

Plagiatschutz mit RFID

Autoren: Andreas Schneider und Helmut Gilbert, GCS Consulting

Wenn man über RFID nachdenkt, ist Plagiatschutz nicht unbedingt ein Themenfeld, das einem als erstes in den Sinn kommt. Dies hat zum einen damit zu tun, dass man als Laie außer Fälschermärkten und vereinzelt Berichten aus den Nachrichten zum Thema Produktfälschung relativ wenig Substantielles weiß. Zum anderen liegen die Ansätze der Bekämpfung von Fälschungen mit RFID auch eher im Internet der Dinge als bei der RFID-Technik selbst und die Details dazu sind außerhalb der Expertenwelt ebenfalls (noch) relativ unbekannt. Es lohnt sich aber, hier etwas genauer hinzuschauen, da RFID/EPC spannende Ansätze bietet.

Konsumenten haben im Umfeld realer Kaufkraftverluste und in „Geiz ist geil - Zeiten“ als gesellschaftliches Phänomen ein natürliches Interesse, für ein Produkt möglichst wenig Geld auszugeben.

Wenn man sich als Konsument bei einer Firma, wie zum Beispiel Burberry, nur das Produkt ansieht, ohne die enormen Aufwendungen in der Produktentwicklung, in der Werbung und beim Aufbau der Marke zu berücksichtigen, kann man leicht der Versuchung erliegen, es bei der Produktqualität und vor allem bei den Rechten des Markeninhabers nicht so genau zu nehmen.

Was wenige wissen — die Profite aus dem Handel mit Produktfälschungen sind vergleichbar mit denen des Drogenhandels, wobei die strafrechtlichen Konsequenzen hierbei einen Bruchteil betragen. Diese hohen Margen sind nur möglich, weil zunehmend organisierte Formen krimineller Energie unter Arbeitsbedingungen außerhalb jeder Vorstellungskraft produzieren — ein Thema, bei dem Konsumenten jeden Markenhersteller subito an den Pranger stellen würden. Dabei werden weder Sozialstandards eingehalten noch Nachhaltigkeitsthemen berücksichtigt. Es steht nur der Preis im Vordergrund und jeder Konsument, der Fälschungen kauft, unterstützt unwissentlich dieses System. Hier tut Aufklärung beim Endverbraucher Not.



Im Vorfeld noch ein paar harte Fakten zum Thema Fälschungen:

- 10% des Welthandels sind Fälschungen und Nachahmungen
- Weltweiter volkswirtschaftlicher Schaden pro Jahr: 200-300 Mrd Euro (Deutschland: 29 Mrd Euro)
- Weltweiter Verlust von Arbeitsplätzen pro Jahr: 200.000 (Deutschland: 70.000)
- Drastisch steigende Beschlagnahmefälle durch den Zoll
- Zunahme von ungerechtfertigten Produkthaftungsklagen bei den Originalherstellern

Quelle:
Aktion Plagiarist e.V.
www.plagiarist.de

Zusätzlich herrschen beim Konsumenten Informationsdefizite und ein mangelndes Unrechtsbewusstsein vor, was im Ergebnis zu einer drastischen Zunahme von Fälschungen führt.

Bild von der Wanderausstellung „Echtgefälscht“, die zurzeit in Leipzig Plagiate ausstellt.
Foto: vti_pressedienst

Die Produktpiraterie ist allein auch deshalb nicht ganz einfach zu bekämpfen, weil unterschiedliche Rechtsgebiete berührt sind, deren Zusammenhänge für einen juristischen Laien nicht ausreichend verstanden werden können.

Die betroffenen Gebiete sind:

- Markengesetz
- Urheberrechtsgesetz
- Geschmacksmustergesetz
- Patentgesetz
- Gebrauchsmustergesetz
- Sortenschutzgesetz
- Weiterhin sind § 263 StGB (Betrug) und § 370 AO (Steuerhinterziehung) möglicherweise berührt

Quelle:
APM Webseite
www.markenpiraterie-apm.de

Definition

Betrachtet man dieses Thema durch die technologische Brille, lassen sich folgende Bereiche unter dem Themengebiet Fälschung zusammenfassen.

- 1:1-Kopien von Produkten (Fälschungen) sowie nachempfundene Produkte (Plagiate)
- Echte Produkte aus Originalproduktionsstätten, die ohne die Zustimmung des Markeninhabers vertrieben werden
- Die Kontrolle unterschiedlicher Vertriebskanäle im Rahmen von Multichannel Marketing, um beispielsweise unerlaubte Reimporte identifizieren zu können
- Die eindeutige Identifikation gestohlener Produkte

Serialisierung als Schlüsselfaktor

Der Schlüssel im Handling dieser sehr unterschiedlichen Bereiche ist die Serialisierung der Einzelteile durch den EPC Code, der ohne die berührungslose RFID-Technologie nicht ökonomisch verfolgt werden könnte. Zu kostenintensiv wäre das Scannen einzelner EPC-Nummern. Daneben gibt es klare Tendenzen, die Produkte für eine Übergangszeit mit einem sogenannten Datamatrix-Code auszustatten. Dies ist zwar weniger aufwändig, lässt aber im Gegensatz zu RFID eine berührungslose Erfassung nicht zu.

Fälschungsbekämpfung

Solitäres Handeln einzelner Firmen und Institutionen ohne synergetische Ansätze wird kaum den gewünschten Erfolg bringen. Unter anderem besteht zum Beispiel aufgrund bisher fehlender weltweiter Standards ein substantieller Mangel an Technologienutzung im Bereich der Fälschungsbekämpfung. Zwar gehen auch die aktuellen Bemühungen der Gesetzgeber in die richtige Richtung,

Glossar

Fälschung

Exakte Kopie eines Produktes

Plagiat

Nachempfindung eines Produktes mit leichten Änderungen, um den Eindruck eines Originals zu erzeugen

EPC

Electronic Product Code – der Nachfolgercode zum EAN (Barcode auf Milchtüte), der jedem Produkt eine weltweit eindeutige Nummer gibt

Multichannel Marketing

Der Vertrieb von Produkten über verschiedene Vertriebskanäle, beispielsweise eigene Läden, Shop in Shop, Onlinehandel und Fabrikverkauf. Dabei ist es wichtig zu wissen, wo das Teil exakt verkauft wurde, was ohne Einzelteilnummer nicht möglich ist

Beschaukatalog

Der Zoll prüft nur Produkte von Firmen, die die Prüfung beim Zoll beantragt haben. Zusätzlich werden Angaben zu den Produkten gemacht, woran der Zöllner Fälschungen erkennen kann. Diese Merkmale werden in einem elektronischen Beschaukatalog gespeichert

EPCIS Datenbank

Datenbank, die nach dem EPCIS Standard aufgebaut ist. Dabei werden sogenannte EPCIS Events (standardisierte Ereignisse) in einer standardisierten Form gespeichert, sodass man erkennt, wo, wann und bei welchem Prozess das Teil erfasst wurde

Corporate Social Responsibility

Konsumenten erwarten zunehmend, dass sich Firmen sowohl an Sozialstandards halten (also beispielsweise verlässlich Kinderarbeit ausschließen können), aber auch mit Ressourcen verantwortlich umgehen, um die Umwelt zu entlasten

greifen hier aber immer noch zu kurz. So ist zum Beispiel die Einfuhr von Fälschungen im Rahmen des persönlichen Bedarfs (also keinem gewerblichen Umfang) bisher straffrei. Schaut man sich an, dass die Beschlagnahmungen des Zolls am Hamburger Hafen in der absoluten Menge beständig steigen, könnte man meinen, es gäbe Erfolge. Leider ist dem aber nicht so.

Die aktuelle Beschauquote des Zolls liegt bei ernüchternden 0,001% aller Sendungen und die Beschlagnahmungen steigen nur deshalb, weil immer mehr Firmen ihre Produkte zur Aufnahme in den Beschaukatalog anmelden. Ware, die aufgrund einer RFID-Ausstattung Daten senden könnte, würde den Beschauprozess erheblich beschleunigen und damit mehr Prüfungen erlauben. Ob dies in Zeiten stetig steigender Güterverkehre ausreichend ist, lässt sich diskutieren. Ganz sicher wäre es aber ein wertvoller Schritt in die richtige Richtung.

EPC und EPCIS

Damit RFID/EPC zur Nutzung in den vorgenannten Bereichen sinnbringend eingesetzt werden kann, sind gewisse Voraussetzungen notwendig:

- A) Der Markenhersteller muss gewisse definierte Prämissen erfüllen. Er muss unter anderem die komplette Ware mit RFID ausstatten und eine EPCIS Datenbank betreiben, in der alle vergebenen EPC Codes und Events in seiner Supply Chain gespeichert werden.
- B) Die Prüfung der Ware muss nach einer definierten Logikabfolge erfolgen, wobei einige Schritte dieser Logik Neuland und noch zu entwickeln sind.
- C) Der Zoll muss zumindest für bestimmte Warengruppen standardisierte Hardware einsetzen, was mit UHF Gen 2 schon in greifbarer Nähe gerückt ist.



Ausstellung im Plagiarius Museum in Solingen, Foto: ©Carla Froitzheim, Solingen

Eine detaillierte Beschreibung der Vorgehensweise würde hier den Rahmen sprengen. Nur soviel soll an dieser Stelle festgehalten werden: Ein solcher abgestimmter Mechanismus funktioniert und wird kurzfristig kommen, da die betroffenen Firmen gerade in diesen schwierigen Zeiten nicht tatenlos zusehen werden, wie ihnen Fälscher weiterhin immensen finanziellen Schaden zufügen.

Es gibt bereits Anbieter, die derzeit technologische und organisatorische Lösungen zur Bekämpfung von Fälschungen aufstellen – wir reden also nicht von Theorie, sondern von einem ganz realen Szenario.

Je mehr das Internet der Dinge im realen Leben Einzug hält, desto öfter tauchen EPCIS Events auf, die Markeninhaber folglich für ihre Zwecke nutzen können.

Fazit

Auch wenn gegen kriminelle Energie nur schwer anzukommen ist, wird diese technologische Entwicklung in absehbarer Zeit Fälschungen und andere kriminelle Vorgänge komplizierter machen, den Zugriff erleichtern, den kriminellen Prozess damit verteuern und ihn somit unattraktiv machen.

Gleichzeitig wird die Aufklärung beim Endverbraucher nötig und sinnvoll sein, denn in Zeiten zunehmender Bedeutung von Corporate Social Responsibility, dem Nachhaltigkeitsgedanken und der Sorge um unsere Umwelt und die Arbeitsbedingungen, unter denen ein gekauftes Produkt hergestellt wurde, kann es nicht richtig sein, dass riesige Mengen bedenklich hergestellter Ware unter dem Radar der Konsumenten in den Verkehr gebracht werden.

Grundsätzlich ist zu sagen, dass Investitionen, die zur Bekämpfung von kriminellen Strukturen eingesetzt werden, langfristig für die Markeninhaber funktionieren, besonders dann, wenn sich der Einsatz schon alleine durch die erhöhte Transparenz in der Supply Chain rechnet und gleichzeitig den zusätzlichen Nutzen des Schutzes von Marken- und Urheberrechten mit sich bringt.



Helmut Gilbert,
Managing Partner GCS Consulting

GCS
CONSULTING

Die GCS Consulting, Gesellschaft für Consulting und Synergie mbH, ist eine Unternehmensberatung mit Sitz in München, die ihren Branchenfokus in der Textil-, Bekleidungs- und Schuhindustrie hat. Seit 2004 betreibt die GCS Consulting eine RFID Initiative namens fashion group RFID, in der sich „Early Mover“ aus Modehandel und Bekleidungsindustrie regelmäßig treffen, um Erfahrungen auszutauschen, gemeinsam Hardware einzukaufen und das Thema RFID im deutschen Fashionbereich auf der Basis bestehender Standards nach vorne zu bringen.

www.fashiongroupRFID.com
www.gcs-consulting.de



Andreas Schneider,
Managing Partner GCS Consulting