



## In sieben Schritten zum Markenschutz

### *Eine Checkliste zur Implementierung von Sicherheitskonzepten*

Der Weg von der Suche, über die Entwicklung bis hin zur Implementierung eines wirkungsvollen Sicherheitskonzepts erscheint vielen Markenherstellern zeit- und kostenintensiv. Dabei sind es nur wenige Schritte bis zu einem effektiven Schutz der Marke und der Produkte. Diese werden im Folgenden aufgeführt und können als Checkliste zur Implementierung von Sicherheitskonzepten dienen.

### 1. Bestehende Problematik erkennen

Häufig werden sich Markenhersteller der Fälschungsproblematik erst bewusst, wenn Fälschungen ihrer Produkte im Markt auftauchen. Dann gilt es, das Ausmaß festzustellen. Das geschieht durch die Überprüfung der eigenen Märkte, meist durch Mitarbeiter im Vertrieb und in Verkaufsfilialen sowie durch Internetrecherchen auf Online-Verkaufsplattformen wie ebay und alibaba, aber auch auf Social Media Kanälen und Messenger-Diensten wie Facebook, Whatsapp, Yupoo und WeChat. Gefälschte Produkte können zudem bei Rückläufern registriert werden.

Markenhersteller sollten versuchen herauszufinden, welche Art von Problematik besteht: Sind Produktfälschungen im Umlauf? Wird mit Graumarktware gehandelt? Treten Manipulation und Diebstahl in der Logistikkette auf? Findet Garantiemissbrauch statt? Diese Fragen zu beantworten, ist oft schwierig. Ein Anbieter von Sicherheitslösungen kann schon in dieser Phase des Projektes unterstützen.

### 2. Auswahl des Lösungsanbieters

Bei der Auswahl eines Anbieters von Markenschutzlösungen sollten folgende Kriterien berücksichtigt werden:

- **Die eingesetzte Sicherheitstechnologie ist proprietär:** Der Anbieter hat sie selbst entwickelt und produziert sie mit einer weltweit einzigartigen Technologie. Dadurch entsteht eine besonders hohe Fälschungssicherheit.  
**Hinweis:** Dies trifft in der Regel nicht auf Präge-Hologramme zu, denn diese sind von einer Vielzahl von Anbietern frei am Markt verfügbar.
- **Das Sicherheitsmerkmal auf jedem einzelnen Produkt ist einzigartig und auf Echtheit prüfbar:** Jedes einzelne Sicherheitsetikett für ein Produkt trägt eine einzigartige, individuelle Information, die so in keinem anderen Sicherheitsetikett und damit auf keinem anderen Produkt vorkommt.  
**Hinweis:** Bei Präge-Hologrammen ist das nicht der Fall, denn bei der Herstellung wird ein immer gleiches Motiv vervielfältigt.

- **Der Anbieter verfügt über eine weltweite Distribution:** Dadurch können sämtliche Produktionsstandorte des Markenherstellers mit den Sicherheitsmarkierungen beliefert und in der jeweiligen Landessprache beraten werden.
- **Das Sicherheitsmerkmal kann an verschiedene Zielgruppen kommuniziert werden:** Verbraucher müssen das Sicherheitsmerkmal mit bloßem Auge prüfen können, um Originalprodukte zu authentifizieren. Händler, Zollbeamte und Experten des Markenherstellers können mit Hilfsmitteln wie Lupen oder speziellen Lesegeräten weitere Sicherheitsebenen und Details auslesen.
- **Das Sicherheitsmerkmal lässt sich in bestehende Kennzeichnungen integrieren:** Je weniger Veränderungen im Produktionsprozess des Markenherstellers nötig sind, desto geringer fällt der Zeit- und Kostenaufwand aus. Das ist insbesondere gegeben, wenn die Sicherheitsmerkmale als Label-on-Label Technologie auf bestehende Etiketten aufgebracht werden können.
- **Offene und verdeckte Sicherheitsmerkmale werden miteinander kombiniert:** In einem mehrstufig angelegten Sicherheitsetikett erkennt der Endkunde die Originalitätsmarkierung mit dem bloßen Auge. Händler und Zollbeamte lesen zusätzliche Markierungsebenen mit einfachen technischen Hilfsmitteln (Lupe) aus. Experten und eigene Mitarbeiter haben durch besondere Lesegeräte Zugriff auf spezielle Prüfebene des Sicherheitsetiketts.
- **Das Sicherheitsmerkmal ist gegen Manipulation und Entfernung geschützt:** Ist das Sicherheitsmerkmal auf den Produktverpackungen, Behältern oder Flaschen angebracht, besteht die Gefahr, dass diese nach Erstgebrauch von Produktfälschern eingesammelt und wiederverwendet werden. Davor schützt eine Versiegelung, die bei Erstöffnung einen bleibenden optischen Nachweis hinterlässt (Tamper Evident Effekt). Die Verpackungen sind dann nicht weiter verwendbar. Das ist insbesondere wichtig für Hersteller von Produkten, deren Verpackungen in großen Mengen entsorgt werden, wie Medikamentenverpackungen in Krankenhäusern oder Wein- und Spirituosenflaschen.

### 3. Auswahl des zu schützenden Produkts

Der Markenhersteller entscheidet, was geschützt wird. Sollen ausgewählte Produkte oder das ganze Sortiment mit Sicherheitsmerkmalen versehen werden? Wichtige Faktoren für diese Entscheidung sind natürlich Sicherheit und Kosten. Aber auch die Marktkommunikation sollte in dieser Phase bereits beachtet werden. Denn werden alle Produkte durch ein einheitliches Sicherheitsmerkmal geschützt, ist das Originalitätskennzeichen am einfachsten in den Markt kommunizierbar.

## 4. Definition und Erstellung der Sicherheitslösung

Basierend auf einigen grundsätzlichen Fragen nimmt die Sicherheitslösung Gestalt an:

- **Gegen welche Problematik möchte der Markeninhaber vorgehen?** Sollen Produktfälschungen, Graumarkthandel, Garantiemissbrauch und / oder Diebstahl innerhalb der Logistikkette bekämpft werden?
- **Wer nimmt die Prüfung des Sicherheitsmerkmals im Markt vor?** Richtet sich die Sicherheitslösung an Endkonsumenten, Händler, Zollbeamten und / oder Experten? Oder soll das Sicherheitsmerkmal versteckt angebracht werden, sodass ausschließlich Experten eine Prüfung vornehmen können?
- **Ist eine Verknüpfung mit bestehenden Markierungsstandards gewünscht?** Soll das Sicherheitsmerkmal mit branchenüblichen Kennzeichnungsstandards kombiniert werden, bspw. mit dem MAPP-Code des Automotive Aftermarket? Muss das Sicherheitsmerkmal gesetzliche Markierungsvorgaben erfüllen, bspw. die der Pharma-Regulierungen der EU und USA?
- **Soll der Authentifizierungsprozess weiterführende Services bieten?** Soll der Nutzer nach der Originalitätsprüfung detaillierte Informationen zum Produkt erhalten? Das funktioniert z. B. über die Integration von QR-Codes in das Sicherheitsetikett, die der Nutzer per Smartphone scannen kann. Soll die Produktnachverfolgung über Track & Trace Systeme möglich sein? Sind CRM (Customer Relationship Management) Möglichkeiten wie Loyalitätsprogramme und Gewinnspiele gewünscht?
- **Welche Wirkung soll das Sicherheitsmerkmal im Markt erreichen?** Soll das Sicherheitsmerkmal ein Eyecatcher sein und durch sein Design auffallen? Oder ist eine dezente Integration der Sicherheitskennzeichnung in das Produktdesign gewünscht?

Auf Grundlage dieser Informationen erarbeitet der Lösungsanbieter ein kundenindividuelles Schutzkonzept für den Markenhersteller. Wichtig ist dabei auch, dass das Sicherheitsmerkmal genau auf die Oberflächenbeschaffenheit und das Material des zu schützenden Produktes abgestimmt wird. In Anwendungstests wird die Sicherheitslösung auf Beständigkeit gegenüber bestimmten Temperaturen, Feuchtigkeit und UV-Bestrahlung sowie auf Manipulationssicherheit getestet.

## 5. Implementierung des Sicherheitsmerkmals in bestehende Produktionsprozesse

Es folgt die technische Implementierung der Sicherheitslösung in die Produktionsprozesse des Markenherstellers, bei der Lösungsanbieter und Markeninhaber eng zusammenarbeiten. Besonders effizient ist die Implementierung zu bewerkstelligen, wenn ein bereits bestehendes Produktetikett um das Sicherheitsmerkmal ergänzt wird. Denn dann ist kein zusätzlicher Etikettierungsschritt erforderlich, der hohe Implementierungskosten verursachen könnte.

Die Implementierungsphase umfasst auch die Einführung des Sicherheitsmerkmals in den logistischen Prozess des Markeninhabers. In Frage kommt dabei auch die Belieferung von externen Lieferanten, natürlich durch streng kontrollierte Abgabe bezüglich Menge und Empfänger der Sicherheitsmerkmale (Kontingentierung).

## 6. Markteinführung und aktive Kommunikation des Sicherheitsmerkmals

Ein entscheidender Schritt ist die Kommunikation der Sicherheitslösung in den Markt. Nur wenn alle Beteiligten (Experten, Zollbeamte, Händler und / oder Konsumenten) informiert sind, kann eine maximale Schutzwirkung erzielt werden.

Der Lösungsanbieter sollte hier mitwirken und aktiv bei der Erarbeitung einer Kommunikationsstrategie unterstützen. Das Kommunikationskonzept orientiert sich insbesondere an Faktoren wie Zielgruppe, Produktart und Industriezweig. Je nach dem eignen sich Kommunikationsmittel wie eine eigene Unterseite auf der Hersteller-Webseite, Broschüren, Poster und / oder der Versand von Mailings und Newslettern.

## 7. Validieren des Schutzkonzepts

Nach der Markteinführung müssen die laufenden Sicherheitsmaßnahmen dokumentiert und ausgewertet werden: Laufen die Produktions- und Logistikprozesse reibungslos? Wird das Sicherheitskonzept von den Zielgruppen angenommen oder muss noch besser kommuniziert werden? Ist ein Rückgang der zu bekämpfenden Probleme zu verzeichnen (Fälschungen, Graumarkthandel, Diebstahl, Garantiemissbrauch usw.)?

Gemeinsam mit dem Lösungsanbieter werden stetig Anpassungen und Updates (bspw. Systemupdates oder neue Produktgenerationen der Sicherheitsmerkmale) vorgenommen, um jederzeit eine optimale Performance zu gewährleisten.

*Autor: Volker Hahn, International Marketing Director, tesa scribos GmbH*

**Sie haben Fragen oder Anregungen zum Thema? Melden Sie sich bei uns!**

tesa scribos GmbH  
Sickingenstrasse 65  
69126 Heidelberg  
Germany

Tel. +49 (0)6221-335 07 17  
Fax +49 (0)6221-335 07 18  
Email: [customer-service@tesa-scribos.com](mailto:customer-service@tesa-scribos.com)

# In sieben Schritten zum wirksamen Markenschutz



## 1. Bestehende Problematik erkennen

Geht es um die Bekämpfung von Fälschungen, Graumarkthandel, Garantiemissbrauch und/oder Diebstahl in der Logistikkette?



## 2. Auswahl des Lösungsanbieters

Der Lieferant sollte selbstentwickelte, einfach kommunizierbare Sicherheitstechnologien mit individueller Produkt-Codierung anbieten.



## 3. Auswahl des zu schützenden Produkts

Sind einzelne Produkte oder das ganze Sortiment zu schützen? Sicherheits- und Kostenfaktoren müssen hierbei bedacht werden.



## 4. Definition der Sicherheitslösung

Welches sind die bestehenden Problematiken? Welche Zielgruppen gibt es? Sind weiterführende Services wie Online-Produktprüfung gewünscht?



## 5. Implementierung in bestehende Prozesse

Bei der Integration des Sicherheitskonzepts in bestehende Produktions- und Logistikprozesse gilt es, möglichst zeit- und kosteneffizient zu arbeiten.



## 6. Einführung und aktive Kommunikation des Sicherheitsmerkmals

Um die Schutzwirkung des Sicherheitskonzepts zu maximieren, sollten Lösungsanbieter und Markeninhaber gemeinsam eine Kommunikationsstrategie erarbeiten.



## 7. Validieren des Sicherheitskonzepts

Laufende Sicherheitsmaßnahmen sollten stetig dokumentiert und ausgewertet werden, um ggf. Verbesserungen vornehmen zu können.