

In Hongkong findet alljährlich eine Elektronikmesse für alles statt, was leuchtet. Die Lighting Fair ist die größte ihrer Art in Asien. 1.500 Aussteller, 20.000 Besucher, vier Tage dauert die Leistungsschau. Wenn man was sein will, muss man dorthin.

Als der Berliner Designer Martin Wallroth die Hongkonger Messe 2018 besucht, erleidet er einen Schock.

Zwischen den Kojen anderer Aussteller entdeckt er einen Stand seines eigenen Unternehmens. Er kann sich nicht erinnern, einen solchen veranlasst zu haben. Dennoch. Alles ist, wie es sein sollte: Die Leuchten, die er in sechsjähriger Entwicklungsarbeit marktreif gemacht hat und für die er mit Preisen ausgezeichnet wurde, die Produktfotos, die Kataloge und Farben entsprechen exakt dem Auftreten seiner Firma. Mit dem Unterschied, dass sie sich hier anders nennt.

„Ich dachte, ich bin nicht mehr ich“, erinnert sich Martin Wallroth heute an diese bizarre Entdeckung. Er hat das Beben, das sie in ihm auslöste, noch immer nicht überwunden, ringt nach Luft, während er von der Irritation berichtet, die der Anblick von etwas so Vollkommenem auslöst, dass es unmöglich real sein kann.

„Ich bin weitergegangen, weil ich das nicht ertragen konnte. Mein erster Gedanke: Ich flieg jetzt Erster Klasse zurück, trinke nur noch Champagner und höre auf.“

Wenn es anderen möglich war, die eigene Firmenstrategie so komplett nachzuahmen und dafür offenkundig beträchtliche Summen in die Hand zu nehmen, was hatte er dann noch in diesem Spiel verloren? Man stahl ihm nicht nur eine Idee. Was zählte die Lebenszeit, die er allein für den Leuchtkopf der geklauten Produktlinie aufwenden musste, außerdem der Gegenwert mehrerer Ferrari, den er für Werkzeuge ausgegeben hatte?

„Dann habe ich mich langsam gefangen“, erzählt Wallroth. Er habe als Ruderer, der er früher mal war, oft verloren, daran erinnert er sich und auch daran, was sein Trainer immer gesagt habe: dass man verlieren dürfe, aber nicht aufgeben. Denn es seien die Niederlagen, die einen besser machten. Er, Wallroth, habe also eine Cola light getrunken und sei zu dem Messestand zurückgekehrt.

Der Anteil gefälschter Waren am Weltmarkt ist seit 2016 von 2,5 auf 3,3 Prozent gestiegen, was laut eines OECD-Berichts für das Jahr 2018 einer Summe von

**Er kann etwas, was die anderen nicht können. Glaub er**

460 Milliarden Euro entsprochen hat. Die Menge der illegal in die EU eingeführten Güter ist dabei überdurchschnittlich hoch. Hier sind 6,8 Prozent des Handels mit einer Bilanzsumme von 121 Milliarden Euro betroffen, wie das Amt der

EU für geistiges Eigentum mitteilt. Fachleute gehen davon aus, dass die Pandemie die verheerende Tendenz weiter forcieren wird. „Wenn Sie heute einen Artikel von außerhalb der EU im Internet kaufen, handelt es sich ziemlich sicher um eine Fälschung“, sagt ein Zollfahnder.

Indes, laut einer Studie ihres Verbandes lässt die Bereitschaft unter den deutschen Anlagen- und Maschinenbauern deutlich nach, die kostspielige juristische Verfolgung von Produkt- und Markenpiraterie aufzunehmen. Nur ein Viertel leitet zivilrechtliche Schritte ein, was ein Rückgang um 13 Prozent ist. Es scheint sich Resignation breit zu machen angesichts der Flut an Als-ob-Produkten. Und das, obwohl 74 Prozent der befragten Firmen angeben, von Nachahmungsdelikten betroffen zu sein. Mehr als je zuvor.

Seit 2003 fährt Unternehmer Wallroth regelmäßig nach Hongkong und dann weiter nach Taiwan und China. Dort werden die Transformatoren, die LED-Technik und sämtliche elektrischen Komponenten gefertigt, die seine Leuchten brauchen. Und er sagt, dass er habe miterleben können in dieser kurzen Zeitspanne, wie die Chinesen den Westen technologisch „überrollen“.

Aber ihn nicht, den Kleinunternehmer mit 58 Mitarbeitern, der seinen Laden eine Microfactory nennt. Er kann etwas, glaubt er, das die Großen nicht können.

Wallroth spricht die Leute auf dem Messestand an, allesamt Chinesen, geschmackvoll und locker gekleidet, moderne Geschäftsleute, wie es scheint. Drei Stunden lässt er sich alles zeigen. Sie zerlegen ihm die Lampen, zeigen ihm ihren Aufbau, und er sieht, wie viel schlechter sie sind im Vergleich zu seinen Originalen. Ganz zum Schluss fragt er, wer das denn entwickelt habe.

Hätten sie gemacht, ist die Antwort.

Wallroth zückt seine Visitenkarte. „No, no, no, this is my intellectual property. I am the owner“, habe er gesagt und stellt sich vor als derjenige, aus dessen Vor- und Familiennamen Mawa hervorgegangen sei, eine Marke für modernes Lampending, die sie ja kennen müssten.

Da nehmen die Chinesen Reißaus, und er bleibt allein zurück, umgeben von einer einzigen Lüge. Ein Mann in einer Parallelwelt seines Lebenswerks.

Der Vorfall war und ist keine Ausnahme. Es werde eher schlimmer, sagt Wallroth bei einem Treffen in seinem Büro südwestlich von Berlin. Der 66-Jährige trägt eine modische Brille, das Haar streng nach hinten gestriegelt, und er pflegt den lockeren Umgangston des



Mehr Licht. Martin Wallroth mit einem seiner Produkte am Firmensitz.

Foto: Kitty Kleist-Heinrich

# Schatten seiner selbst

Es war ein Schock: Plötzlich stand der Berliner Leuchtendesigner Martin Wallroth in China inmitten seines Lebenswerks – bis ins letzte Detail kopiert von Produktfälschern. Plagiatsfälle wie dieser häufen sich. Und bedrohen Existenzen

VON KAI MÜLLER

Norddeutschen. Er kann grob sein, wenn es um seine Freiheit geht, aber als Designer ist er ein Pedant, der Federverschlüsse und Fräskanten entwickelt, zu fein, um sie mit bloßem Auge wahrzunehmen. „Ich zeig Ihnen das mal“, sagt er, während er in der Neuseddiner Werkhalle über Aluminiumspäne hinweggeht, stolz auf die Fertigkeiten, die er, seine Leute und die CNC-Fräsen mitbringen. Dass er im Kampf gegen Fälscher allerdings auf die Hilfe anderer angewiesen ist, befeuert seinen Groll.

„Allein in den ersten beiden Monaten dieses Jahres haben wir schon wieder zwei neue Plagiatsfälle entdeckt“, sagt Wallroth. In einem Fall wurden die Zollschranken mit einem Trick umgangen, in-

dem Gehäuse und Leuchtkörper getrennt verschickt wurden, so dass sie jeweils wie Zulieferteile aussahen. „Es gibt Leute, die handeln skrupellos.“

Im Gegensatz zu den meisten anderen Unternehmern, die unter Produktpiraterie leiden, will Wallroth nicht länger stillhalten. Deshalb redet er so freimütig über ein Phänomen, vor dem Industrieverbände zwar regelmäßig warnen, mit dem aber betroffene Unternehmen selten direkt in Verbindung gebracht werden möchten. Der spektakuläre Plagiatsprozess von Apple gegen Samsung 2012 hat gezeigt, wie unklar die Sympathien in der Öffentlichkeit verteilt sind. Obwohl Apple mit seinem stilbildenden iPhone-Design Recht bekam und Sam-

sung wegen seiner Nachahmung zur Zahlung von 2,5 Milliarden Dollar verurteilt wurde, hielten viele Menschen Apples Verhalten für Anmaßung. Wie könne man ein so gebräuchliches Produkt für sich allein reklamieren?

Das Thema ist ideologisch aufgeladen, bestätigt ein Patentrechtler. Wenn gegen ein billiges Fake-Produkt vorgegangen werde, würden selbst Richter oft nur den Kampf um Marktmacht sehen. Und sie fänden es gar nicht so falsch, wenn die Exklusivität eines Gebrauchsgegenstands allen Menschen zugutekomme. „Das hat eine Komponente von Volkssversorgung“, spottet der Anwalt.

Martin Wallroth würde in seinem Groll am liebsten viel weiter gehen, als ihm ge-

raten wird. So wollte er eine vom Zoll beschlagnahmte Lieferung auf seinem Werkhof mit einem Bulldozer „plattmachen“ und die Videoaufnahmen davon ins Netz stellen. Doch sein PR-Mitarbeiter riet dringend davon ab. Auf den Bildern würde man nur sehen, dass er seine eigenen Lampen zerstöre.

Ein taiwanesischer Geschäftspartner verstand Wallroths Ärger nicht. „Du musst doch stolz sein“, sagte er, „kopiert zu werden, ist eine Auszeichnung“.

Nicht, dass nicht auch Wallroth sich bei anderen schon bedient hätte – unvermeidbar für einen Designer, einen Autodidakten zumal, der lange gebraucht hat, um da zu sein, wo er heute ist. Die Frage ist jedoch, ob es als Akt einer Wiedergeburt verstanden wird oder als Klonung.

Dass Wallroth, aufgewachsen in Ratzeburg, sich mit schönen Dingen beschäftigen würde, stand für ihn selbst früh fest. Wie ihm überhaupt alles gelegen kam, sich vom reaktionären Elternhaus mit seinen Vorurteilen freizumachen. Er war Deutscher Jugendmeister im Rudern geworden, hatte unter der Trainerlegende Karl Adam, der auch sein Physiklehrer war, großes Können erlangt, bevor er sein Faible für Technik, Eleganz und Energie auf Objekte verlagerte.

Doch studiert hat er das nur halbherzig. So bastelte er Mitte der 70er Jahre erste eigene Lampen zusammen, „weil ich rauskommen wollte“, weg von der Familie. Deren Kriegsgeschichte machte ihn zum „Totalverweigerer“.

1979 setzte er sich nach West-Berlin ab, wo er in Kreuzberg ein Designbüro gründete und eine Werkstatt am Oranienplatz anmietete. Das Geld dafür stammte aus einer früheren Firmenbeteiligung.

Irgendwas mit Design machten damals viele Leute in SO 36, die ein Schweißgerät bedienen konnten. Aber nur wenige führen einen Porsche wie Wallroth. Die Gegend war Hausbesetzerland. Als er in den 80er Jahren einmal ein leerstehendes Ladengeschäft als Atelier nutzen wollte, brauchte er die Einwilligung der Bevollmächtigten der Szene, sonst wäre seine kapitalistische Neonlicht-Installation sofort zusammengedrückt worden. Er argumentierte, dass er als Einzelkämpfer keine Chance gegenüber den großen Ketten besäße, wenn er seine Kunden nicht in Kreuzberg finden dürfe. Das überzeugte die Blockräte.

Obwohl Wallroth mit Leuchten begonnen hatte, kam er davon ab. Er entwarf stattdessen viele „Steh-und-häng-im-Wegs“, wie er sagt, Obstschalen, so etwas. Man musste sich Nischen suchen. Mit 50 wurde er der Sache überdrüssig. Ihm hing der Rat einer Freundin nach, die gesagt hatte: „Martin, Dinge müssen auch in Würde altern können.“ Eigentlich meinte sie: Gute Dinge altern nicht, sie führen auch kein Nischendasein.

Wallroth beschloss, nur noch Dinge zu schaffen, die man braucht, was eine völlig andere Herangehensweise voraussetzt. Denn was man braucht, das gibt es schon. Gutes Licht wird gebraucht, sagte Wallroth. Aber Designer aus seiner Generation wie Tobias Grau und Axel Reich waren schon seit Jahren in dem Bereich tätig. Was zählten da schon seine eigenen frühen Lampen-Experimente?

Der Einstieg für Mawa in die Licht-Branche erfolgte zunächst über Restaurierungsprojekte. So möbelte Wallroths Werkstatt historische Lampen etwa für das Staatsratsgebäude auf und rüstete sie auf die neueste Technik um. Der nächste Schritt waren Aufträge für Sondermodelle, die nur in geringer Stückzahl gefertigt werden sollten, was für große Hersteller unattraktiv ist. So hingen Wallroths Kleinserien bald in Kanzleramt, Corbusierhaus, Gorki-Theater und im Lutherhaus in Wittenberg.

Aus den fürs Lutherhaus konzipierten Strahlern wurde die „Wittenberg“-Werkgruppe, mit Auszeichnungen überhäuft. Und dann sieht Wallroth dieselbe Lampe bis ins Detail kopiert von einem chinesischen Hersteller auf der Messe. Der Blick ins Innenleben verrät ihm: „Dreck, nur Dreck.“ Womöglich ein Sicherheitsrisiko. „Was Chinesen uns nicht wegnehmen können, sind individuelle Lösungen. Sie denken dort drüber nur in riesigen Stückzahlen, die den Preis reduzieren.“

Nach wie vor stellt China weltweit die größte Quelle für Produktpiraterie dar. 61 Prozent der auf den Weltmarkt strebenden Kopien stammen von dort. Wallroth geht jedoch davon aus, dass hinter der asiatischen Praxis meistens ein europäischer Anbieter stehe, der sage: „Das läuft hier, macht das mal nach.“ Der verteilte illegale Ware dann an das riesige Netz von Billiganbietern, „die den Sperrmüll von morgen verkaufen“.

Tatsächlich kommen 19 Prozent der Plagiate aus Deutschland selbst, eine seit Jahren stabile Zahl, womit der heimische Markt die zweitgrößte Gefahrenquelle für deutsche Hersteller darstellt. Ideenklaue ist sowohl unter direkten Konkurrenten als auch unter Geschäftspartnern ein probates Mittel. Wie der Verband der Maschinen- und Anlagenbauer in seiner Plagiatsstudie feststellt, findet sich in der Kette aus Zulieferern, Zwischenhändlern und Abnehmern häufig jemand, der ein Produkt auf eigene Rechnung vervielfältigt, statt sich an seinen vertraglich vereinbarten Platz in der Produktionskette

zu halten. Oft handeln sie nach der Devise: Dreistigkeit siegt.

Aber tut sie das?

Der Schulungsraum des Zollamts am Cargo-Terminal des Flughafens BER ist vollgestopft mit Objekten, die täuschen sollen und der Leiter des Zollamts sagt: „Es gibt nichts, was es nicht gibt.“ Christian Böhm, Vollbart, gedrungene Statur, steht in seiner blauen Uniform vor einer Vitrine mit Luxusuhren, Schmuck und Parfüm-Flakons. „Die Kopfnote kriegen sie hin“, sagt er, „die Herznote nie.“ Dann langt er nach einer Packung mit Viagra-Tabletten. „Mehl, Farbstoff, fertig.“ An Kleiderbügel hängen Trikots sämtlicher Sportausrüster. Auf Tischen ist Kinderspielzeug aufgebahrt. Er seufzt. „Alles wird gefälscht. Es hört nie auf.“

Billiger ist besser hat die Gesellschaft fest im Griff.

Böhm versteht nicht, warum Unternehmen ungern über den Betrug reden. „Das müsste viel offensiver von den Firmen vorangetrieben werden, denn die Kunden wissen, was sie tun. Der große Preisunterschied schließt aus, hinterher sagen zu können, ‚ich wusste das nicht‘“, sagt er mit Blick auf sein kleines Horrorkabinett des Konsums.

Da der Zoll im Auftrag des Markeninhabers tätig wird und nicht – wie bei Waffenhandel und Drogendelikten – die Gesellschaft als solche schützt, können Zöllner nur so gut sein, wie die Firmen sie unterstützen. Böhm erinnert sich an eine Lieferung mit 4000 T-Shirts, bei der mindestens drei verschiedene Rechteinhaber involviert waren. Zehn Tage lang durfte der Zoll sie festhalten, um zu klären, wie es weitergehen sollte. Einer verhielt sich nicht. Vielleicht hatte er sich aufsergeichtlich geeinigt. Oder es kümmerte ihn einfach nicht. Am Ende hieß es, dass die Sendung rauszugeben sei, obwohl es sich um Fälschungen handelte. „Sehr ärgerlich für uns“, sagt Böhm.

Ein markanter Zug von Plagiatoren ist, den Bezug zur Ursprungsidee bewusst zu erhalten. Sei es, um Gleichheit zu suggerieren. Sei es, weil der Bann des Originals auf schwache Gemüter zu stark fortwirkt. Der Plagiarius-Preis versucht diesem Umstand seit 1977 auf sarkastische Weise Rechnung zu tragen, indem er die unveranschämtesten Raubkopien eines Jahres auszeichnet. Zu den beanstandeten Produkten gehörte 2020 eine Kugelleuchte, die ursprünglich unter dem Namen „Tilt Globe“ von Nyta aus Karlsruhe entwickelt wurde. Das Besondere an dieser Hängelampe ist der runde Metallschirm, der durch einen Schlitz im Gehäuse beliebig um die Lichtquelle herumgedreht werden kann. Sieht simpel aus. Aber wäre es einfach gewesen, wäre schon früher mal jemand auf diese Idee gekommen.

Nun wird ein auffallend schlechteres Plagiat von einem süddeutschen Händler vertrieben. Der bietet über eine Hausmarke so genannte „eigene Produkte“ an, zu denen auch die „Ball“-Serie gehört. Wie er sich die große Ähnlichkeit zu dem Nyta-Entwurf erklärt, wollte er auf Anfrage des Tagesspiegel nicht erläutern. Da das Lichthaus massiv für sich im Internet wirbt, ist das Original in der Priorität der Algorithmen gesunken. Aus der Welt der Suchmaschinen ist der Nyta-Entwurf bereits verdrängt worden.

**Drei Unterschiede reichen. Dann gilt etwas nicht als Kopie**

Einen ähnlichen Effekt befürchtet Martin Wallroth für einen Mawa-Strahler, den er 2014 entwickelt und jetzt aus der Fertigung in sein Neuseddiner Büro getragen hat. Dort legt er ihn auf den Konferenzstisch neben die Kopie eines international agierenden Lampen-Herstellers. Auch in diesem Fall haben die Gerichte noch kein Urteil gesprochen. Wallroth ist sich sicher: „Das ist eine eindeutige Täuschung.“ Wieder fühlt er sich betrogen.

„Wenn man sich die Lampen genau ansieht, versteht man die Schweinerei. Denn es braucht drei Unterscheidungsmerkmale, um nicht von einer exakten Kopie zu sprechen. Das erste ist der wenige Millimeter größere Durchmesser. Das zweite ist die Oberflächenbeschichtung. Das dritte ist der Bügel.“ Doch dürften diese marginalen Änderungen nicht mehr zu erkennen sein, sollte die Lampe an der Decke montiert werden.

Dass sich der Plagiator dieser Tatsache bewusst ist, davon ist Martin Wallroth überzeugt. Denn dieser Strahler buhle womöglich um den Auftrag für ein Projekt, in dem Wallroth seine Firma bereits als „gesetzte“ sieht. In der Ausschreibung für das Museum Wien ist der „70“-Strahler von Mawa mit seinen Abmessungen und Lichtqualitäten als Richtwert exakt vorgegeben. Das bedeutet, dass nur diese Lampe oder eine gleichwertige berücksichtigt würde. Das Auftragsvolumen betrage mehrere hunderttausend Euro.

Da Ausschreibungen bei dieser Größenordnung europaweit für Mitbewerber geöffnet werden müssen, sind sie ein Einfallstor der Plagiate-Industrie. Ein renommiertes Lichtplaner gibt hinter vorgehaltener Hand zu, dass sehr oft sichtlich die Firma zum Zuge kommt, deren Angebot preisgünstiger sei. Neulich wurde ein Brief an Lichtplaner verschickt von einer Firma, die sogar damit warb, dass ihre Leuchten genau so aussähen wie die von der Konkurrenz, nur eben besser seien. Und billiger noch dazu. Wie das gehen soll?