

Schwarzer Zwerg mit goldener Nase

Design-Preise gibt es mittlerweile ja zuhauf. Da geht es zum Beispiel um gefühlte Produkt-Schönheit oder Innovationen. Ein ganz spezieller „Design-Preis“ aber sorgt Jahr für Jahr für besonderes Aufsehen. Es ist der vom Designer Prof. Rido Busse ins Leben gerufene Negativ-Preis „Plagiarius“, der traditionell im Rahmen der Frankfurter Konsumgütermesse „Ambiente“ in diesem Jahr zum 41. Mal verliehen wird. Aus insgesamt 27 Einreichungen vergab die Jury drei „Hauptpreise“ und sieben so genannte gleichrangige „Auszeichnungen“, von denen zwei Produkte des Schwarzwälder Armaturenherstellers Hansgrohe sind. Das Unternehmen ist fast schon Stammgast auf der Plagiarius-Liste, so auch in diesem Jahr. Denn der Jury fielen zwei besonders dreiste Kopien von Armaturen der Marken Axor und Hansgrohe auf: die in Zusammenarbeit mit Philippe Starck gestaltete Brunnen-Armatur „Axor Starck V“ und die „Hansgrohe Metris Classic“ von Phoenix Design.

„Es sind immer die im Markt besonders erfolgreichen Marken und Produkte, die nachgeahmt und kopiert werden“, betont Carmen Vetter, Leiterin Schutzrechte bei der Hansgrohe SE. Immerhin sind Produktkopien nicht nur ein urheberrechtlicher Straftatbestand, sondern für die Unternehmen auch ein wirtschaftliches Problem. So schätzt Hansgrohe den Schaden, der ihm jährlich durch Plagiate entsteht, auf fünf bis zehn Prozent seines Gesamtumsatzes.



Fotos: Aktion Plagiarius e. V.

Das Nachsehen habe aber auch der Verbraucher, so Carmen Vetter. Für den Endverbraucher seien Original und Nachahmung aus China auf den ersten Blick kaum voneinander zu unterscheiden. Das Originalprodukt biete wesentlich mehr Funktionen und damit für den Konsumenten einen weitaus größeren Nutzen als die Kopie. Auch die Produktqualität ist nicht vergleichbar, ohne dass dies auf den ersten Blick erkennbar ist.

Seit 1977 vergibt die Aktion Plagiarius e. V. den gefürchteten Schmah-Preis an Hersteller und Händler besonders dreister Plagiate und Fälschungen. Ziel des Vereins ist es, die unfairen und teils kriminellen Geschäftspraktiken von Produkt- und Markenpiraten aus aller Welt ins öffentliche Bewusstsein zu rücken, um

Die Hansgrohe-Opfer der Nachahmer, oben Axor Starck V, unten Metris Classic (jeweils links das Original)

Industrie, Politik und auch Verbraucher für die Problematik zu sensibilisieren. Trophäe ist ein schwarzer Zwerg mit goldener Nase als Symbol für die exorbitanten Gewinne, die die Nachahmer sprichwörtlich auf Kosten kreativer Designer und innovativer Hersteller erwirtschaften.



Die beiden Original-Vorbilder für die Plagiateure: links Axor Starck V, rechts Metris Classic (Fotos:Hansgrohe)



Aktion Plagiarius e. V.: www.plagiarius.com/, www.plagiarius.com/index.php?ID=21
 Hansgrohe SE, Auestr. 5-9, 77761 Schiltach, Tel.: 07836-51-0, www.hansgrohe.de/,
www.hansgrohe.com/de/29960.htm