

**Rainer Erd
Michael Rebstock**

Produkt- und Markenpiraterie in China

**Shaker Verlag
Aachen 2010**

Inhalt

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	V
VORWORT	IX
1 EINLEITUNG	1
2 PRODUKT- UND MARKENPIRATERIE – WAS IST DAS?	16
2.1 DEFINITION.....	16
2.2 GRÜNDE FÜR DIE WIRTSCHAFTLICHE ATTRAKTIVITÄT VON PRODUKT- UND MARKENPIRATERIE	18
2.2.1 Einsparungspotenzial von Forschungs- und Entwicklungskosten	19
2.2.2 Risiko- und Kostenvermeidung bei Markteinführung.....	21
2.2.3 Niedrige Produktionskosten	22
2.2.4 Einfache Vertriebsmöglichkeiten.....	22
2.2.5 Sinkende Manager-, Zulieferer- und Kundenmoral	23
2.3 WIRTSCHAFTSPOLITISCHE URSACHEN FÜR PRODUKT- UND MARKENPIRATERIE IN CHINA	24
2.4 GESELLSCHAFTLICHE URSACHEN FÜR PRODUKT- UND MARKENPIRATERIE IN CHINA	26
2.4.1 Guanxi und Lokalprotektionismus.....	28
2.4.2 Konfuzianistisches Wertesystem	31
2.4.3 Geografische, wirtschaftliche und kulturelle Unterschiede.....	32
3 ZUR GESCHICHTE DER INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS	34
3.1 CHINESISCHE IPR-POLITIK VOR 1976	34
3.2 EINFÜHRUNG VON IPR-GESETZEN NACH DER KULTURREVOLUTION	35
3.3 SOZIALISTISCHE PRINZIPIEN IN DER GESETZGEBUNG.....	36
4 IPR-GESETZGEBUNG UND -VERFAHREN IM HEUTIGEN CHINA	38
4.1 SCHUTZGESETZE	38
4.2 REGISTRIERUNG VON SCHUTZRECHTEN.....	41
4.2.1 Marken	42
4.2.2 Patente, Gebrauchs- und Geschmacksmuster.....	52
4.2.3 Urheberrechte.....	57
4.2.4 Unternehmenskennzeichen	62
4.3 DURCHSETZUNG VON SCHUTZRECHTEN.....	63

4.3.1	Verwaltungsverfahren	63
4.3.2	Gerichtsverfahren	66
4.3.3	Einstweiliger Rechtsschutz	67
4.3.4	Zollbeschlagnahme	69
4.3.5	Schiedsverfahren.....	70
4.3.6	Beschwerdeverfahren	71
4.3.7	Zusammenfassung	71
5	RECHTSPRECHUNG ZU IPR	73
5.1	PROBLEME DER CHINESISCHEN JUSTIZ	73
5.2	BESONDERHEITEN DER VERÖFFENTLICHTEN CHINESISCHEN RECHTSPRECHUNG	78
5.3	ENTWICKLUNGSTENDENZEN IN DER RECHTSPRECHUNG SEIT DEM WTO- BEITRITT CHINAS 2001	82
5.3.1	Höhe des Schadensersatzes	82
5.3.2	Rechtssicherheit	84
5.3.2.1	Überprüfbarkeit von Beweisen durch alle Parteien	84
5.3.2.2	Überprüfbarkeit von Nichtigkeitsbegründungen und Umfang einer Patentanmeldung	85
5.3.3	Stärkung des Markenschutzes	85
5.3.3.1	Auslegung des Begriffs „ähnliche Ware“	85
5.3.3.2	Keine Markenentfernung bei Wiederverkauf	86
5.3.3.3	Verwendung von sinngemäß ähnlichen Marken	86
5.4	IPR-DURCHSETZUNG DURCH VERWALTUNGSBEHÖRDEN	86
5.4.1	Markenrecht	87
5.4.2	Urheberrecht	90
5.4.3	Patentrecht	91
5.4.4	Schwächen in der administrativen Durchsetzung von IPR	93
5.4.5	Zollbeschlagnahme	95
5.4.6	Nichtstaatliche Ermittlung von IPR-Verstößen	96
6	STATISTISCHE DATEN ZUR RECHTSVERFOLGUNG IN CHINA.....	99
6.1	RECHTLICHE MAßNAHMEN DEUTSCHER UNTERNEHMEN	99
6.2	ANMELDE- UND VERFAHRENSZAHLEN	101
6.3	ZOLLBESCHLAGNAHMUNG	102
6.4	RESÜMEE	103
7	NEUERE ENTWICKLUNG DES IP-RECHTS IN DER VR CHINA.....	106
7.1	EXTERNE EINFLÜSSE AUF DAS CHINESISCHE IP-RECHT	106
7.1.1	Das IPR2-Projekt	108
7.1.2	Das GTZ-Programm Rechtswesen	115
7.2	INNERCHINESISCHE MAßNAHMEN.....	117

7.2.1	National Intellectual Property Strategy	117
7.2.2	Action Plans on IPR Protection	119
7.3	RECHTSREALITÄT	121
7.3.1	Produktion von Raubkopien	121
7.3.2	Maßnahmen gegen Produktionsstandorte	130
7.3.3	Standorte für Produktion und Vertrieb von Raubkopien	131
7.3.4	Vertriebskanäle	135
8	INTERNATIONALE UND NATIONALE WIRTSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN.....	137
8.1	VOLKSWIRTSCHAFTLICHER SCHADEN	137
8.1.1	Deflationsgefahr durch eine „Nachfrage nach Billigem“	138
8.1.2	Steuerausfälle für den Staat, Vernichtung von Arbeitsplätzen und Rückgang der Sozialversicherungsbeiträge	138
8.1.3	Made in Germany – oder nicht?	139
8.1.4	Sinkende Investitionsattraktivität von „Piraterieländern“	139
8.2	BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHER SCHADEN	140
8.2.1	Umsatzeinbußen beim Originalhersteller	140
8.2.2	Verlust von Marktanteilen	141
8.2.3	Verlust des Know-hows und des Know-how-Vorsprungs	141
8.2.4	Kosten für Schutzmaßnahmen und kostspielige Rechtsverfahren	142
8.2.5	Entwertung der Marke und Imageschaden	142
8.3	AUSWIRKUNGEN FÜR MENSCH UND UMWELT	144
8.3.1	Arbeitsbedingungen für Arbeitnehmer	144
8.3.2	Missachtung von Umweltschutzauflagen	144
8.3.3	Gefahr für Leben und Gesundheit der Konsumenten	145
8.3.4	Finanzieller Schaden für Konsumenten	146
9	ÜBERBLICK ÜBER NICHTJURISTISCHE MAßNAHMEN GEGEN MARKEN- UND PRODUKTPIRATERIE	147
9.1	POLITISCHE UND WIRTSCHAFTSPOLITISCHE MAßNAHMEN	149
9.1.1	Öffentlichkeitsarbeit und Aufklärungskampagnen zum Thema in Deutschland	149
9.1.2	Medienarbeit	149
9.1.3	Ausstellungen zum Thema Produkt- und Markenpiraterie und der „Plagiarius-Preis“	151
9.1.4	Zusammenarbeit geschädigter Unternehmen	152
9.1.5	Zusammenschluss zu Interessenverbänden in Deutschland	153
9.1.6	Zusammenarbeit von Wirtschaft, Politik und Justiz in Deutschland	153
9.1.7	Kooperation zwischen deutschen und ausländischen Unternehmen und Verbänden sowie der Justiz in Piraterieländern	154

9.1.8	Gesetzliche Maßnahmen zur Erhöhung der Produktionskosten in China	154
9.2	BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE MAßNAHMEN	155
9.2.1	Strategien in der Planung	157
9.2.2	Strategien in der Forschung und Entwicklung	160
9.2.3	Strategien in Einkauf und Zuliefererbereich sowie im Import.....	160
9.2.4	Strategien in der Fertigung.....	161
9.2.5	Strategien im Vertrieb, bei Handelskontakten und Messen sowie im Export und Import.....	161
9.2.6	Strategien bei Service und Wartung	163
9.3	TECHNISCHE MAßNAHMEN	164
9.3.1	Strategien über die gesamte Wertschöpfungskette	164
9.3.2	Strategien von der Planung bis zur Fertigung	166
9.3.3	Strategien auf Messen, beim Vertrieb, Export und Import	168
10	FAZIT UND AUSBLICK.....	169
10.1	DAS CHINESISCHE RECHTSSYSTEM	169
10.2	PERSPEKTIVEN DER IMPLEMENTIERUNG VON RECHT IN CHINA	171
10.3	PRÄVENTIVE STRATEGIEN	173
	LITERATURVERZEICHNIS	177
1	FACHLITERATUR	177
2	PRESSEMITTEILUNGEN UND SONSTIGE QUELLEN.....	182
3	STUDIEN.....	186
4	ALLGEMEINE INFORMATIONSEITEN IM INTERNET	187
5	INTERNETSEITEN ZU GESETZESTEXTEN	188
	ANHANG A: VERZEICHNIS DER IN EXPERTENINTERVIEWS BEFRAGTEN PERSONEN.....	189
	ANHANG B: ADRESSLISTE VON ANSPRECHPARTNERN.....	193
1	ZUSAMMENSCHLÜSSE DER WIRTSCHAFT	193
1.1	Nationale Initiativen	193
1.2	Internationale und ausländische Initiativen.....	195
2	STAATLICHE INSTITUTIONEN	196
2.1	National.....	196
2.2	International	197
3	WISSENSCHAFTLICHE EINRICHTUNGEN.....	198
	AUTORENPORTRÄTS	199