

Das von Maria Erixon Levin 2001 gegründete Unternehmen **Nudie Jeans** ist eine Jeansmarke mit Hauptsitz in Göteborg, Schweden. Nudie Jeans setzt jährlich 45 Millionen Euro um und verkauft seine Produkte in mehr als 50 Ländern weltweit über nudiejeans.com sowie über externe Einzelhändler in Europa, den USA, Australien und Asien.

Nudie Jeans hat sich das Ziel gesetzt, die weltweit nachhaltigste Jeansmarke zu werden, und legt den Fokus auf umweltbezogene und soziale Nachhaltigkeit. Darüber hinaus betreibt Nudie Jeans 32 Reparaturwerkstätten und ist stolz auf die Herkunft seines Stoffs, seine Handwerkskunst und der damit verbundenen subkulturellen Ästhetik.



Melker Lindström
Digital Tech Lead,
Nudie Jeans



Die CSC-Teams, mit denen wir zusammenarbeiten, sind sehr gut darin, Fälschungen und die unerlaubte Nutzung von Bildern zu erkennen. Nach und nach konnte CSC immer eigenständiger arbeiten, weil es unsere Marke, unsere Herausforderungen und das Team besser kennengelernt hat.



Nudie JEANS CO

CSC hat mit Melker Lindström, Digital Tech Lead bei Nudie Jeans und Verantwortlicher für die Entwicklung und Pflege von nudiejeans.com, über den Online-Markenschutz und das Domain-Portfolio-Management des Unternehmens gesprochen. Wir wollten wissen, mit welchen Markenschutz-Herausforderungen sein Unternehmen in der wachsenden Online-Welt konfrontiert ist.

Wie würden Sie Ihre Online-Präsenz beschreiben?

Unsere Online-Präsenz ist sehr wichtig für uns. Nudiejeans.com ist sowohl ein Vertriebskanal als auch wichtig für uns als Marke. Soziale Medien sind ebenfalls wichtig für die Kommunikation mit unseren Kunden.

Mit welchen Markenproblemen ist Nudie Jeans konfrontiert?

Wie viele Marken in der Bekleidungsbranche beobachten wir, dass in manchen Ländern Fälschungen hergestellt und verkauft werden. Die wichtigsten Kanäle für Fälschungen sind Marktplätze und soziale Medien.

Wir haben ungefähr 2012 erstmals festgestellt, dass Fälschungen in sozialen Medien und auf Auktionswebsites verkauft wurden. Heute hat sich ein Großteil davon jedoch auf Marktplätze verlagert. Wir sehen vor allem, dass Fälschungen verkauft werden, aber auch, dass Produkt- und Markenbilder ohne Genehmigung verwendet werden.

Wie gingen Sie früher gegen Verletzungen des Rechts auf geistiges Eigentum vor?

Wie haben uns zuerst selbst darum gekümmert, indem wir die Compliance-Abteilungen über die Standardformulare kontaktierten. Dies war zeitaufwendig und es war schwierig, den Überblick über alle Rechtsverletzungen und Maßnahmen zu behalten. Neben den Markenrechtsverletzungen ist zu beachten, dass die Fälschungen eine niedrigere Qualität aufweisen und nicht aus nachhaltigen Materialien bestehen. Außerdem werden sie in Ausbeuterbetrieben hergestellt.

Inwiefern hat die Zusammenarbeit mit CSC geändert, wie Sie mit Markenrechtsverletzungen umgehen, und wie hat sie Ihren Arbeitsalltag insgesamt verbessert?

Wir begannen unsere Zusammenarbeit mit CSC, indem wir ihre E-Commerce-Überwachungsdienste nutzten. Die CSC-Teams, mit denen wir zusammenarbeiten, sind sehr gut darin, Fälschungen und die unerlaubte Nutzung von Bildern zu erkennen. Wenn sie sich nicht sicher sind, stellen sie die Anzeigen auf ein Portal, auf dem wir einen guten Überblick erhalten, und wir können Kommentare hinterlassen und entscheiden, ob CSC in unserem Namen Durchsetzungsmaßnahmen ergreifen soll oder nicht.

Nach und nach konnte CSC immer eigenständiger arbeiten, weil es unsere Marke, unsere Herausforderungen und das Team besser kennengelernt hat.

Würden Sie CSC anderen Unternehmen weiterempfehlen?

Ja, ich kann die E-Commerce-Überwachungsdienste von CSC für Marken empfehlen, die Probleme mit online verkauften Fälschungen haben.