

Pressemitteilung

Design made in Germany - HDS Workshop zum Thema Markenschutz

Marken stehen für hohe Qualität und Designkompetenz. Design und Optik sind ein wesentlicher Bestandteil ihres Erfolgs. Schuhe als schnelllebige Modeprodukte unterliegen einerseits kurzen Entwicklungs- und Präsentationsrhythmen. Andererseits verschlingen gerade die Entwicklungs- und Designabteilungen extrem hohe Kosten. Um diese Kosten zu umgehen und schnellen, kurzfristigen Erfolg zu erlangen, werden viele Produkte kopiert oder zumindest wesentliche Bestandteile des Designs übernommen. Allein in Deutschland ist in 2008 durch Marken- und Produktpiraterie ein Verlust von 50 Mrd. Euro entstanden, meldet das Bundesministerium für Wirtschaft. Die EU-Zollstatistik zählt im gleichen Zeitraum 179 Mio. beschlagnahmte Artikel in Europa, hier vor allem Bekleidung und Accessoires.



Bei dem vom HDS veranstalteten Workshop mit dem Titel ‚Design made in Germany - wie schütze ich mich vor Ideenklau?‘ referierten zwei hochkarätige Experten vor rund zehn Teilnehmern der deutschen Schuhindustrie. Sebastian Helmreich, Rechtsanwalt beim Deutschen Industrie- und Handelskammertag und Mitglied des Aktionskreises gegen Produkt- und Markenpiraterie in Berlin, zeigte verschiedenste präventive Maßnahmen gegen Design-Diebstahl auf. Voraussetzung, um Muster und Modelle mit ästhetischem Zweck juristisch schützen zu können, sind die Faktoren Neuheit und Eigenart. Helmreich wies in diesem Zusammenhang auf die Vor- und Nachteile des eingetragenen bzw. nicht eingetragenen Geschmacksmusterschutzes hin. Christof Wolpert zeichnet für den Patentbereich der adidas group verantwortlich. Der Diplom-Physiker schilderte drastische Erfahrungen, die das Unternehmen in China und Fernost

hinnehmen musste. Er empfahl den Schuhherstellern, ihr geistiges Eigentum durch penible Dokumentation vom ersten Tag an zu schützen. Zuvor müsse man sich die Frage stellen, was geschützt werden soll: das gesamte Produkt oder ein Detail. „Fokussieren Sie den Schutz auf die wirklichen Neuheiten Ihres Produktes“, gab er den Teilnehmern mit auf den Weg. „Und verfolgen Sie Ihre Linie konsequent. Denn das Design des Produktes zählt nach wie vor zu den entscheidenden Faktoren des Markterfolgs.“

Offenbach, 19. Februar 2010
HDS/cs

Kontakt:
Dr. Claudia Schulz
Hauptverband der Deutschen Schuhindustrie
Tel.: 069/829741-10 - E-mail: c.schulz@hds-schuh.de