



500
Milliarden Dollar

So viel Umsatz wird weltweit nach Schätzungen jährlich mit gefälschten Produkten gemacht

Dieser Rucksack ist gefälscht. Er wurde vom Zoll abgefangen und zerschnitten. Doch woher kommt er?

500.000
Arbeitsplätze

haben die Fakes in Deutschland gekostet, schätzt das Institut der deutschen Wirtschaft

63
Prozent
der Fälschungen weltweit stammen laut OECD aus China

Die Fake-Industrie

Gefälschte Markenprodukte sind ein Milliardengeschäft. Wer verdient damit? Eine Undercover-Recherche in China

VON FELIX ROHRBECK UND CHRISTIAN SALEWSKI

Ich bin jetzt in Guangzhou«, schreibt Sebastian Köhler, ein Deutscher, der vorgibt, groß ins Geschäft mit gefälschten Rucksäcken aus China einsteigen zu wollen. »Lasst mich wissen, wo und wann wir uns treffen können.« Doch Bella und Jack, die bisher jede E-Mail innerhalb von ein paar Stunden beantwortet haben, schweigen. Vielleicht ahnen sie, dass Sebastian Köhler eine Falle ist, dass da jemand versucht, ihre eigenen Tricks gegen sie zu wenden.

Sebastian Köhler, das sind wir, ein Reporterteam im Auftrag der ZEIT und des NDR. Wer Bella und Jack sind, wissen wir nicht. Wir haben IT-Forensiker, Privatdetektive und Experten für mikrobiologische Analytik eingespannt, um das herauszufinden. Wir haben versucht, Zahlungsströme und Postsendungen zurückzuverfolgen. Und wir haben Sebastian Köhler als Tarnidentität aufgebaut.

Nun sind wir in Guangzhou, einer Stadt im Süden Chinas. Es hat 35 Grad, subtropisches Klima. Wir fahren umher in endlosen Hochhausklüften. In der Region leben 44 Millionen Menschen. Wie zur Hölle sollen wir Bella und Jack finden? Es ist eine Recherche, von der wir wissen, dass sie fast aussichtslos ist. Und von der wir doch nicht lassen können.

Begonnen hat alles mit Anna, der Frau von Christian, einem der Autoren dieser Geschichte. Vor ziemlich genau einem Jahr, im August 2018, liegt sie in der Hängematte, schaut sich auf dem sozialen Netzwerk Instagram ein paar Fotos und Videos an. Mittendrin entdeckt sie eine Anzeige. Auf ihr ist ein Rucksack von Fjällräven zu sehen, der schwedischen Marke mit dem roten Polarfuchs im Logo. Weil Anna tatsächlich einen Rucksack braucht und er auch noch etwas günstiger ist als normalerweise, klickt sie drauf.

Anna befindet sich nun im Reich von Bella und Jack. Aber davon ahnt sie nichts. Denn der Shop, auf den die Anzeige verlinkt, sieht aus wie ein Shop von Fjällräven. Man sieht das Logo und ein paar glückliche Menschen, die in Outdoorkleidung die Natur erkunden. Nichts macht Anna misstrauisch. Sie bestellt für 58,65 Euro einen türkisfarbenen Rucksack mit pinken Trägern des Modells Känten und zahlt

mit ihrer Kreditkarte. Per Mail bedankt sich ein Servicemitarbeiter umgehend sehr freundlich für ihre Bestellung und verspricht, den Rucksack innerhalb der nächsten vier Tage zu verschicken.

Dann aber kommt kein Rucksack, sondern, fast einen Monat später, ein Brief vom Hauptzollamt Hamburg. Die Überlassung des Rucksacks, heißt es dort in schönstem Beamtendeutsch, werde ausgesetzt. »Es könnte sich um ein gefälschtes Produkt handeln.«

Für Anna kommt der Brief völlig unerwartet. Für den Zoll ist er Routine. Im vergangenen Jahr haben seine Mitarbeiter bundesweit 5.066.261 Fake-Produkte beschlagnahmt: Uhren, Schuhe, Kleidung, Kopfhörer, Taschen, Parfüms, Tabletten, Potenzpillen. Insgesamt waren es 50 Prozent mehr als im Jahr zuvor. Die meisten kamen per Post, so wie Annas Rucksack. Dahinter steckt ein grundlegender Wandel der Fälscher-Industrie. Sie braucht keinen physischen Ort mehr, um ihre Waren zu verkaufen, kein Geschäft, keinen Touristen-Basar. Das Geschäftsmodell hat sich digitalisiert. Die Fälscher ködern ihre Käufer in sozialen Netzwerken und verschicken ihre Produkte in Kleinsendungen, direkt an den Endkunden.

Das mag wie Kleinkriminalität aussehen. Doch die vielen kleinen Sendungen addieren sich zu einem gewaltigen Problem. Laut einer Studie der OECD werden pro Jahr gefälschte Waren im Wert von über 500 Milliarden Dollar gehandelt. Die Fake-Economy macht so viel Umsatz wie Apple und Amazon zusammen. Und sie wird immer globaler. 2013 betrug ihr Anteil am Welthandel 2,5 Prozent. Drei Jahre später waren es schon 3,3 Prozent. Das US-Magazin *Forbes* hält das Geschäft mit den Fakes für einträglicher als den Drogen- oder Menschenhandel. Es sei die »größte kriminelle Unternehmung der Welt«.

Verantwortlich sind vor allem Anbieter aus einem Land: China. Laut OECD stammen 63 Prozent der Fälschungen aus der Volksrepublik. Andere Schätzungen gehen von bis zu 80 Prozent aus. Das ist auch ein Grund für den Handelskrieg zwischen den USA und China. Denn den größten Schaden richten die Fakes dort an, wo die meisten Markenhersteller ihren Sitz haben: in den USA und in Europa.

Deutschland ist, weil es so viele innovative Unternehmen hat, besonders betroffen. Zwischen 70.000 und 80.000 Jobs haben die Fälschungen gekostet. Das besagt eine Schätzung des Juristen Arndt Sinn, Direktor des Zentrums für Europäische und Internationale Strafrechtsstudien an der Universität Osnabrück. Das arbeitgebernahe Institut der deutschen Wirtschaft kommt sogar auf 500.000 Jobs. Der jährliche Schaden liege bei über 54 Milliarden Euro. »Das Problem«, sagt Thomas Bareiß, parlamentarischer Staatssekretär im Wirtschaftsministerium, »wird nicht kleiner, sondern größer.«

Auf Annas Päckchen, das beim Hamburger Zoll auf sie wartet, klebt ein weißes Formular, die Zollanmeldung. Dort ist vermerkt, dass ihr Rucksack aus China kommt. Es steht auch der Name des Absenders drauf: Jack. Kein Nachname. Keine Unterschrift. Einfach nur Jack. Während Anna danebensteht, so erzählt sie es später, öffnet ein Zollbeamter das Päckchen. Der Rucksack ist türkis-pink, so wie bestellt. Auf den ersten Blick sieht er aus wie das Original: Das Logo, die Reißverschlüsse, sogar die Einnäher wirken identisch. Aber er fühlt sich anders an, ein bisschen nach Plastik, und er riecht nach Chemikalien.

Anna ist nun endgültig klar, dass sie auf einen Fake-Shop hereingefallen ist. Das Geld, das sie bezahlt hat, lässt sie deshalb über ihre Bank zurückbuchen. Das aber finden die Fälscher gar nicht lustig. »Du hast bei uns bestellt, wir haben geliefert. Warum hast du die Zahlung storniert?«, schreiben sie per E-Mail in etwas holprigem Englisch. Und: »Bitte zahle uns das Geld oder schicke die Ware zurück. Du solltest nicht beides behalten. Ansonsten«, drohen die Fälscher allen Ernstes, »werden wir dich melden!« Die E-Mail endet mit den besten Grüßen. Von Bella.

Nun haben wir schon zwei Vornamen. Und was für welche! Bella und Jack, das klingt wie Bonnie und Clyde, nach Roadmovie, Abenteuer, Verfolgungsjagd. Nur dass Bella und Jack nicht in geklauten Autos flüchten, sondern sich nach begangener Tat mit dreisten E-Mails melden. Man kann das lustig finden. Dahinter stecken aber ernste Fragen: Wieso wächst die Fake-Industrie so massiv? Und wie kann es sein, dass Bella sich so sicher fühlt? Als Anna ihr schreibt,

dass der Rucksack vom deutschen Zoll konfisziert wurde, behauptet Bella: »Unsere Ware stammt aus der Originalfabrik.« Überhaupt seien die meisten Kunden zufrieden und bestellen oft noch nach.

Kann das stimmen? Oder ist Bella eine Lügnerin? Normalerweise, so erklärt man es uns beim Hamburger Zoll, würde Annas Rucksack nun verbrannt. Für uns aber ist er eine wichtige Spur. Wir wollen ihn im Labor untersuchen lassen. Also zerschneidet ein Beamter den Rucksack in sechs Teile. Fünf davon dürfen wir mitnehmen.

Die Suche nach Bella und Jack kann beginnen. Wir setzen zunächst dort an, wo Anna den Rucksack bestellt hat: auf der Website kankeninc.com. Mittlerweile ist sie offline. Wer sie betrieben hat, ist nicht zu erkennen. Denn sie wurde anonym mithilfe eines amerikanischen Anbieters betrieben. Selbst ein IT-Forensiker einer auf Datensicherheit spezialisierten Beratungsfirma, die wir um Hilfe bitten, kommt nicht wirklich weiter. Das magere Ergebnis seiner stundenlangen Analyse: Bella und Jack sind nicht doof, sie wissen sich zu verstecken. Eine elektronische Spur deutet darauf hin, dass ihr Shop über den Server eines chinesischen Dienstleisters hochgeladen wurde.

Dass wir es wohl nicht mit Anfängern zu tun haben, bestätigt uns auch Stefan Moritz von der Firma MarkMonitor. Im Auftrag großer Unternehmen durchsucht sie das Internet nach Fälschern. Diese seien professionell aufgestellt wie ganz normale Unternehmen, sagt Moritz, mit Produktions-, Marketing- und IT-Abteilung. Es handle sich ohne Frage um »organisierte Kriminalität«. Sein Job sei es, die »Bellas und Jacks online außer Gefecht zu setzen«, etwa indem er ihre Websites durch die zuständigen Behörden sperren lässt. Aber Bella und Jack in der echten Welt ausfindig zu machen, wie wir es vorhaben? Das hält Moritz für schwierig bis unmöglich.

Tatsächlich scheitern unsere ersten Versuche einer nach dem anderen. Die niederländische Post, mit der Annas Rucksack laut Zollanmeldung nach Deutschland verschickt wurde, teilt uns mit, man habe keine Informationen über den Absender – und selbst wenn,

DIESE WOCHEN

Im Abschwung

Schwächelt die Wirtschaft, verschwinden die Jobs. Warum das so nicht mehr gilt, erklärt der Arbeitsmarktforscher Enzo Weber

Seite 19

Nach dem Scheitern

Eike Batista gehörte zu den reichsten Männern der Welt, verlor 30 Milliarden Dollar und wurde verhaftet. Doch er glaubt: Jetzt geht es erst los

Seite 22

Vor dem Spiel

Der Freiburger Unternehmer Fritz Keller soll den von Skandalen erschütterten Deutschen Fußball-Bund retten. Ist er der Richtige?

Seite 26

QUENGELEZONE

Brat fettlos!

MARCUS ROHWETTERS
wöchentliche Einkaufshilfe

Wenn ich Sie jetzt frage, welches Produkt mit »Stark gegen Fett!« beworben wird, denken Sie vermutlich an Geschirrspülmittel. Bei »bis zu 250 kcal weniger« ist das schon schwieriger: Vielleicht eine Cola light? Eine Weight-Watchers-Fertigmahlzeit? Ein freudloses Salatdressing? Völlig aussichtslos schien es hingegen, beide Aussagen miteinander zu verbinden. Also etwas zu finden, das Kalorienaufnahme reduziert und zugleich Fett löst, ohne dass man dafür den Ketchup und die Mayo auf den Pommes durch Pril Sensitive oder Fairy Ultra ersetzen müsste. Aber es geht, wie mir Leser Bruno B. verriet. Mit Küchenrollen! Die Drogeriekette dm preist ein dreilagiges Premium-Küchenpapier mit »bis zu 250 kcal weniger. Stark gegen Fett!« an. Und das ist schon ein smarter Move, Küchenpapier als Abnehmhilfe zu verkaufen. Nach dem Motto: Wenn der BMI trotz Diät nicht sinkt, nimm Küchenrollen – die Viererpackung für 1,75 Euro. Billiger war die Traumfigur nie.

Auf der Packung vermitteln Fotos einen Eindruck von der Funktionsweise. Demnach sind in Öl gebratene Kartoffelpuffer mit den Tüchern abzutupfen, was diesen Fett und damit Kalorien entzieht. Die Küchentücher sind dm zufolge »extrem saugstark«.

Trotzdem werde ich den Verdacht nicht los, dass hier etwas nicht stimmt. 250 Kilokalorien entsprechen grob der Menge von drei Esslöffeln Pflanzenöl. Kartoffelpuffer, die nach dem Braten diese Menge wieder abgeben, wären vermutlich auch mit drei Esslöffeln weniger in der Pfanne gebraten. Im Ergebnis wäre es also wohl besser, von vornherein weniger Öl zu verwenden, als es hinterher rauszusaugen. Auch das reduziert Kalorien, rettet Pflanzenleben und spart Geld für Abnehmküchentücher. Falls man es dennoch versuchen möchte: Die herkömmlichen dm-Küchentücher sind ebenfalls dreilagig, bestechen auch durch eine »hohe Saugkraft« – sind auf 100 Blatt gerechnet allerdings etwa ein Viertel billiger.

Von Verkäufern genötigt? Ein Nerventrost von Werbe-Hohlsprech und Pseudo-Innovationen? Melden Sie sich: quengelzone@zeit.de – oder folgen Sie dem Autor auf Twitter unter @MRohwetter

Fortsetzung auf S. 18

