

Neue EUIPO-Studie: Design prägt Verbraucherentscheidungen in der EU – Fälschungsrisiken bleiben

- Einer neuen EUIPO-Umfrage zufolge sind rund drei von vier Verbrauchern in der EU bereit, für Produkte mit besserem Design mehr zu bezahlen.
- Besonders jüngere Verbraucher legen Wert auf Produktdesign.
- Auch in Österreich hat Design einen hohen Stellenwert: 71 % der Befragten sind bereit, für besser konzipierte Produkte mehr zu bezahlen.
- Designgeleitete Branchen sind besonders von Fälschungen betroffen: Die Verluste in der Bekleidungsbranche werden auf 12 Mrd. EUR und in der Handtaschen- und Schmuckbranche auf 2,7 Mrd. EUR pro Jahr geschätzt. Allein in Österreich verursachen Fälschungen in diesen Branchen Verluste in Höhe von 680 Mio. EUR.
- Der Schutz von Designs hilft, Fälschungen und unerlaubte Nachahmungen zu bekämpfen, und stärkt die Wettbewerbsfähigkeit der EU auf dem Weltmarkt.

Nach neuen Erkenntnissen des Amtes der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) spielt das Produktdesign bei Käufen durch Verbraucher in der gesamten EU eine entscheidende – und wachsende – Rolle. Für europäische Urheber und Unternehmen geht damit ein zunehmendes Risiko von Fälschungen einher.

Die Ergebnisse der EU-weiten Umfrage zeigen, dass **72 % der europäischen Verbraucher Produktdesign bei der Kaufentscheidung für wichtig erachten**. Rund ein Drittel (31 %) davon gibt an, dass das Design beim Kauf eines Produkts sehr oder extrem wichtig ist. Darüber hinaus schätzt die Hälfte der Verbraucher in der EU gutes Design, und **fast drei von vier Verbrauchern (73 %) sind bereit, für ein Produkt mit einem besseren Design mehr zu bezahlen**.

Design ist insbesondere für **jüngere Verbraucher** von Bedeutung: **80 %** der 18- bis 24-Jährigen geben an, dass es ihre Kaufentscheidungen maßgeblich beeinflusst. Sie sind auch eher bereit, höhere Preise für besser gestaltete Produkte zu zahlen und verbinden Design eher mit positiven Emotionen.

Besonders ausgeprägt ist der Einfluss von Design in der **Möbel- und Modebranche**: 76 % der Verbraucher in der EU halten Design beim Kauf von Möbeln für sehr wichtig, 66 % beim Kauf von Bekleidung und Accessoires. Qualität und Preis bleiben nach wie vor die wichtigsten Einkaufsfaktoren, doch Design prägt zunehmend die Kaufentscheidungen – vor allem bei jüngeren Generationen.



Gerade weil Design so wertvoll ist, ist es ein attraktives Ziel für **Fälschungen und unerlaubte Nachahmungen** – die in Schlüsselsektoren wie Mode, Möbel, Elektronik und anderen Konsumgütern nach wie vor weit verbreitet sind.

Der Exekutivdirektor des EUIPO, **João Negrão**, erklärte:

Europäisches Design ist eine unserer größten Wettbewerbsstärken. Es prägt die Produkte, denen wir vertrauen, die wir wertschätzen und die wir täglich nutzen, und hilft gleichzeitig Unternehmen, sich auf dem globalen Markt von anderen abzuheben. Forschungsergebnisse bestätigen, dass Verbraucher, insbesondere die jüngeren Generationen, den Wert guten Designs erkennen. Der Schutz von Designs gibt Urhebern die Sicherheit, innovativ zu sein, und Unternehmen den entscheidenden Wettbewerbsvorteil, indem er das Wachstum und die Wettbewerbsfähigkeit schafft, auf die sich die europäische Wirtschaft stützt.

Fälschungen – eine Bedrohung für europäisches Design

Produktfälschungen sind weit verbreitet und werden durch die Ausweitung des elektronischen Handels und den Einfluss der sozialen Medien vorangetrieben. Etwa 13 % der Europäer geben an, wissentlich gefälschte Waren gekauft zu haben; bei den Jüngeren zwischen 15 bis 24 Jahren sind es sogar 26 %.

Den Daten des EUIPO zufolge verursachen Fälschungen in der Mode- und Bekleidungsindustrie in der EU geschätzte jährliche Verluste von **12 Mrd. EUR**; im Bereich Handtaschen, Schmuck und Uhren entgehen den Originalherstellern rund weitere **2,7 Mrd. EUR**. In **Österreich** belaufen sich die Verluste in der Bekleidungsbranche auf **580 Mio. EUR**, bei Handtaschen, Schmuck und Uhren auf nahezu **100 Mio. EUR**.

Besonders hart trifft es KMU: Sie sind häufig auf eine kleine Zahl unterscheidungskräftiger Produktdesigns angewiesen und verfügen nur über begrenzte Kapazitäten zur Überwachung und Durchsetzung ihrer Designrechte.

Über die wirtschaftlichen Auswirkungen hinaus können nachgeahmte Produkte **schwerwiegende Gesundheits- und Sicherheitsrisiken für Verbraucher und Umwelt** darstellen, da sie häufig nicht den gängigen Sicherheits- und Qualitätsstandards entsprechen. Untersuchungen zeigen auch, dass der Handel mit gefälschten Waren mit **organisierten kriminellen Netzwerken** und in einigen Fällen mit [Ausbeutung von Arbeitskräften](#) in Verbindung steht.

Design als strategischer Vermögenswert

Designorientierte Wirtschaftszweige leisten einen erheblichen Beitrag zur europäischen Wirtschaft: Sie beschäftigen **rund 28 Millionen Menschen** – 13 % der Gesamtbeschäftigung in der EU – und erwirtschaften mehr als **16 % des EU-BIP**.

Studien des EUIPO zeigen zudem, dass kleine Unternehmen mit eingetragenen Designs fast **30 % mehr Einnahmen pro Mitarbeiter erzielen und fast 25 % höhere Löhne und Gehälter zahlen** als Unternehmen ohne eingetragene Rechte. Trotz dieser Vorteile haben jedoch nur etwa 1 % der KMU in der EU eingetragene Designrechte.

Das Europäische Amt für geistiges Eigentum fördert aktiv den Schutz und die Durchsetzung von Designs, insbesondere für KMU. Dazu gehören finanzielle Unterstützungsprogramme wie der [KMU-Fonds](#), Beratungsdienste, einschließlich [IP Scan](#), und Durchsetzungsinstrumente wie das [Portal zur Durchsetzung von Rechten des geistigen Eigentums \(IPEP\)](#). Darüber hinaus arbeitet das EUIPO eng mit anderen Organisationen wie Europol und Frontex sowie mit Strafverfolgungsbehörden aus den Mitgliedstaaten zusammen, um Verstöße gegen Rechte des geistigen Eigentums in der gesamten EU zu bekämpfen – auch durch groß angelegte, koordinierte Maßnahmen gegen gefälschte Produkte.

Das EUIPO organisiert auch die [DesignEuropa Awards](#), einen EU-Design-Wettbewerb, bei dem herausragende Designs und ihre Schöpfer – von etablierten Pionieren bis hin zu neu aufkommenden Innovatoren – gewürdigt werden und gleichzeitig die Bedeutung des Designschutzes betont wird. Die Awards, die 2026 ihr 10-jähriges Bestehen feiern, würdigen auch das reichhaltige Erbe Europas an Designs und seinen wichtigen Beitrag zu Kultur, Kreativität und täglichem Leben.

Im Rahmen einer kürzlich durchgeführten [Rechtsreform zur Modernisierung des EU-Designrechts](#) wurden Verfahren vereinfacht, Kosten gesenkt und der Designschutz zugänglicher gemacht, einschließlich neuer Möglichkeiten für die Wiedergabe innovativer und animierter Designs. Die Eintragung eines [EU-Designs](#) bietet Unternehmen einen schnellen und kosteneffizienten Schutz auf dem gesamten EU-Markt: eine einzige Online-Anmeldung, beim EUIPO genügt, die Anmeldegebühren betragen ab 350 EUR. Eingetragene EU-Designs sind in allen 27 EU-Mitgliedstaaten durchsetzbar und können alle fünf Jahre um bis zu 25 Jahre verlängert werden.

ÜBER DAS EUIPO

Das [Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum \(EUIPO\)](#) ist eine der größten dezentralen Agenturen der EU und hat seinen Sitz seit seiner Gründung 1994 in Alicante (Spanien). Es ist für die Eintragung von Unionsmarken, Unionsdesigns sowie geografischen Angaben für handwerkliche und industrielle Erzeugnisse zuständig. Darüber hinaus führt das EUIPO Kooperationsaktivitäten auf EU- und internationaler Ebene durch, um einheitliche Wettbewerbsbedingungen in der Welt des geistigen Eigentums zu schaffen, und ist für die [Europäische Beobachtungsstelle für Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums](#) zuständig. 2025 wurde es als [innovativstes Amt für geistiges Eigentum der Welt](#) eingestuft.

Presserückfragen

EUIPO Dienststelle Kommunikation und Medienbeziehungen

Tel.: +34 653 674 113

press@euipo.europa.eu

comm:unications – Consulting & Services

Sarah Krasser-Fuchs sarah.krasser@communications.co.at | Tel. +43 1 315 14 11 – 43

www.communications.co.at

Bildmaterial, Abdruck honorarfrei © Bild bereitgestellt von EUIPO

BU1: Markenkleidung und Designer-Handtaschen werden besonders häufig gefälscht

BU2: Gefälschte Kosmetikprodukte und Parfums bergen oftmals schwerwiegende Gesundheits- und Sicherheitsrisiken

BU3: Nicht alles, was glänzt ist Gold: gerade Schmuck und teure Uhren werden häufig gefälscht

BU3: Auch vor Produkten für die Kleinsten machen Fälscher nicht halt

BU5: Designstarke Produkte, die bei jüngeren Verbrauchern beliebt, sind häufig Ziel von Fälschern

BU6: Die Größe spielt für Produktfälscher keine Rolle – sogar Luxusautos werden nachgemacht

