

GIRA

Gira startet Kampagne für Design-Originale

„Oft kopiert, nie erreicht“

Radevormwald, 22. Januar 2020. Gemeinsam mit den Partnern Artemide (Beleuchtung), Cor (Möbel), Dornbracht (Bad- und Küchenarmaturen), Hewi (Baubeschläge und Sanitär), Thonet (Möbel), USM Haller (Möbel) und Walter Knoll (Möbel) hat der Gebäudetechnikspezialist Gira (www.gira.de) im Januar 2020 eine groß angelegte Kampagne für Original-Produkte und gegen Plagiate gestartet. Anlässlich der internationalen Möbelmesse „imm cologne“, die Mitte des Monats in Köln stattfand, ist diese Allianz führender Marken der Möbel- und Einrichtungsindustrie in die Offensive gegangen, um Fachwelt und Öffentlichkeit gleichermaßen für den Wert echter Design-Originale zu sensibilisieren. „In unserer digitalen, schnelllebigen Zeit braucht es Konstanten in unserem unmittelbaren Lebensumfeld. Echte Design-Originale sind unvergänglich und haben einen hohen Wert – für jeden in seinem Wohn- und Arbeitsumfeld, aber auch für unsere Wirtschaft“, erklärt Torben Bayer, bei Gira Leiter Markenentwicklung und Marketing. Angesichts der Vielzahl von Nachahmerprodukten und Kopien wolle man deutlich machen, was wirkliche Original-Produkte ausmache. „Wir wollen zeigen, was Originale unverwechselbar macht, wie sie gegenüber kurzlebigen Trends Stand halten und was sie von den zahllosen Fälschungen unterscheidet“, so Torben Bayer.

Premiumqualität statt Billigkopie

Unter dem Motto „Was macht ein Original zum Original?“ wollen die acht Unternehmen auf Messen, in Vortragsveranstaltungen, in ihren Showrooms und ihren Marketingmitteln in das breite Bewusstsein rücken, welche Eigenschaften Original-Produkte auszeichnen: von der durchdachten Formgebung über wegweisende Funktionalitäten bis hin zur exakten Verarbeitung hochwertiger Materialien. „Eigenschaften, die die Kopien nie erreichen können, weil sie den komplexen Prozess von

GIRA

der Idee für eine Innovation bis zum serienreifen, marktfähigen Produkt mit seinen ganzen Schleifen, wie er für die Entwicklung eines Premiumprodukts typisch ist, gar nicht durchlaufen, sondern den Fokus vor allem auf niedrige Kosten legen“, erklärt Marketingchef Bayer. „Das Nachsehen hat dann zumeist der Verbraucher. Wenn er sich – bewusst oder unbewusst – für das Plagiat entscheidet, muss er mit Mängeln in der Verarbeitung, bei der Materialauswahl, der Funktionalität und der Optik, aber auch bei der Produktsicherheit rechnen.“

Design als Wirtschaftsfaktor

Hinzu kommt der volkswirtschaftliche Schaden, der durch Plagiate entsteht. Auf jährlich 60 Milliarden Euro schätzt ihn das Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) in den Ländern der EU. Das Kölner Institut der Deutschen Wirtschaft (IDW) bezifferte in einem Anfang 2019 veröffentlichten Gutachten die Einnahmeausfälle der letzten fünf Jahre für die deutschen Originalhersteller wie Gira auf knapp 55 Mrd. Euro. „Auch deshalb investieren wir jährlich in nennenswerten Umfang in den Schutz unserer Rechte, seien es Patente oder Geschmacksmuster“, betont Torben Bayer. Denn dies schaffe die Voraussetzungen, um gegen Kopierer, so man ihrer habhaft werde, rechtlich vorzugehen. „Solch ein konsequentes Vorgehen gegen Plagiate unserer Design-Originale sind wir den Verbrauchern ebenso wie unseren Partnern im Elektrofachgroßhandel und -handwerk schuldig“, sagt Torben Bayer.

Gira E2: Stilikone und Kultobjekt

Tatsächlich sind es gerade die im Markt erfolgreichen Design-Originale, auf die sich Produktpiraten konzentrieren, wie alle Partner der Markenallianz bestätigen können. Tolomeo, Conseta, Tara, System 111, Chair S 32, Stahlbausystem Haller und FK Schale, aber auch das 1998 auf den Markt gebrachte Schalterprogramm Gira E2 gehören zu den häufig kopierten Produkten. Die Bandbreite des Ideendiebstahls reicht dabei von Nachahmungen unter anderem Markenlabel bis hin zu dreisten Eins-zu-eins-Kopien, die sogar Verpackung und das Original-Logo imitieren. „Unser E2 gilt inzwischen als echter Design-Klassiker,

GIRA

der vor allem aufgrund seiner streng minimalistischen Formensprache und seiner zeitlosen Eleganz im In- und Ausland sehr geschätzt wird. Und er ist einer unserer internationalen Bestseller, weil er mit seiner besonderen Formensprache und seiner hohen Verarbeitungsqualität ‚Made in Germany‘ nachhaltig überzeugt hat“, sagt Torben Bayer. „Diese Werte und ihre Herkunft bewusst zu machen ist Ziel unserer Kampagne für Design-Originale.“

Bildunterschriften

„Was macht ein Original zum Original?“. Das Markenunternehmen Gira hat zusammen mit den Partnern Artemide, Cor, Dornbracht, Hewi, Thonet, USM Haller und Walter Knoll eine Kampagne gestartet, um unter anderem auf Messen – wie zum Beispiel letzte Woche auf der „imm cologne 2020“ – für den Wert von Design-Originalen zu sensibilisieren. (Fotos: Gira)

[200122_Gira_Design-Originale_01.jpg und 200122_Gira_Design-Originale_02.jpg]

Design-Original: Das Schalterprogramm Gira E2 gilt als Stilikone moderner Inneneinrichtung und gehört zu den internationalen Bestsellern des Gebäudetechnikspezialisten aus dem Bergischen Land. Gerade deswegen wird es besonders häufig nachgeahmt und kopiert. (Fotos: Gira)

[200122_Gira_Design-Originale_03.jpg und 200122_Gira_Design-Originale_04.jpg]

Über Gira

Die Gira Giersiepen GmbH & Co. KG (www.gira.de) mit Sitz in Radevormwald zählt zu den führenden Komplettanbietern intelligenter Systemlösungen für die elektrotechnische und vernetzte digitale Gebäudesteuerung. Mit seinen zahlreichen Entwicklungen prägt und beeinflusst das Familienunternehmen seit seiner Gründung im Sommer 1905 die Welt

GIRA

der Elektroinstallation und Gebäudesteuerung. Der zukunftssträchtigen Entwicklung zu intelligent vernetzten „Smart Building Systemen“ und zur Digitalisierung von Gebäuden hat Gira mit vielfältigen Innovationen wie etwa dem Gira HomeServer von Beginn an maßgebliche Impulse gegeben. Dabei stehen Gira Produkte und Lösungen für deutsche Ingenieurskunst, für Qualität „Made in Germany“, für nachhaltige Prozesse bei ihrer Herstellung und einen möglichst umwelt- und ressourcenschonenden Betrieb, für Perfektion in Form und Funktion – vor allem aber dafür, dass sie den Menschen das Leben ein Stück einfacher, komfortabler und sicherer machen. Nicht umsonst finden Schalter, Steuerungs-, Kommunikations- und Sicherheitssysteme von Gira heute in rund 40 Ländern Anwendung, etwa in der Hamburger Elbphilharmonie, im Olympia-Stadion in Kiew, im „Design Museum“ in London und im Banyan Tree Hotel in Schanghai. Dank des umfassenden Know-hows im Bereich Kunststofftechnik stellt Gira heute zudem komplexe Systemprodukte aus Kunststoff für die Medizintechnik her. Zur Gira Gruppe gehören darüber hinaus die Tochtergesellschaft Stettler Kunststofftechnik in Untersteinach bei Bamberg sowie die Beteiligungen Insta Elektro in Lüdenscheid, das Softwareunternehmen ISE in Oldenburg und das Start-up-Unternehmen Senic in Berlin. Zusammen erwirtschaften damit ca. 1.700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einen Jahresumsatz von mehr als 330 Millionen Euro.

Weitere Informationen:

Gira Unternehmenskommunikation
-Pressebüro-
KommunikationsKonsortium
Dr. Carsten Tessmer
Tel.: +49(0) 40 2800 6583
gira@kommunikationskonsortium.com

Dario Hudr
Tel.: +49(0) 2195 602 6897
dario.hudr@gira.de

GIRA

Mehr zum Unternehmen und zur intelligenten Gebäudetechnik von Gira erfahren Sie auch unter: www.gira.de