

PLAGIARIUS

Schmähprijs für Produktkopierer

Frankfurt/Gilching – Auf der Konsumgütermesse „Ambiente“, die am Freitag in Frankfurt eröffnet wurde, ist erneut der „Plagiarus“-Schmähprijs für besonders dreiste Produktfälschungen verliehen worden. Herausragende Opfer des internationalen Geschäfts der Nächstahmer waren laut einer Mitteilung der Plagiarus-Jury drei deutsche Firmen.

So wurde ein Händetrockner von Stiebel Eltron aus dem niedersächsischen Holzmindeu ebenso nachgebaut wie eine Kniebandage der Bauerfeind AG aus dem thüringischen Zeulenroda und eine Einkaufstasche von Reisenthal aus Gilching (Landkreis Starnberg). Reisenthal zählte schon im vergangenen Jahr mit einem anderen Produkt zu den Preisträgern. Für die Plagiate wurden eine chinesische Firma und zwei in Deutschland sitzende Vertriebe verantwortlich gemacht. Einen Sonderpreis für seinen Kampf gegen die Fälscher erhielt der Frankfurter Gerichtsvollzieher Walter Horz, der regelmäßig auf den Messen unterwegs ist.

Der Plagiarus – ein schwarzer Zwerg mit jener goldenen Nase, die sich mancher mit Abkupfern verdient – wurde vom Designer Rido Busse aus Ulm erfunden. Er



Gute Miene zum bösen Spiel: Rido Busse (li.), Initiator der Aktion Plagiarus, und Michael Gamm von Stiebel Eltron mit dem Händetrockner, der abgekupfert worden ist, und dem Plagiarus-Preis.

FOTO: DPA

entdeckte im Jahr 1977, dass eine von ihm entworfene Waage von einer Firma aus Hongkong gefälscht und in großem Stil verkauft worden war. Zur ersten Verleihung des Plagiarus kam nur ein Journalist, heute findet die Veranstaltung auf der Konsumgütermesse „Ambiente“ breite Medienaufmerksamkeit. Seit 1986 vergibt der Verein Aktion Plagiarus den Preis. Der Name ist an das Wort Plagiat (Diebstahl geistigen Eigentums, Imitat) angelehnt.

Bis zum Dienstag zeigen 4466 Aussteller aus 86 Län-

dern in den Frankfurter Messehallen Produkte aus den Lebensbereichen Wohnen, Schenken und Speisen. Das Angebot reicht dabei von Massenware bis zu hochexklusiven Einzelstücken.

Im Vergleich zum Vorjahr sind weniger Aussteller auf einer etwas kleineren Fläche präsent. Auf eine Neuauflage der Teilausstellung „Asian Living“ wurde wegen der mangelnden Nachfrage verzichtet. Gleichwohl sieht die Frankfurter Messegesellschaft trotz des schlechten Konsumklimas ihre Schau als weltweite Leitmesse gefestigt. dpa