der Reiseboom hat seine Schattenseiten, findet Thomas Wüpper. **Seite 3**  
Für Porsche und Mercedes ist China wichtig. Doch Stabilität kommt aus den Heimatmärkten, sagt Klaus Köster. **Seite 9**

**Rubriken**  
Impressum ..... 28 Fernsehprogramm ..... V4

StZ digital

**StZ Plus**  
**Immer aktuell und früher informiert**  
Nutzen Sie mit der Webseite und dem digitalen Angebot die gesamte redaktionelle Vielfalt der StZ. [www.stuttgarter-zeitung.de/plus](http://www.stuttgarter-zeitung.de/plus)

**Newsletter „Die StZ am Morgen“**  
**Wichtige Themen auf einen Blick**  
Montags bis samstags stellen unsere Redakteure die besten Texte für Sie zusammen. <http://stzlinx.de/newsletter>

**Soziale Netzwerke**  
**Diskutieren Sie mit!**  
Facebook, Instagram, Youtube: Die StZ können Sie auf allen Kanälen abonnieren. <http://stzlinx.de/social>

**Ihr Kontakt zur Stuttgarter Zeitung**

**Telefon**  
Zentrale und Redaktion ..... 0711 / 72 05 - 0  
Anzeigen ..... 0711 / 72 05 - 21  
Leserservice ..... 0711 / 72 05 - 61 61  
Probe-Abonnement ..... 080 00 14 14 14

**Fax**  
Redaktion ..... 0711 / 72 05 - 12 34  
Anzeigen ..... 01803 / 08 08 08\*  
Leserservice ..... 0711 / 72 05 - 61 62  
\*0 18 03: 0,09 Euro/Min., Preise aus dem dt. Festnetz, Mobilfunkhöchstpreis 0,42 Euro/Min.

**Online**  
[www.stuttgarter-zeitung.de](http://www.stuttgarter-zeitung.de)  
[www.stuttgarter-zeitung.de/digital](http://www.stuttgarter-zeitung.de/digital)  
[www.stuttgarter-zeitung.de/anzeigenbucher](http://www.stuttgarter-zeitung.de/anzeigenbucher)

**E-Mail**  
Leserbriefe ..... [leserforum@stuttgarter-zeitung.de](mailto:leserforum@stuttgarter-zeitung.de)  
Redaktion ..... [redaktion@stz.de](mailto:redaktion@stz.de)  
Anzeigen ..... [anzeigen@swm-network.de](mailto:anzeigen@swm-network.de)  
Leserservice ..... [service@stz.de](mailto:service@stz.de)

**Redaktion** Stuttgarter Zeitung, Postfach 10 60 32, 70049 Stuttgart  
**Leserservice** Stuttgarter Zeitung Verlagsgesellschaft mbH, Postfach 10 43 54, 70038 Stuttgart  
**Anzeigen** Südwest Media Network GmbH, Postfach 10 44 26, 70039 Stuttgart  
**Chiffre** Südwest Media Network GmbH, Postfach 10 44 26, 70039 Stuttgart

Tagesthema



**Das Original:** Das modulare Wandregal-System „LINK“ aus Massivholz und aus nachhaltiger Forstwirtschaft.



**Die Fälschung:** Das Plagiat sieht dem Original sehr ähnlich, ist jedoch aus tropischem Holz und von minderer Qualität.

Fotos: Plagiarius, BNP Renaud/Jakob Geissele

Von Tomo Pavlovic

Was den Menschen in ihrem Alltag wichtig ist, kann man an ihren Konsumausgaben erkennen. Die Deutschen etwa legen Wert auf eine großzügige Wohnung, schöne Möbel und regelmäßige Reisen, auch in ferne Länder. Die aktuelle Krisenstimmung durch Kriege, Inflation, den Mangel an Fachkräften und die zeitweiligen Lieferkettenprobleme verunsichern deswegen jene Menschen hierzulande in besonderem Maße, die ihren gesellschaftlichen Status an diese Konsumgewohnheiten knüpfen. Trotzdem oder gerade deswegen geben sie im europäischen Vergleich weiterhin verhältnismäßig viel Geld für Möbel aus. Mit den Dänen und Schweden sowie den Österreichern führen sie die Spitzengruppe in Europa an. Und weil Deutschland ein bevölkerungsreiches Land ist, betrogen die Gesamtausgaben für Möbel im Jahr 2022 mehr als 52 Milliarden Euro. Ein Rekordwert.

Doch diese Neigung zum schönen Wohnen macht anfällig für Schummeleien. Mehr als jeder dritte Konsument in Deutschland hat schon mal bei Plagiaten von Bekleidung oder Technik zugegriffen, zeigt die Studie „Produktpiraterie“ der Beratungsgesellschaft EY, für die gut 1000 Bundesbürger befragt wurden. Knapp die Hälfte von ihnen war sich dabei bewusst, eine Fälschung zu erwerben. Männer kaufen dabei deutlich häufiger gefälschte Produkte. Jüngere finden den Kauf von Plagiaten weniger problematisch als Ältere.

# Schöner wohnen mit Plagiaten?

Fälschungen haben Hochkonjunktur, der wirtschaftliche Schaden ist immens. Besorgniserregende Zahlen und Trends zu der am Sonntag beginnenden Möbelmesse in Köln.

Fälschungen sind Produkte, die identisch aussehen wie die originalen Stücke, die aber von Produzenten hergestellt und verkauft werden, die die Markenrechte nicht besitzen. Zum Beispiel der LC2, ein berühmter Sessel, den Le Corbusier mit Pierre Jeanneret und Charlotte Perriand 1928 entworfen hat und fertigen ließ. Die Designikone kostete als zertifizierte Wiederauflage weit über 5000 Euro; ein dieser Designikone sehr ähnliches, aber offenbar gefälschtes Produkt mit höchstwahrscheinlich verminderter Verarbeitungsqualität wird im Internet von einem italienischen Händler für rund 1500 Euro angeboten. Ein unschlagbarer Preisvorteil. Und welcher Gast erkennt beim Besuch des heimischen Wohnzimmers – dem Showroom für den eigenen Status – beim flüchtigen Blick, dass das vermeintlich edle Stück ein Plagiat ist?

Das Motiv für den Kauf solch dreister Fälschungen ist dabei in erster Linie der niedrige Preis oder besser: der niedrigere Preis. Den jedenfalls nennen 72 Prozent der Befragten als Grund für den Erwerb. Dazu kommt der einfache Zugang zu den Fälschungen. Man kann auch davon ausgehen, dass die Konsumenten von Fälschungen das Original gut kennen, doch weil sie den meist sehr viel höheren Preis für das echte Produkt nicht zahlen wollen oder können, bestellen sie die Kopie.

Und zwar immer öfter im Internet. Die Statistiken bestätigen die bedeutende Rolle, die der Onlinehandel beim Vertrieb von Fälschungen einnimmt, betonte auch Bundesfinanzminister Christian Lindner bei der letzten Vorstellung der Zollstatistik für das Jahr 2022. Der Großteil der Aufgriffe beruhe demnach auf dem Onlinehandel mit Produktfälschungen, vermeldet der Sprecher des Aktionskreises gegen Produkt- und Markenpiraterie, Volker Bar-

**TRENDS UND FÄLSCHUNGEN**

**Möbelmesse** Die internationale Möbelmesse imm cologne findet vom 14. bis 18. Januar in Köln statt und zeigt Möbelneuheiten aus aller Welt.

**Plagiarius** Der Negativpreis Plagiarius wird jährlich an Hersteller und Händler besonders dreister Nachahmungen – vom Sessel bis zum Werkzeug – verliehen. Im Solinger Südpark in Nordrhein-Westfalen findet sich das Museum Plagiarius. Ausgestellt werden dort mehr als 350 Originalprodukte und deren Plagiate. *pav*

tels. Mit einer Neuerung: Während früher die Fälscher zumeist in Europa saßen, spielt nun beim Onlinemöbelvertrieb China eine immer dominanter Rolle, berichten hiesige Möbelhändler.

Dieser weit verbreitete Diebstahl geistigen Eigentums verursacht einen immensen wirtschaftlichen Schaden: 2022 wurden im Rahmen der Bekämpfung der Marken- und Produktpiraterie von Zolldienststellen in Deutschland Waren im Wert von rund 435 Millionen Euro beschlagnahmt. In den Jahren von 2015 bis 2022 ist der Wert der beschlagnahmten Waren gestiegen. 57,9 Prozent der vom deutschen Zoll beschlagnahmten gefälschten Artikel stammten aus China.

Angesichts anhaltender Inflation und Kaufzurückhaltung prognostizieren Experten für das Jahr 2024 eine Bestätigung dieses Trends. Vor der Möbelmesse in Köln bekommen man vom Branchenverband zu hören, dass die Stimmung nicht gut sei. Die Möbelindustrie bekommt seit Monaten das schwache Konsumklima zu spüren. Hier spielen sicher auch die negativen Entwicklungen auf dem Immobilienmarkt eine gewichtige Rolle. Die Auftragslage ist verhalten. Für das Gesamtjahr 2023 rechnet man angesichts der schwachen Nachfrage abschließend mit einem Umsatzminus von fünf bis sieben Prozent. Gute Nachrichten für Fälscher. Denn die Menschen hierzulande wollen ja konsumieren. Und wenn man sich keinen echten Corbusier-Sessel leistet, dann eben ein billiges Plagiat.

57,9 Prozent der vom deutschen Zoll beschlagnahmten gefälschten Artikel stammten aus China.

# „Kreativdiebstahl findet sich in allen Segmenten“

**Interview** Jan Rasmus Ludwig, Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz sowie für Urheber- und Medienrecht, sagt im Gespräch, warum die Möbelindustrie eher mit Nachahmungen durch Wettbewerber als mit klassischen Fälschungen zu kämpfen hat.

**Herr Ludwig, nehmen Fälschungen von Designprodukten zu?**  
Ja, sie nehmen zu. Denn eine eigene Designleistung zu erbringen ist anspruchsvoll, langwierig und zumeist teuer. Betroffen sind letztlich alle Branchen. Alle hergestellten Produkte können gefälscht werden. In der Vergangenheit gab es in der Textilindustrie oft Fälle, in denen die Fabrik des „Fälschers“ direkt neben der Produktion des Originalherstellers angesiedelt war. Ein T-Shirt, das einfach herzustellen und wenig Produktions-Know-how erfordert, aber eine hohe Gewinnmarge aufweist, was ja gerade für Markenprodukte gilt, übt einen sehr starken Sog auf „Fälscher“ und die organisierte Kriminalität aus. Ausweislich der offiziellen Zollstatistik entstehen jährlich durch Produktpiraterie Schäden in Milliardenhöhe.

**Und bei Möbeln?**  
Möbel sind oft etwas komplexere Produkte. Deshalb ist der Anteil der klassischen Fälschungen deutlich geringer. Die Möbelindustrie kämpft jedoch eher mit Nachahmungen durch Wettbewerber. Folglich eine sehr unterschiedliche Situation. Produktpiraterie ist daher nur in Ausnahmefällen ein wirkliches Problem, etwa für die Produkte von Vitra oder Designklassiker, etwa der Wagenfeld-Leuchte.

**Woher weiß man, dass es sich lohnen könnte, ein Produkt zu plagieren oder nachzuahmen?**  
In Zeiten der Digitalisierung wird das immer einfacher. Es gibt Topseller-Listen der Plattformbetreiber, die Auszeichnung als Bestseller. Über die Plattformen im

E-Commerce kann nahezu „realtime“ beobachten werden, was sich gut verkauft.

**Womit hat man es häufig zu tun vor Gericht?**  
Wir haben das Thema Nachahmung und „Kreativdiebstahl“ in allen Segmenten von der Küche über das Wohnzimmer und endend im Schlafzimmer.

**Woran erkennt man, ob es sich bei einem Produkt um eine Fälschung, eine Nachahmung handelt?**  
Bei der rechtlichen Bewertung bringt ein Punktekatalog grundsätzlich nichts – die Faustformel der sieben Unterschiede ist etwas banal. Es kommt auf den Einzelfall an. Es gilt zu erkennen, was das wesentliche Merkmal ist und ob dieses wesentliche Merkmal übernommen wird. Sie dürfen sich das wie ein Wolke vorstellen: Je mehr innovative Kraft ein Entwurf hat, desto größer ist die Wolke, die als der Schutzbereich des Entwurfs zu verstehen und der vor Nachahmung geschützt ist.

**Wie lässt sich das im Prozess klären?**  
Im Ergebnis entscheiden die Gerichte über das Bestehen des Urheberrechts und ob ein anlehnendes Erzeugnis eine Rechtsverletzung darstellt. Die Entscheidung wird von den Parteien sachkundig vorbereitet, und die zuständigen Spezialkammern verfügen über eine

hohe, zumeist sogar branchenspezifische Sachkompetenz. Zusätzliche Expertise kann über Gutachter in die Verfahren eingeführt werden.

**Können auch Personen verklagt werden, wenn sie gefälschte Designermöbel kaufen?**  
Nein. Das reine Besitzen ist nicht strafbar, solange das Produkt nicht weiterverkauft wird.

**Wie lange bleibt ein Designentwurf geschützt?**  
70 Jahre nach dem Tod des Designers erlischt das Urheberrecht. Sollte es keine anderen Schutzrechte geben, wird der Entwurf dann gemeinfrei. Die gesetzlichen Schutzrechte haben unterschiedliche Lebensdauern. Patente, Designs und Urheberrechte haben eine Schutzdauer und enden danach. Marken hingegen sind „Ewigkeitsrechte“. Marken können daher grundsätzlich zeitlich unbegrenzt bestehen. Die älteste deutsche Marke sind die gekreuzten Schwerte der Meissener Porzellan-Manufaktur.

Das Gespräch führte Nicole Golombek.

**ZUR PERSON**

**Jan Rasmus Ludwig (45)** ist Partner im Büro BRP Renaud in Frankfurt am Main und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz sowie für Urheber- und Medienrecht. Schwerpunkte seiner Expertise sind unter anderem Marken-, Design- und Urheberrecht. *red*

