

Uhlmann: Keine Anti-Schulte-Kampagne

FP 30.1

Kunsthandwerker starten Aktion zum Erhalt der deutschen Handwerkskunst – Organisatoren erhoffen sich bundesweite Resonanz

VON THOMAS WITTIG

Seiffen. In den Farben grün-weiß gehaltene Aufkleber sowie Plakate hängen seit gestern in verschiedenen Schaufenstern des Spielzeuggorfes. „Original statt Plagiat – Deutsche Handwerkskunst“ ist darauf zu lesen. Verbunden damit ist eine Kampagne unter Federführung des Verbandes Erzgebirgischer Kunsthandwerker und Spielzeughersteller, die Dienstagabend gestartet wurde. Mit im Boot sitzen die Genossenschaft Dregeno, die Gemeinde und der Tourismusverein Seiffen. Die Organisatoren wollen damit die Kunden sensibilisieren, deutsche Qualitätsarbeit und nicht billige Nachahmungen aus dem Ausland zu kaufen.

Auslöser ist die vor wenigen Wochen erfolgte Ansiedlung des Unternehmers Johannes Schulte in Seiffen gewesen. Der Niedersachse verdient sein Geld unter anderem damit, indem er in China billig hergestellte Nussknä-

cker und Räuchermännchen deutschlandweit verkauft. In der Vergangenheit handelte es sich dabei teilweise auch um Kopien erzgebirgischer Originale. „Sowohl der Verband als auch unsere Mitgliedsfirmen haben gegen Herrn Schulte beziehungsweise seine Firma mehrfach erfolgreich Prozesse vor Gericht geführt, weil er Plagiate in Deutschland vertrieben hat“, sagt Dieter Uhlmann, Geschäftsführer des Kunsthandwerkerverbandes.

„Die jetzt ins Leben gerufene Aktion soll jedoch keine Anti-Schulte-Kampagne sein“, stellt Uhlmann klar. Deshalb kann er auch nicht verstehen, wogegen Schulte rechtliche Schritte einleiten will, wie es der Niedersachse sofort angekündigt hat. „Die Aktion ist nicht nur auf unsere Branche und das Erzgebirge, sondern auf ganz Deutschland zugeschnitten. Denn nicht nur wir haben dieses Problem“, betont Uhlmann. Als Beleg für seine Worte steht die erfolgreiche Großraffia des Zolls im Hamburger Hafen vor

wenigen Tagen. Dabei konnten Plagiate von Turnschuhen, Uhren, Textilien im Wert von 383 Millionen Euro beschlagnahmt werden.

Um Billigkopien keinen Nährboden zu geben, soll mit der Kampagne informiert werden, wo einheimische Qualitätsarbeit verkauft wird. Zu-

gleich soll die Öffentlichkeit auf drohende Auswirkungen der Globalisierung aufmerksam gemacht werden: Arbeitsplatzverluste, ungefilterter Wissenstransfer und eine qualitativ minderwertige Nachahmer-Produktion von deutschen Originalen. Dazu hoffen die Organisatoren, dass ihre Initiative auch in anderen Regionen Zuspruch findet. Regionen, die bereits mit Plagiaten konfrontiert wurden. Ferner werden die Politiker aufgefordert, nach Lösungen zu suchen, die hiesigen Gewerbetreibenden zu unterstützen.

„Seit Schultes Vorhaben bekannt wurde, hat ein engagierter Protest von Verbänden und Unternehmen weit über Seiffen hinaus eingesetzt“, weiß Ringo Müller, der selbst ein Kunsthandwerksgeschäft betreibt. Niedergeschlagen haben sich die Sympathiebekundungen für die Branche in einer Online-Unterschriftenaktion. Daran beteiligten sich bis heute mehr als 5000 Institutionen, Unternehmen und Kunden.

—Kommentar



Anja Hatz, Verkaufsleiterin der Firma Kleinkunst Müller aus Seiffen, mit dem Werbeplakat.

—FOTO: TORSTEN SCHILLING