

Attia Ahmed

**Die Bekämpfung der  
Marken- und Produktpiraterie  
in China**

*Aktuelle Schutzkonzepte innerhalb des  
betriebswirtschaftlichen Wertschöpfungsprozesses*

Herausgegeben von  
Nicole Conrad

**Verlag Dr. Kovač**

**Hamburg  
2011**

# Inhaltsverzeichnis

<b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....</b>	<b>XIII</b>
<b>TABELLENVERZEICHNIS .....</b>	<b>XIII</b>
<b>ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....</b>	<b>XV</b>
<b>EINLEITUNG.....</b>	<b>1</b>
<b>TEIL I .....</b>	<b>3</b>
<b>I. Grundlagen .....</b>	<b>3</b>
1. Struktur der Arbeit.....	3
2. Definition und Bedeutung wichtiger Begriffe .....	4
<b>II. Marken- und Produktpiraterie in China .....</b>	<b>5</b>
1. Ursachen und Hintergründe für das Phänomen der Marken- und Produktpiraterie in China.....	6
a) Wirtschaftliche Rahmenbedingungen .....	6
b) Rechtliche Rahmenbedingungen .....	8
c) gesellschaftliche Besonderheiten .....	9
aa) Konfuzianistisches Wertesystem .....	9
bb) Protektionismus (Guanxi).....	10
cc) Korruption .....	11
d) Globalisierung.....	12
e) Zusammenfassung.....	13
II. 2. Erscheinungsformen der Marken- und Produktpiraterie.....	13
a) Was wird in China gefälscht?.....	13
b) Welche Branchen sind in China besonders stark betroffen? .....	15
aa) Automobil-Bereich.....	15
bb) Nahrungsmittel .....	16
cc) Medikamente.....	17
dd) Maschinen und Anlagen .....	18

ee) Raubkopien und Elektrik .....	18
ff) Textilien .....	19
c) Zusammenfassung .....	19
3. Reichweite der chinesischen Marken- und Produktpiraterie .....	19
4. wirtschaftliche Folgen durch den Handel mit Marken- und Produktpiraterie .....	21
a) Umsatz- und Gewinneinbußen .....	21
b) Verlust des Images .....	22
c) Gewährleistungs- und Produkthaftungsansprüche .....	23
d) Abfluss von Know-How .....	23
e) Unfall- und Gesundheitsgefahren für Verbraucher und volkswirtschaftliche Schäden für das Gemeinwesen .....	24
f) Zusammenfassung .....	25
<b>III. Die besondere Rolle Chinas als Wachstumsmarkt.....</b>	<b>25</b>
<b>IV. Resümee Teil 1.....</b>	<b>26</b>
<b>TEIL II.....</b>	<b>29</b>
<b>SCHUTZMAßNAHMEN IM BETRIEBLICHEN WERTSCHÖPFUNGSPROZESS .....</b>	<b>29</b>
<b>I. Entwicklung eines Schutzkonzeptes von Unternehmen..</b>	<b>29</b>
1. Erkenntnis .....	30
2. Situationsanalyse.....	31
3. Informationsbeschaffung .....	32
4. Kosten-Nutzenanalyse .....	34
5. Strategische Maßnahmen .....	35
a) Strategien für den Eintritt im Markt.....	35
b) Strategien nach einer Schutzrechtsverletzung .....	36
6. Zusammenfassung .....	38
<b>II. Schutzmaßnahmen im Bereich der Forschung und Entwicklung.....</b>	<b>38</b>
1. Schutz sensibler Bereiche .....	38
2. Technische Sicherungsmöglichkeiten .....	40
a) Sicherung wichtiger Dokumente und Informationen.....	40
b) Informations- und Kommunikationssysteme.....	40
aa) Schutz der Software und Hardware .....	41

bb) Passwortüberwachung .....	42
3. Eintragung von Schutzrechten .....	43
4. Technologietransfer nach China .....	45
a) Technologietransfer .....	46
b) Joint Ventures .....	47
c) Design-Institute .....	48
5. Zusammenfassung .....	48
<b>III. Personalmanagement.....</b>	<b>49</b>
1. Auswahl des Personals .....	49
2. Fluktuationsmanagement .....	50
3. Personalfreisetzung .....	51
4. Bekämpfung der Korruption .....	52
5. Sensibilisierung des Personals .....	53
6. Zusammenfassung .....	53
<b>IV. Infrastruktur des Unternehmens.....</b>	<b>54</b>
1. Maßnahmen im Außenbereich .....	54
2. Maßnahmen im Innenbereich .....	56
<b>V. Schutzmaßnahmen in der Produktion .....</b>	<b>56</b>
1. Grundlegende Entscheidungen .....	57
2. Produktgestaltung .....	59
a) Komplementärprodukte .....	59
b) Produktzusammensetzung .....	59
c) Kundenindividuelle Produktion .....	60
3. Technische Sicherungsmöglichkeiten .....	61
a) Sicherheitsetiketten und -siegel .....	61
b) Optically Variable Devices (OVDs) .....	62
c) Hologrammsiegel .....	63
d) Einsteckkarten .....	65
e) Verpackungsdesign .....	65
f) Kombination technischer Sicherungsmöglichkeiten .....	66
4. wirtschaftliche Kooperationspartner .....	67
5. Zusammenfassung .....	68
<b>V. Preis- und Servicepolitik .....</b>	<b>68</b>
1. Maßnahmen in der Preispolitik .....	68
2. Maßnahmen im Bereich der Servicepolitik .....	69
<b>VI. Schutzmaßnahmen im Logistikbereich .....</b>	<b>70</b>

1. Beschaffungslogistik.....	70
2. Schutzmaßnahmen bei dem Einsatz von Lieferanten.....	71
a) Sicherungsmaßnahmen bezüglich der Lieferanten .....	71
b) Vertragsgestaltung von Lieferanten.....	73
3. Schutzmaßnahmen im Bereich des Lagers .....	73
4. Technische Sicherungsmöglichkeiten .....	75
a) RFID-Chips .....	75
b) Sicherheitstinten und Nanotechnologie .....	77
c) Klebestreifen als Datenträger .....	78
d) Wasserzeichen.....	79
e) Barcodes .....	80
f) Mikrofarbcodes .....	82
g) Kennzeichnung durch DNA.....	82
h) Nanotechnologie .....	83
5. Maßnahmen in der Distributionslogistik .....	83
a) Schwachstellen .....	83
b) Vertriebssysteme .....	85
aa) Selektiver Vertrieb .....	85
bb) Direktvertrieb.....	86
cc) Franchising.....	86
dd) Alleinvertragsverpflichtung.....	87
6. Maßnahmen des Zolls.....	87
7. Zusammenfassung .....	89
<b>VII. Kommunikation im Unternehmen.....</b>	<b>90</b>
1. Öffentlichkeitsarbeit .....	90
2. Zentrale Kontaktstelle.....	92
<b>VIII. Unternehmensstrategische Maßnahmen:</b>	
<b>Kooperationen und Zusammenarbeit .....</b>	<b>94</b>
1. Kooperationen mit anderen Unternehmen.....	94
2. Zusammenarbeit mit Behörden.....	95
3. Kooperationen mit Fälschern.....	96
<b>IX. Besondere Fälle.....</b>	<b>97</b>
1. Messen .....	97
2. Internet .....	98
a) Webseiten .....	98
b) Internetauktionen.....	99
c) Domainname .....	101

<b>X. Resümee der Schutzmaßnahmen im betrieblichen Wertschöpfungsprozess.....</b>	<b>103</b>
<b>TEIL III .....</b>	<b>105</b>
<b>SCHLUSSBETRACHTUNG.....</b>	<b>105</b>
<b>LITERATURVERZEICHNIS .....</b>	<b>109</b>
Fachliteratur .....	109
Statistiken/Studien .....	118
Internetfundstellen .....	120
Broschüren, Leitfäden.....	129
<b>ANHANG.....</b>	<b>131</b>

19