



„Rein volumenmäßig sind Raubkopien die wichtigsten Wettbewerber für Microsoft. Bei einem Anteil illegaler Software-Nutzung von 28 Prozent in Deutschland wird deutlich, warum Öffentlichkeitsarbeit für uns einen zentralen Stellenwert hat. Vielen Entscheidern und Anwendern sind die Regeln für die korrekte Lizenzierung von Computerprogrammen nicht ausreichend bekannt. Andere glauben, mit Raubkopien Geld sparen zu können. Andere fallen auf betrügerische Anbieter herein, die illegale Kopien als Originalprodukte vertreiben. Zusammen mit vibrio ist es uns gelungen, das Wissen und das Verständnis für den Schutz von geistigem Eigentum und damit die Nutzung von Original-Software erheblich zu verstärken. Die Agentur vibrio hat mit ihrer Beratungskompetenz und Kreativität hierzu wesentlich beigetragen.“

Jutta Herzog
Anti Piracy Lead Germany
Microsoft Deutschland

Kontakt:

Dr. Michael Kausch,
Geschäftsführer,
vibrio. Kommunikationsmanagement
Dr. Kausch GmbH,
Edisonpark Haus C, Ohmstraße 4,
D-85716 Unterschleißheim,
Phone +49 (0) 89 3215170

michael.kausch@vibrio.de
www.vibrio.de

Strategische Kampagne gegen Raubkopierer

„Wer raubkopiert begeht Diebstahl“. Diese Botschaft scheint in vielen Köpfen noch nicht angekommen. 1995 startete vibrio eine Kampagne für Microsoft Deutschland GmbH, bei der sowohl emotionale Partneraktionen als auch Aufklärung im Vordergrund standen.

Zwischen 30 und 40 Prozent lag 1995 der Anteil kriminell raubkopierter oder falsch lizenzierter PC-Software in Unternehmen. Zu viele Unternehmen sind lizenzierungsunwillig oder können legale von illegaler Software nicht unterscheiden. Um die breitere Öffentlichkeit für diese Thematik zu sensibilisieren, entwickelte vibrio zwischen 1997 und 2003 eine mehrjährige Informations-Kampagne für Microsoft Deutschland.

SYMPATHIETRANSFER DURCH KOOPERATIONEN

Der Zusammenhang zwischen Programmierarbeit und Anspruch auf Entlohnung lässt sich an einem Shareware-Autor natürlich einfacher aufzeigen, als am Beispiel eines großen Softwareunternehmens. Also recherchierte vibrio Shareware-Entwickler und bot diesen die gemeinsame Produktion einer Shareware-Sammlung an. Diese CD wurde von Microsoft kostenlos unter dem Namen „Sharefair“ verteilt und durch Anzeigen in Medien beworben. Damit war den Sharewareautoren geholfen und gleichzeitig das Thema „Software gegen Lizenz“ breit beworben.



Kooperationen mit Unternehmen, die ebenfalls ein großes Interesse am Schutz von Urheber- und Markenrechten haben, sorgten für die Kommunikation des Themas in IT-fernen Branchen. So wurden Pressegespräche mit einem führenden Jeans-Hersteller, mit einer Porzellan-Manufaktur und mit einem Herstel-



ler von Geldscheinen und Chipkarten organisiert, um das Thema Copyright und Authentifizierungsmerkmale auch für Branchenzeitschriften und populäre Medien attraktiv zu machen.



LEHRMATERIAL FÜR SCHULEN

Außerdem wurden Unterrichtseinheiten zum Thema „Original und Fälschung“ für den Einsatz in Schulen produziert – mit einem Vorwort der Bildungsministerin.

BILDORIENTIERTE AUFKLÄRUNG

Um potentielle Raubkopierer abzuschrecken, setzten wir neben den Partnerkooperationen auf bildorientierte Aufklärung. Fälle von beschlagnahmter gefälschter Software wurden spektakulär bekannt gemacht, und die konfisziierte Ware, im Rahmen bildorientierter Aktionen öffentlich vernichtet.

