

textilrevue

#9 | 7. AUGUST 2019 | CHF 16.50
TEXTILREVUE.CH



Schuhe & Accessoires

NAMEN, TENDENZEN
UND MODELLE IM
GROSSEN ORDERGUIDE



DER DEAL MIT FÄLSCHUNGEN
DIE AUSWIRKUNGEN UND WIE
MAN SICH SCHÜTZEN KANN

NEVER NOT ON
DIE STRATEGIE DER
SCHWEIZER SCHUHMARKE ON

PLUS SIZE BAUT AUS
DER MARKT MIT ÜBERGRÖSSEN
MACHT SICH BREIT

Ich bin richtig so

Entsprechend lautet eine Kampagne des Plus-Size-Anbieters Ulla Popken. Seit 1992 hat sich der Prozentsatz der fülligeren Menschen verdoppelt, dementsprechend wächst der Plus-Size-Markt, jüngst im Tandem mit dem Body-Positivity-Movement. Die grosse Herausforderung hierbei ist eine gute Passform. Als erste Luxusmarke lanciert nun Dolce & Gabbana diesen Herbst Mode bis Grösse 54.

Naturformen und Nachhaltigkeit bleiben das Überthema von Messen über Retail bis zu Endprodukten wie Schuhe und Accessoires. Dieser erfreuliche Wandel zur Echtheit schlägt sich aber nicht überall durch. Fälschungen von Luxusgütern stellen nach wie vor ein Problem dar, das fatale Auswirkungen nicht nur auf Arbeitsverhältnisse und öffentliche Finanzen hat. Beide Themen fordern Mut zu Authentizität.

Auf ein neues Selbstbewusstsein!
Noémie Schwaller



Noémie Schwaller
Redakteurin

09/19



36



42



28



Gefälschte Risiken

Die jährliche Zollstatistik zeigt, dass textile Nachahmungen zu den häufigsten Kategorien von den in die Schweiz importierten Fälschungen gehören. Die Schweiz steht – aufgrund grosser Designleistungen – nach den USA, Frankreich und Italien an vierter Stelle der von Fälschungen betroffenen Rechtsinhabenden, obschon sie nach Volkswirtschaftsgrösse nur etwa Platz 20 belegt. Wo liegen die Risiken und wie schützen wir uns?

TEXT NOÉMIE SCHWALLER

01 – Die interaktive Sonderausstellung «Schöner Schein – Dunkler Schatten?» von Stop Piracy im Schweizer Zollmuseum in Cantine di Gandria (Lugano) präsentiert anschaulich die Bandbreite gefälschter Produkte und beleuchtet die Hintergründe des Fälschens und illegalen Kopierens. Sie wird aufgrund grossen Publikumsinteresses bis zum 20. Oktober 2019 verlängert.

Winkt eine vermeintliche Mulberry-Tasche mit einem Preis im tiefen Bereich, kann schon die eine oder der andere schwach werden. Gefälschte Luxusgüter zu Dumpingpreisen stellen nach wie vor eine grosse Verlockung dar. Aber «es wird oft verkannt, dass sich hinter Fälschung und Piraterie das organisierte Verbrechen verbirgt», warnt Anastasia Li-Treyer, Präsidentin von Stop Piracy, der Schweizer Plattform gegen Fälschung und Piraterie. Der gemeinnützige Verein leistet Aufklärungs- und Sensibilisierungsarbeit und macht sich stark für die Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Behörden. «Wir tauschen uns in diesem Verein regelmässig mit anderen Markenvertretern über Massnahmen gegen Fälschungen und Piraterie aus und unterstützen auch finanziell Kampagnen gegen Fälschungen/Piraterie und zur Aufklärung der Öffentlichkeit», erklärt Patricia van Dam, Geschäftsführerin Luxury for You in Gais und Mitglied von Stop Piracy.

Per definitionem ist eine Fälschung die unerlaubte Nachahmung eines Originalprodukts, meist um von dessen Ruf zu profitieren, welcher auf einer Marke, einer Herkunftsangabe wie Swiss made, einem Design oder Patent beruht. Aus der aktuellen Statistik der Eidgenössischen Zollverwaltung im Bereich des geistigen Eigentums geht hervor, dass im Reiseverkehr über 40 Prozent der Fälschungen auf Bekleidung, Schuhe und Zubehör entfallen. Im Handelswarenverkehr (dazu gehören neben grossen Sendungen in Containern insbesondere auch bestellte Einzelpakete) sind es hingegen nur 7,4 Prozent. Fast die Hälfte aller Fälschungen betrifft den Bereich Hand- und Reisetaschen. Die wirtschaftlichen Kosten der Verletzung von Rechten des geistigen Eigentums sind hoch, auch die direkten und indirekten Einnahme- und Arbeitsplatzverluste.

Vorsichtsmassnahmen

Ein besonders hohes Risiko tragen Reseller von Luxusgütern aus zweiter Hand. Die Skepsis der Kunden ist gross, sei dies bei E-Commerce-Anbietern wie Vestiaire Collective oder physischen Läden. So entwickelte Patricia van Dam eigens einen Echtheitscheck und hat diesen online der Öffentlichkeit zur selbstständigen Prüfung von Designerobjekten zur Verfügung gestellt: «Im Laufe unserer neunjährigen Geschäftstätigkeit haben wir uns ein grosses Wissen in Bezug auf Echtheitsmerkmale angeeignet, kaufen nur von belegten Quellen und prüfen innerhalb unseres Betriebs jedes Stück durch mindestens drei erfahrene Mitarbeitende auf Echtheit», so die Expertin. Auch Sara Cristina Hirt, Geschäftsführerin des Lux Shop Zürich, setzt in erster Linie auf Erfahrung, aber nicht nur: «Dazu

kommt viel Onlinerecherche. Und nach 15 Jahren weiss ich genau, welche Fadendicke oder -farbe bei welcher Tasche verwendet wurde. Leder, Färbung, Futter und vor allem die Hardware verraten die Echtheit einer Tasche. Zudem haben wir einen Lederspezialisten, der schon über 25 Jahre in der Luxusbranche tätig ist und alles sofort erkennt. Wenn wir auch nur die geringsten Zweifel haben, fragen wir ihn um Rat. Es gibt wirklich sehr viele gute Fakes, aber die sind nie zu 100 Prozent identisch.» Bei Unsicherheit sollte mit dem Markeninhaber Kontakt aufgenommen werden, um herauszufinden, ob es sich tatsächlich um eine Fälschung handelt. Wenn es eine ist, muss diese sofort aus dem Sortiment genommen werden – das vorsätzliche Anbieten von Fälschungen ist strafbar. Die stark betroffene Uhrenindustrie hat fortgeschrittene Technologien zur Prävention von Fälschungen entwickelt: «Carl F. Bucherer ist weltweit die erste Firma, die ihre Werke mit der «Covert Laser Readable Liga»-Technologie schützt. All unsere Manufakturuhrwerke sind heute mit dieser mit der Firma Mimotec entwickelten Technologie ausgestattet. Für einen Echtheitstest benötigt der Kunde lediglich einen grünen Laser», erklärt Sascha Moeri, CEO Carl F. Bucherer. Zudem besitzt jeder Zeitmesser eine individuelle Seriennummer, mithilfe derer die Historie der Uhr nachverfolgt werden kann. Andere Unternehmen benötigen Druck von aussen, um sich für die Anti-Piraterie einzusetzen. So erlitt der chinesische E-Commerce-Riese Alibaba Group Holding Anfang 2016 einen peinlichen Schlag im Kampf gegen Fälschungen, als er aus der in Washington ansässigen International AntiCounterfeiting Coalition vertrieben wurde – nach einem Aufruhr ihrer Mitglieder, darunter der US-amerikanische Luxusgüterhersteller Michael Kors Holdings und der französische Konzern Kering mit der Marke Gucci.

Kontroverse

Eine Absurdität ist die Tatsache, dass Fälschungen den Bekanntheitsgrad einer Marke stark erhöhen können. Es ist kaum erkenntlich, ob ein Passant ein echtes Markenprodukt trägt – das Erblicken dessen kann so oder so zum Nachkauf des Originals inspirieren. Aktuelles Beispiel ist der Kampf, den Supreme New York führt. Das globale Profil von Supreme, gepaart mit der Knappheit seiner Produkte, hat das Unternehmen anspruchsvollen Opportunisten ausgesetzt. Die italienische International Brand Firm (IBF) mit einer Reihe von bis zu acht verbundenen Unternehmen, die als Supreme Italia und Supreme Spain bekannt sind, hat

Supreme-Marken-Schaufenster und Websites in Italien, Spanien und China eingerichtet, die echt genug aussehen, und Markeneintragungen mit dem Wort «Supreme» und Versionen ihres Logos in 50 Ländern vorgenommen. Diese hat Supreme wegen seiner Marke vor internationalen Gerichten angefochten und angekündigt, 70 weitere Geschäfte zu eröffnen, die Look-alike-Supreme-Waren verkaufen. Die Aktivitäten von IBF machten im vergangenen Dezember international Schlagzeilen, als Samsung auf einer Pressekonferenz in China eine Produktkooperation mit Supreme bekannt gab. Die südkoreanische Marke begrüßte auf der Bühne jemanden, von dem sie glaubte, er sei der CEO des Streetwear-Geschäfts. Erst nach einer Gegenreaktion im Internet wurde sich Samsung bewusst, dass es sich nicht um die in New York ansässige Supreme handelte, sondern um die von der IBF kontrollierte Supreme Italia, und kündigte die Partnerschaft. «Ich glaube nicht, dass je ein anderes Unternehmen so verhandeln musste wie wir», sagte Supreme-Gründer James Jebbia. «Das ist eine ganz neue Ebene dieses kriminellen Unternehmens – dieser Betrüger und Imitatoren.» Eine der Herausforderungen im Bereich des geistigen Eigentums ist, dass der Schutz jeweils nur für das Land gilt, für das er beansprucht wurde. Wichtig ist also für Markeninhaber, frühzeitig abzuklären, welche Märkte für sie relevant sind, und dort ihre Marke schützen zu lassen.

Professor Kal Raustiala von der UCLA School of Law und Professor Christopher Jon Sprigman von der New York University School of Law sind die Autoren von «The Knockoff Economy: How Imitation Sparks Innovation» und würden in diesem Fall Positives erkennen, wenn nicht sogar Gratismarketing und Steigerung der Markenbekanntheit: «Tatsächlich sind wir der Meinung, dass die Freiheit zu kopieren ein wichtiges Element des Erfolgs der Modebranche ist, sowohl in den USA als auch in Europa. Betrachten Sie diesen Austausch: Im Jahr 2011 fragte Oprah Winfrey Ralph Lauren, wie er (immer wieder neu erfindet). Darauf antwortete Lauren nur halb im Scherz: «Kopieren. 45 Jahre kopieren, deshalb bin ich hier.» Dass Kopien oder Fälschungen den Zugang der Masse zu (vermeintlichen) Designobjekten ermöglichen und somit auch den Treiber neuer Designinnovationen darstellen, ist ein interessanter Gedanke, der aber in Anbetracht des von ebendiesen Fälschungen angerichteten Schadens seiner Berechtigung beraubt wird.

—
 ige.ch
 stop-piracy.ch

– Ich glaube nicht, dass je ein anderes Unternehmen so verhandeln musste wie wir. Das ist eine ganz neue Ebene dieses kriminellen Unternehmens – dieser Betrüger und Imitatoren. —

JAMES JEBBIA, GRÜNDER SUPREME

Zahlen & Fakten der EU

Umsatzeinbussen der Branche durch Fälschungen

9,7%

Einnahmeverluste für die Branche pro Jahr

26,3 Mrd. Euro

Umsatzeinbussen in verwandten Wirtschaftszweigen

17 Mrd. Euro

Direkte Arbeitsplatzverluste

363 000

Indirekte Arbeitsplatzverluste

155 281

Einnahmeverluste für die Staaten (Sozialabgaben und Steuern)

8,1 Mrd. Euro

Quelle – Studie zum Schaden im Bereich Bekleidung, Schuhe und Zubehör des HABM, Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle), durch die Europäische Beobachtungsstelle für Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums, 2015.



JÜRGEN HERREN

RECHTSANWALT, LL.M., LEITER RECHTSDIENST ALLGEMEINES RECHT, DESIGN UND RECHTSDURCHSETZUNG,
STELLVERTRETENDER LEITER RECHT & INTERNATIONALES, EIDG. INST. FÜR GEISTIGES EIGENTUM (IGE)

Die Aufgabe des IGE ist es, ein Umfeld zu schaffen, in dem Rechte respektiert werden. Auf der einen Seite bedeutet dies, die richtigen Gesetze zu machen, auf der anderen, Aufklärungsarbeit online oder via Ausstellungen, Kampagnen und Plakate, für die es sich mit dem privaten Sektor zusammengetan hat. Wir haben nachgefragt.

Wo liegt das grösste Problem von Fälschungen?

Das liegt bei der Wettbewerbsverzerrung. Eine Innovation, ein tolles Design oder einen Ruf eines Produkts zu erstellen, ist ein langer, kostspieliger Prozess, den Fälscher umgehen. So lohnt sich die Investition kaum, und der Anreiz wird verkleinert. Folgeprobleme können zudem unappetitlich werden: Fälscher bezahlen weder Steuern noch Sozialbeiträge noch in die Arbeitslosenkasse. Der Volkswirtschaft entgehen diese Einnahmen, es kann nicht für die Arbeitnehmenden gesorgt werden, es gibt weder Produktgarantien noch After-Sales-Services – sprich, es bleiben nur nachteilige Auswirkungen auf die Gesamtwirtschaft. Organisierte Verbrecher wie die Mafia sind stark in der Fälschungsindustrie involviert; mit «Big Game, Low Risk» verdienen sie viel Geld.

Wie schütze ich mich als Einkäufer?

Bei günstigen, qualitativ minderwertigen Fälschungen ist klar ersichtlich, dass nicht alle Merkmale stimmen. Leider nimmt die Anzahl qualitativ hochstehender Fälschungen zu, was die Unterscheidung erschwert. Bei gewissen Produkten ist dies besonders problematisch, denn z.B. müsste man Uhren öffnen, wenn Gewicht und Haptik stimmen. Hier bietet das Umfeld wichtige Indizien: Wo und zu welchem Preis wird angeboten? Zu berücksichtigen sind zudem die Begleitpapiere. Besonders fatal ist es im E-Commerce, da das Abgebildete nicht garantiert das gesuchte Produkt ist. Dort gelten ausschliesslich die Umstände: Was ist es für eine Website/URL, finden sich Angaben wie Bewertungen zum Anbietenden, ist alles fehlerfrei und in der erwarteten Sprache geschrieben?

Mache ich mich strafbar, wenn über meine Plattform mit Fälschungen gehandelt wird?

Das kann in der Tat passieren. Dieses Problem existiert seit Ebay. Damals argumentierten die Plattformen, sie würden nur die Infrastruktur zur Verfügung stellen, selber aber nicht verkaufen und hätten demnach nichts mit den Fälschungen zu tun. Nach grossem Widerstand

der Marken haben Plattformen wie Ali Express Prozesse mit Meldemöglichkeit installiert. Werden diese genutzt, erfolgt ein festgelegtes Prozedere, bei dem das Angebot vom Netz genommen und die Rechtslage untersucht wird. Das war notwendig, weil der Ruf der Plattform stark gelitten hat. Eine proaktive Prüfung können sie nach wie vor nicht anbieten, wenn man über ihre Website verkauft.

Wie kämpft die Schweiz gegen Fälschungen im internationalen Vergleich?

Die Schweiz gehört mit den entwickelten Industrieländern wie den USA und dem ganzen EU-Bereich generell zu den Ländern, die einen ausgebauten Schutz des geistigen Eigentums aufweisen und dessen Durchsetzung relativ ernst nehmen. Wir haben sowohl gute Gesetze wie auch Gerichte: Innerhalb nützlicher Frist besteht ein Urteil, das effektiv durchgesetzt werden kann. Auf internationaler Ebene ist die Schweiz bestrebt, im Rahmen von Freihandelsabkommen jeweils ein Kapitel zum Schutz des geistigen Eigentums vorzusehen und einen Mindeststandard zu vereinbaren. Der Schweizer Zoll spielt eine Schlüsselrolle. Stündlich überqueren Tausende von Paketen die Grenze, meistens online bestellt. Schliesslich ist es ein Ding der Unmöglichkeit. Der Zoll muss demnach risikobasiert vorgehen, auf Aussehen und Herkunft der Pakete achten und dann gezielt Kontrollen vornehmen. Leider ist die Politik nicht immer bereit, in der Verwaltung und am Zoll ausreichend Personal zur Verfügung zu stellen, was die Kontrolle erschwert. Sie kann nicht einerseits sagen, der Zoll soll Hunderte von Gesetzen durchsetzen – unter anderem den Markenschutz –, und gleichzeitig die Anordnung zu Personalabbau geben.

Wie erkennt der Zoll trotzdem viele Fälschungen?

Wie immer gilt: je besser gemacht, desto schwieriger. Diese Leute jedoch sind ausgebildet und haben Zugriff auf eine Datenbank mit gewissen Merkmalen der Markeninhaber, davon einige, die nicht öffentlich werden sollten, damit diese Information nicht an Fälscher gelangt, z.B. spezifische Anwendungen von Monogrammen. Aufgrund derer können Zollbeamte die Produkte besser beurteilen. Neben offensichtlichen Hinweisen wie dem Text auf der Etikette gibt es schlechter sichtbare oder auch technische Merkmale. So gewinnt z.B. die Anwendung von Hologrammen oder RFID-Chips, wie man sie aus biometrischen Pässen kennt, an Beliebtheit.