Bitkom e.V. | Gemeinsame Presseinformation

#EchtFake: Social-Media-Kampagne warnt Gen Z vor Kauf gefälschter Produkte

Berlin, 26. April 2024 - Die angesagte Luxushandtasche, die neuste Smartwatch, die exklusive Kette – und das zu einem Preis, der häufig zu schön ist, um wahr zu sein: Viele junge Menschen fallen darauf herein oder nehmen das Risiko sogar einfach in Kauf: Mehr als ein Drittel der 15- bis 24-Jährigen in Deutschland hat schon mindestens einmal bewusst gefälschte Produkte gekauft. Mit einer gemeinsamen Social-Media-Kampagne wollen deutsche Verbände und ein bekannter Onlinehändler ab dem heutigen Welttag des geistigen Eigentums (engl. World IP Day) junge Menschen unter dem Titel „Echt Fake“ über die Risiken beim Kauf gefälschter Produkte aufklären.
Anlässlich der Ergebnisse verschiedener Studien des Amts der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) haben der Markenverband, der Aktionskreis gegen Produkt- und Markenpiraterie (APM), der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland (bevh), der Digitalverband Bitkom sowie der Onlinehändler Amazon gemeinsam die Kampagne ins Leben gerufen.

„Es ist höchste Zeit für diese Kampagne. Denn gefälschte Markenprodukte schädigen nicht nur die Markenhersteller. Sie sind auch gefährlich für alle, die sie kaufen. Darum ist es wichtig, gerade junge Menschen darüber aufzuklären.“ so Patrick Kammerer, Hauptgeschäftsführer des Markenverbands.

Die zunächst hauptsächlich via Instagram ausgespielten Inhalte richten sich hierbei unter dem Hashtag **#echtfake** vor allem an das junge Publikum der Generation Z. Denn über 39 Prozent der 15- bis 24-Jährigen in Deutschland haben nach einer Erhebung des EUIPO aus dem Jahr 2022 innerhalb eines Jahres mindestens einmal bewusst ein gefälschtes Produkt gekauft. Unter jenen in dieser Altersgruppe, die bereits einmal gefälschte Waren gekauft haben, gaben 41 Prozent als Grund dafür deren günstigeren Preis an.

„Was dabei oft vergessen wird: Der Schutz geistigen Eigentums ist entscheidend, um Innovationen zu ermöglichen. Denn die erfordern hohe Investitionen, die sich nur lohnen, wenn Schutzrechte respektiert werden“, sagt Volker Bartels, Vorsitzender des APM.

Ziel der Initiative ist es, das Problembewusstsein der Gen Z spielerisch zu schärfen und über die Nachteile gefälschter Waren aufzuklären – etwa Gesundheitsrisiken durch Schadstoffe in gefälschten Uhrenbändern, mangelhafte Qualität von Elektrogeräten oder Umweltverschmutzung und Ressourcenverschwendung durch Produkte, die rasch kaputtgehen beziehungsweise giftige Substanzen enthalten.

Susanne Dehmel, Mitglied der Bitkom-Geschäftsleitung, sagt: „Wer im Internet einkauft, muss sich auf die Qualität der Produkte verlassen können. Nur wer sich für das Original entscheidet, kann sich sicher sein, dass das Produkt den geltenden Standards entspricht. Und nur wer das Original kauft, sorgt dafür, dass es sich auch künftig lohnt, kreative Ideen zu haben und Innovationen auf den Markt zu bringen.“

Allein im Jahr 2022 haben Durchsetzungsbehörden im EU-Binnenmarkt und an den Außengrenzen 86 Millionen Produkte beschlagnahmt, bei denen offenbar Schutzrechte verletzt wurden.

„Gefährliche und menschenunwürdig hergestellte Produkte dürfen im Internet keinen Platz haben. Der Online-Handel geht das Problem bereits konsequent an. Vor allem Marktplätze tauschen Daten mit Shop-Betreibern aus, um Fälscher:innen auch außerhalb ihrer Marktplätze aufzudecken“, erklärt Christoph Wenk-Fischer, Hauptgeschäftsführer des bevh.

Rocco Bräuniger, Country Manager von Amazon in Deutschland ergänzt: „Der Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher steht dabei im Mittelpunkt unserer Bemühungen, um ein sicheres Einkaufserlebnis für alle zu gewährleisten. Wir verbieten strikt den Verkauf gefälschter Produkte und konzentrieren Innovationen und Investitionen auf vier Schlüsselbereiche. Diese

umfassen leistungsstarke und hocheffektive proaktive Maßnahmen zum Schutz unseres Stores und branchenführende Tools, die es Rechteinhabern ermöglichen, mit uns zusammenzuarbeiten, um ihre Marken besser zu schützen, Fortschritte bei der Verfolgung von Akteuren mit schlechten Absichten sowie verbesserter Kundenschutz und Aufklärung.“

Für weitere Informationen über die Kampagne besuchen Sie die Kampagnen-Website: echt-fake.de oder den Social-Media-Kanal auf Instagram: echt.fake.offiziell

Kontakt

Merle Wiez
Pressereferentin
Telefon: +49 30 27576-274
E-Mail: m.wiez@bitkom.org
Download Pressefoto

Friederike Michael
Referentin Digital Content & Recht
Download Pressefoto
Nachricht senden

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/EchtFake-Social-Media-Kampagne-warnt-Gen-Z-vor-Kauf-gefaelschter-Produkte***