

Drei Strategien gegen Plagiate : die Produktdesigner wehren sich

Autor(en): **Locher, Adalbert**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **7 (1994)**

Heft 4

PDF erstellt am: **11.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-119960>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Drei Strategien gegen Plagiate

Wenn Produzenten und Designer ihr geistiges Eigentum juristisch schützen wollen, wird es kompliziert. Und nicht wenige sagen: Es lohnt sich nicht. Sie setzen auf technischen Vorsprung und Aufklärung.

Die Broncolor-Blitzleuchte von Francesco Milani hatte an der Photokina 1984 Premiere. Zwei Jahre darauf präsentierte die deutsche Firma Multiblitz an derselben Messe «ein unverwechselbares neues System für ein neues Licht». Das unverwechselbare System hiess Magnolite und war, so Milani, eine Kopie der Broncolor. Zu einem Prozess kam es trotzdem nicht. Broncolor hatte es unterlassen, Modellschutz anzumelden. Diese juristische Prozedur ist Voraussetzung für Aussicht auf Erfolg. Ebenfalls geklaut wurde Milanis Arbeit für ein Beatmungsgerät. Diesmal kamen die Diebe aus China – von der Farbe bis zur Anordnung von Bedienelementen wurde abgekupfert. Der europäische Produzent Drägerwerk in Lübeck wollte ebenfalls nicht prozessieren. Denn, so Milani, «was sich unter dem Gehäuse aus China versteckt, ist von so tiefer Qualität, dass die Märkte von Dräger in Nordamerika und Europa nicht direkt konkurrenziert werden.» Geklaut nach Noten wird vor allem im Konsumgüterbereich, wo keine technischen Schwellen das Nachmachen erschweren. Niemand weiss allerdings eine ungefähre Summe zu nennen, die die Imitatoren den geistigen Eigentümern abnehmen. Einiger Beliebtheit erfreuen sich etwa Billigkopien von Klassikern im Möbelbereich, wo nebst autorisierten Lizenznehmern allerhand Trittbrettfahrer abzusahnen versuchen. Aber auch bei weniger illustren Rennern als Corbusier-Liegen und Gray-Beistell-Tischchen ist es allemal billiger, mit einem Imitat am Erfolg eines Originals anzudocken,

als ihn mit Eigenem zu suchen. Peter Wirz von Pi Design berichtet von einem Serviettenring-Sortiment, das innert vier Jahren von verschiedenen in- und ausländischen Herstellern nachgemacht wurde. Zum Schaden der Firma Bodum in Triengen, für die Pi Design arbeitet. Auch eine Vorratsglasserie sei schon mal kopiert worden, Herstellerland Taiwan. Das aufgedruckte «Made in Taiwan» täuscht allerdings darüber hinweg, dass die Elstern nicht im Fernen Osten zuhause sind, sondern dort nur billig nachmachen lassen. «China und Taiwan sind da gross im Kommen», sagt Wirz voraus, «dank billigen Kunststoff-Werkzeugbauern und leistungsfähigen Spritzgiessereien.»

Wie schützen?

Wie können Produzenten und Designer sich vor billiger Begehrlichkeit schützen? Je nach Produkt sehen Mittel und Wege anders aus. Als da sind: juristische Schranken durch Modellschutz, Einbau von technischen Hindernissen, Aufklärung der Kundschaft.

Vom juristischen Weg verspricht sich Wirz in erster Linie präventive Wirkung. Denn auch ihm ist klar, dass bei der Schnellebigkeit von Gebrauchsgütern, die der Mode unterworfen sind, der Richter meistens zu spät kommt. Zwar kann durch die vorsorgliche Massnahme einer einstweiligen Verfügung ein Plagiat innert weniger Wochen aus dem Verkehr gezogen werden. Dazu sind aber stichfeste Beweise nötig, muss doch ein Depot hinterlegt und innert nützlicher Frist eine ordentliche Anklage erhoben werden. «Meistens kommt es in dieser Phase zu einem Vergleich, so dass auf die Anklage verzichtet werden kann», ist die Erfahrung des Zürcher Patentanwalts Adrian Zimmerli, der den Schweizerischen Verband Industrial Designers (SID) in Fragen des

geistigen Eigentums berät. Er umschreibt die aktuelle juristische Sicht so: «Um die kulturelle Entwicklung nicht zu hemmen, gilt weltweit die Auffassung, dass Ideen allein nicht schützbar sind. Schützbar ist erst die konkrete Realisierung einer Idee. Das Monopoly-Spiel beispielsweise kann ohne weiteres nachgeahmt werden. Schützbar ist nur die konkrete Gestaltung etwa des Spielbretts, die Markenbezeichnung des Herstellers und allenfalls der Name des Spiels.»

Sorgfältige Dokumentation

Dass eine gute Dokumentation der eigenen Arbeit von Vorteil ist, hat Walter Eichenberger (M&E Design, Cham) erfahren: Wegen eines Plagiats angeklagt, konnte er nachweisen, dass er die angeblich gestohlene Idee bereits früher als der Kläger realisiert hatte. Hinter dem ähnlichen Produkt muss also nicht immer böser Wille stecken. Den juristischen Schutz umschreibt Patentanwalt Zimmerli so. «Designer sollten auf jeden Fall den Auftraggeber auf Schutzmöglichkeiten aufmerksam machen. Sie müssen sich dann vom Produzenten auch nichts vorwerfen lassen, falls das Objekt – gratis – nachgeahmt oder kopiert wird. Es ist auch abzuklären, wieweit man sich an Bestehendem orientieren darf. Oft will ja ein Produzent etwas Analoges zu etwas Bekanntem. Dann liegt es am Designer oder der Designerin, sich zu erkundigen, was genau bereits geschützt ist. Und schliesslich ist auch der vertragliche Schutz im Verhältnis zum Auftraggeber wichtig. Dieser ist allerdings nur zweiseitig und schützt nicht vor Missbrauch des Designs durch Dritte.»

Öffentlichkeit

Wo es keine technischen Schwellen und wenig juristische Handhabe gibt, hilft die Flucht nach vorn: an die Öff-

entlichkeit. Eine originelle Aktion hat vor Jahren der deutsche Designer Rido Busse auf die Beine gestellt. Sie heisst Plagiarius und zeichnet in Wettbewerbsmanier Imitationen aus. In Zürich hat die Firma Wohnbedarf, bekannt als Vertreiberin von originalen und lizenzierten Möbelklassikern, sich kürzlich gemeldet (HP 11/93). In einer Ausstellung über Original und Kopie wurde der oft feine Unterschied im Masstab 1:1 gezeigt. «Die Ausstellung fand eine unerwartete Resonanz und hat weit über Zürich hinaus zu Diskussionen angeregt», resümiert Geschäftsführer René Meier den pädagogischen Erfolg. Die Absicht solcher Aktionen ist zu zeigen, dass der Entscheid eines Käufers für ein Original letztlich viel zu tun hat mit persönlicher Einstellung und Wertschätzung der kulturellen Leistung des Erfinders. Denn fest steht: Eine Nachahmung muss gemeinhin toleriert werden, sofern sie auch für den Laien als solche erkenntlich ist. Etwas schwieriger wird es, wenn das Produkt nicht auf die Kenntnis und Kultiviertheit der Käuferschaft abstellen kann. Wie soll jemand ein Lacoste-Leibchen von einem nachgemachten Lacoste-Leibchen unterscheiden können, wo das Krokodil doch Krokodil bleibt, auch wenn es den Schwanz etwas anders krümmt? Lacoste hat das genau richtige Krokodil in einer Werbekampagne dem Publikum erklärt. Ob es etwas nützt, wissen die Kopierer wohl am besten.

Adalbert Locher

SID und Plagiate

Der SID befasst sich an seiner Generalversammlung, die am 14. April in Thun stattfindet, mit dem Thema Plagiat. Adrian Zimmerli, ein Patentanwalt, wird die rechtlichen Möglichkeiten des Schützens erläutern. Eintritt: 35 Franken, Studenten 15 Franken inkl. Mittagessen. SID-Mitglieder gratis. Info: 01 / 262 03 11.