

Eine Checkliste zur Implementierung von Sicherheitstechnologien

In sieben Schritten zum Markenschutz

Für alle Hersteller von Markenprodukten ist der Einsatz von Sicherheitstechnologien gegen Fälschungen und Manipulationen unerlässlich. Trotz der bekannten Notwendigkeit, Produkt- und Markenschutzkennzeichen einzusetzen, schrecken manche Markeninhaber noch davor zurück. Einer der Gründe dafür ist, dass ihnen die Integration als zu aufwendig erscheint. Dabei bedarf es nur weniger Schritte hin zu einem effektiven Schutz der Marke und der Produkte. Diese werden im Folgenden erläutert: Welche Schritte sind nötig, um Produkt- und Markenschutzkennzeichen effizient im Prozess zu integrieren? Wie wird der Prozess von Anbietern von Sicherheitstechnologien unterstützt? Welche Möglichkeiten bietet das Design? Welche Zusatzfunktionen lassen sich in das Etikettendesign integrieren? Und wie kann eine reibungslose Integration in die eigene Fertigung erfolgen?

1. Erkennen des Problems

Vielfach sind sich Markenhersteller der Thematik erst bewusst, wenn sie Fälschungen ihrer Produkte im Markt entdecken. Dies geschieht durch die Überprüfung der eigenen Märkte, meist durch Mitarbeiter im Vertrieb oder in Verkaufsfilialen, oder durch Internetrecherchen auf Auktions- und Handelsplattformen wie ebay, Made-In-China.com oder alibaba.com. Aber auch bei Rückläufern fallen Fälschungen auf.

2. Auswahl des Lösungsanbieters

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

- **Die eingesetzte Sicherheitstechnologie ist proprietär**, das heißt, der Anbieter hat sie selbst entwickelt, produziert sie mit einer weltweit einzigartigen Technologie und gewährleistet dadurch eine besonders hohe Fälschungssicherheit. Dies trifft im Allgemeinen nicht auf Präge-Hologramme zu, für die es eine Vielzahl unterschiedlicher Anbieter gibt und deren Herstellungstechnologie frei auf dem Markt verfügbar ist.
- **Das Sicherheitsmerkmal auf jedem einzelnen Produkt ist verlässlich auf seine Einzigartigkeit und Echtheit prüfbar**. Das heißt, jedes einzelne Sicherheitsetikett beinhaltet als Unterscheidungsmerkmal eine einzigartige, individuelle Information, die so auf keinem weiteren Sicherheitsetikett vorkommt. Dies ist bei Präge-Hologrammen nicht der Fall, da bei der Herstellung ein immer gleiches Motiv vervielfältigt wird.
- **Der Anbieter sollte über eine weltweite Distribution verfügen**, mit der er seine Kunden an sämtlichen Produktionsstandorten beliefern und in der Landessprache unterstützen kann. Dieses Kriterium spielt vor allem für internationale Unternehmen, die weltweit produzieren, eine wichtige Rolle.
- **Das Sicherheitsmerkmal muss an verschiedene Zielgruppen kommuniziert werden können**, etwa an den Endkunden, der mit bloßem Auge das Sicherheitsmerkmal erkennen und anhand dessen überprüfen kann, dass er keine Fälschung erworben hat. Oder an den Zoll, der gefälschte Produkte an den Grenzen aufspürt. Allerdings müssen nicht alle Produkte über die komplette Lieferkette hinweg bis hin zum Endkunden überprüft werden. Für Garantiefälle etwa genügt es, dass ein direkt auf dem Produkt angebrachtes Merkmal von Experten erkannt wird.

- **Das Sicherheitsmerkmal lässt sich in bestehende Kennzeichnungen integrieren.** Dieses Kriterium hat einen praktischen Hintergrund, denn der Markenhersteller muss seine Produktionsprozesse in diesem Fall nicht verändern. Er kann die Sicherheitstechnologie schnell und einfach in seine Fertigung einbinden, wenn sie auf ein bestehendes Etikett aufgebracht wird (Label-on-Label-Technologie).
- **Offene und verdeckte Merkmale sollten kombiniert sein,** um die verschiedenen Zielgruppen zu erreichen. In einem Drei-Stufen-Modell erkennt der Endkunde das Sicherheitsmerkmal mit dem bloßen Auge, der Handel oder Zoll zusätzlich mit einfachen technischen Hilfsmitteln (Lupe) und der Experte oder der eigene Mitarbeiter verfügt über spezielle Geräte und spezielles Wissen.
- **Das Sicherheitsmerkmal ist gegen Manipulation und Entfernung geschützt.** Dieses Kriterium ist vor allem wichtig für Hersteller von Produkten, deren Verpackungen in großen Mengen entsorgt werden, wie Medikamentenverpackungen in Krankenhäusern oder Wein- und Spirituosenflaschen. Denn in diesem Fall, wenn das Sicherheitsmerkmal auf den Verpackungen angebracht ist, besteht die Gefahr, dass die Verpackung beziehungsweise Flasche von Produktfälschern eingesammelt und wiederverwendet wird. Eine wirksame Gegenmaßnahme ist ein Siegel, das bei der Erstöffnung sichtbar zerstört wird (Tamper Evident Effect), sodass Verpackungen nach Gebrauch nicht weiter verwendbar sind.

3. Auswahl des zu schützenden Produkts

Die nächste Entscheidung betrifft das zu schützende Produkt: Soll das ganze Sortiment oder nur einige besonders schützenswerte Produkte mit einem Sicherheitsmerkmal versehen werden? Neben Sicherheits- und Kostengründen

spielt hier auch die Marktkommunikation eine Rolle: Werden alle Produkte durch ein einheitliches Sicherheitsmerkmal geschützt, ist das Originalitätskennzeichen am einfachsten in den Markt kommunizierbar.

4. Definition der Sicherheitslösung

Je nachdem, gegen welches Problem der Markeninhaber vorgehen möchte, wird nun mit dem Sicherheitsanbieter technisch geklärt, welche Lösung die passende ist. Sprich, ob er gegen Produktfälschungen, Graumarkthandel oder Diebstahl vorgehen oder ob er die Rückverfolgbarkeit seiner Produkte sicherstellen oder mehrere Maßnahmen kombinieren will.

5. Design und Positionierung des Sicherheitsmerkmals

1. Wer soll die Echtheitsprüfung im Markt vornehmen?

Für die konkrete Gestaltung des Sicherheitsmerkmals muss entschieden werden, welche Zielgruppe die Echtheitsprüfung vornehmen soll. Soll vorrangig der Endverbraucher die Echtheit des Produktes beim Kauf prüfen können, kommen offene Merkmale, die mit dem bloßen Auge sichtbar sind, zum Einsatz. Bei der Überprüfung durch Handel und Zoll kann mit halb-offenen Merkmalen, die über ein einfaches Lesegerät prüfbar sind, gearbeitet werden. Sollen nur Experten das Sicherheitsmerkmal auslesen können, werden verdeckte Merkmale eingebracht. Meist ist es eine Kombination aus allen genannten Merkmalen, die maximalen Schutz bietet.

2. Wo soll das Sicherheitsmerkmal aufgebracht werden?

Die Position hängt maßgeblich davon ab, für welche Zielgruppe das Sicherheitsmerkmal auf welcher Stufe der Lieferkette erkennbar sein soll. Für den Endkunden sollte das Merkmal auf der Verkaufsverpackung oder (bei nicht verpackten Gütern) direkt auf dem Produkt angebracht sein, damit er im Laden erkennt, ob er ein echtes Produkt kauft. Zur Unterstützung empfehlen sich QR Codes, die mit dem Smartphone gescannt werden können. QR Codes leiten auf mobile Webseiten, anhand derer der Authentifizierungsprozess eingeleitet und die Funktionen des Sicherheitsmerkmals erklärt werden können. Der Markeninhaber kann die im Sicherheitsmerkmal verankerte Produktidentität auch dazu nutzen, weitere Produktinformationen zu hinterlegen. Bei Uhren, Brillen, Handtaschen oder Kleidungsstücken beispielsweise, die im Laden ohne Verpackung offen angeboten werden, ist ein Sicherheitsmerkmal auf dem Produkt, auf einer Garantiekarte oder einem Einnäh-Etikett von Vorteil. Sie können dadurch auch zu einem späteren Zeitpunkt im Garantiefall authentifiziert werden.

3. Wie soll das Sicherheitsmerkmal gestaltet sein?

Das Design des Merkmals sollte der Markenhersteller an der Frage orientieren, ob er seine Sicherheitsmaßnahme proaktiv an die Kunden kommunizieren will. Dann empfiehlt sich ein großes, auffälliges Design. Möchte er das Sicherheitsmerkmal dezent, etwa auf einem Flakon, integrieren, ohne das Produktdesign zu stören, eignet sich ein kleines, unauffälliges Sicherheitskennzeichen.

4. Welcher Zusatznutzen kann mit dem Sicherheitsmerkmal verknüpft werden?

Verleiht ein serialisiertes Sicherheitsmerkmal Produkten eine Identität, kann eine Track-and-Trace-Funktion oder ein branchenspezifischer

Code, wie zum Beispiel der von Automobilersatzteil-Lieferanten branchenweit verwendete MAPP-Code, problemlos integriert und abgesichert werden. Auch Prüfprotokolle, Qualitätszertifikate, Datenblätter und Broschüren lassen sich für den Endkunden hinterlegen und beispielsweise mit einem QR Code einfach zugänglich machen.

6. Implementierung des Sicherheitsmerkmals in den Produktionsprozess

Die Implementierung in die eigene Fertigung ist dann besonders einfach und schnell zu bewerkstelligen, wenn ein bereits bestehendes Etikett um das Sicherheitsmerkmal ergänzt wird. Somit ist kein zusätzlicher Etikettierungsschritt erforderlich und dem Hersteller entstehen keine Implementierungskosten. Das heißt, das komplette Etikett kann vom Anbieter des Sicherheitsmerkmals bezogen werden oder vom bisherigen Zulieferer, der das Sicherheitsmerkmal in streng kontrollierter Menge erhält und aufbringt.

7. Herstellung und Einführung des kundenindividuellen Sicherheitsmerkmals

Auf Basis aller genannten Antworten, die der Anbieter der Sicherheitstechnologie in Zusammenarbeit mit dem Markeninhaber klärt, wird eine kundenindividuelle Lösung erarbeitet. Hierbei wird das Sicherheitsmerkmal genau auf die Oberflächenbeschaffenheit und das Material des zu schützenden Produktes abgestimmt. In Anwendungstests wird die individuelle Lösung auf Beständigkeit gegenüber bestimmten Temperaturen, Feuchtigkeit und UV-Strahlung sowie die Manipulationssicherheit getestet.

Im Anschluss wird die Einführung des Sicherheitsmerkmals im logistischen Prozess des Markeninhabers begleitet. In Frage kommt dabei auch die Belieferung von externen Lieferanten, inklusive streng kontrollierter Abgabe bezüglich Menge und Empfänger (Kontingentierung).

Der Sicherheitsanbieter unterstützt seine Kunden nach Einführung auch bei der Kommunikation in den Markt. So können Kommunikationsstrategien erarbeitet oder auf Wunsch individuell gestaltete Broschüren zur Verfügung gestellt werden.

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

Weitere Informationen:
tesa scribos GmbH
Quickbornstr. 24
20253 Hamburg
info@tesa-scribos.de
Telefon 040-4909 6330
www.tesa-scribos.de

Fink & Fuchs Public Relations AG
Patrick Rothwell
patrick.rothwell@ffpr.de
Telefon 0611 – 74131 16
www.ffpress.net

In sieben Schritten zum wirksamen Markenschutz



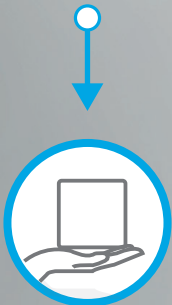
1. Bestehende Problematik erkennen

Worin besteht die Problematik? Geht es um Fälschungen, Graumarkthandel, Garantiemissbrauch oder Diebstahl?



2. Auswahl des Lieferanten

Tipp: Der Lieferant sollte proprietäre, kommunizierbare Sicherheitstechnologien mit individueller Codierung anbieten.



3. Auswahl des zu schützenden Produkts

Abzuwägen sind hier Sicherheits- und Kostenüberlegungen.



4. Sicherheitstechnologie auswählen

Tipp: Empfohlen wird eine Kombination aus offenen und verdeckten Merkmalen mit der Möglichkeit der Echtheitsprüfung für verschiedene Zielgruppen.



5. Design und Positionierung des Sicherheitsmerkmals festlegen

- Wo soll das Sicherheitsmerkmal positioniert werden?
- Soll die Gestaltung eher auffällig sein oder sich dezent integrieren?
- Ist eine Verknüpfung mit weiteren Funktionen gewünscht?



6. Implementierung in die Produktion

Tipp: Dies ist besonders einfach und ohne hohen Kostenaufwand zu bewerkstelligen, wenn ein bereits bestehendes Etikett um das Sicherheitsmerkmal ergänzt wird.



7. Einführung und aktive Kommunikation des Sicherheitsmerkmals

Tipp: Der Sicherheitsanbieter sollte bei der Kommunikation in den Markt unterstützen und gemeinsam mit dem Markeninhaber eine Kommunikationsstrategie erarbeiten.