

1. Welches geistige Eigentum kann man in der VR China registrieren? Lohnt sich eine Registrierung überhaupt?

1.1 Welches geistige Eigentum kann man in der VR China registrieren?

Insbesondere folgende Rechte können in der VR China registriert werden (wie dies im Einzelnen erfolgt sehen Sie unter Frage 2):

- Marken
- Patente
- Gebrauchsmuster
- Geschmacksmuster
- Pflanzensorten
- Topographien von Schaltkreisen
- Darüber hinaus wird der Nachweis eines Urheberrechts erleichtert, wenn es registriert ist.
- Medikamente müssen nach ihrer Zulassung registriert werden, um mit verwaltungsrechtlichen Methoden Fälschungen zu verfolgen (siehe Frage 5)

1.2 Lohnt sich eine Registrierung überhaupt?

Bezüglich der Registrierung von geistigem Eigentum in China hört man häufiger: Die Registrierung lohne sich nicht, weil man seine Rechte im Zweifelsfall sowieso nicht durchsetzen könne. Die Registrierung selbst berge Risiken für das eigene geistige Eigentum und außerdem sei sie mit hohen Kosten für die Anmeldung und die Durchsetzung der Rechte verbunden.

Auch wenn es sicher Bereiche gibt, in denen abgewogen werden muss, welche Registrierungen wirtschaftlich sinnvoll erscheinen, ist nach unseren Erfahrungen in aller Regel die Frage, ob sich die Registrierung von geistigem Eigentum in grundsätzlich China lohnt, eindeutig zu bejahen:

a) Vorteile bei der Durchsetzung

Geistiges Eigentum entsteht wie in den meisten Rechtsordnungen auch in der VR China erst durch die Anerkennung durch die Rechtsordnung. Diese Anerkennung hängt aber auch in China in den meisten Fällen von einer vorherigen Registrierung ab. Ohne Anmeldung ist daher das Kopieren in vielen Fällen legal. Auch wenn man gar nicht vorhat, in naher Zukunft auf den chinesischen Markt zu gehen, können Schutzrechtsanmeldungen in China (und ggf. wichtigen Drittstaaten) daher sinnvoll sein. Denn wo keine Schutzrechte angemeldet sind, können die betreffenden Produkte nachgebaut werden. Sie können dann im Land selbst, aber auch in allen Drittländern ohne Schutzrechtsanmeldung grundsätzlich legal verkauft werden.

Das Gros der Instrumente, die einem Unternehmen in China zum Schutz des geistigen Eigentums zur Verfügung stehen, setzt eine Registrierung voraus (siehe insbesondere Frage 5).

Die Anmeldung ist zunächst die wichtigste und effektivste Möglichkeit, um Ihr geistiges Eigentum in China zu schützen! Im Gegensatz zu Deutschland steht ein wettbewerbsrechtlicher Schutz gegen Kopien in China nur eingeschränkt zur Verfügung.

Auch für KMU ist die Durchsetzung der Schutzrechte durchaus möglich. Zwar gibt es Probleme, aber klar ist: Wenn die Rechte nicht angemeldet sind, besteht nahezu keine Handhabe!

Schutzrechte sind sicher nicht alles, aber ohne Schutzrechte ist (fast) alles nichts!

b) Mögliche Risiken/ Grenzen der Wirksamkeit der Anmeldung

Ein mögliches Risiko einer Anmeldung – insbesondere im Fall von Erfindungspatenten – kann darin bestehen, dass die Unterlagen bei der Anmeldung in „falsche Hände geraten“. Im Zusammenhang mit Designbüros und Zertifizierungen warnen deutsche Institutionen verstärkt vor einer massiven Gefährdung geistigen Eigentums. Auch im Rahmen von Schutzrechtsanmeldungen ist ein Missbrauch nicht ausgeschlossen.

Die Risiken dürften je nach Branche und betroffenem Produkt als unterschiedlich hoch einzuschätzen sein. Insbesondere Unternehmen mit hochtechnologischen Produkten sollten ohnehin eine Risikoabwägung vornehmen, bevor sie mit einem neuartigen Produkt auf den chinesischen Markt gehen. Insgesamt dürfte die Gefahr einer Schutzrechtsverletzung bei hochtechnologischen Produkten, die ohne Patentschutz in China vertrieben werden, in der Regel deutlich höher sein, als die Gefahr des Verlustes geistigen Eigentums durch den Prozess der Patentierung selbst.

Es gibt Firmen in China, die gezielt Marken, Patente etc. ausländischer Unternehmen ohne Schutzrechtsanmeldungen in China dort auf ihren Namen registrieren lassen. Es ist nicht einfach und in jedem Fall teuer, dann im Nachhinein dagegen vorzugehen (s.u. zu Frage 6).

Bei Schutzrechtseintragungen kann weiterhin problematisch sein, dass der Schutzzumfang nicht immer eindeutig ist, bzw. die Auslegung des Schutzzumfangs in der Praxis differiert. So kann es vorkommen, dass trotz der Eintragung der eigenen Marke die Eintragung einer ähnlichen Marke oder einer Marke mit gleichen Namensbestandteilen durch einen Dritten vom Trademark Office zugelassen wird, auch wenn es sich um die gleiche Warengruppe handelt (wie gegen eine solche Eintragung in China vorgegangen werden kann, sehen Sie unter Frage). Doch auch in Deutschland oder anderen Ländern ist dies grundsätzlich möglich.

Der durch die Eintragung erlangte Schutz ist aber auch dann in jedem Fall besser als gar kein Schutz.

c) Kosten

Die Kosten für die Schutzrechtsanmeldung sind nicht höher als in Deutschland. Dies gilt grundsätzlich auch für die Kosten der Durchsetzung (Vgl. zu den Kosten im Einzelnen die Antworten zu den Fragen 2 und 7).

Hier ist zudem darauf hinzuweisen, dass das übliche Controlling im Unternehmen bei der Berechnung der Kosten der Abwehrmaßnahmen gegen Fälschungen häufig an Grenzen stößt:

Zum einen ist es ohnehin schwierig, Kosten der Rechtsverfolgung und der Prävention auf ihre Effizienz hin zu messen. Dass beispielsweise wenige Fälschungsfälle durch das Unternehmen bearbeitet werden, kann ebenso ein Zeichen für Erfolg wie für Misserfolg sein.

Zum anderen sind den Kosten, die bei den Abwehrmaßnahmen entstehen, Kostenfaktoren gegenzurechnen, die in anderen Betriebsbereichen, wie beispielsweise bei der Vertriebsorganisation oder der Produktgestaltung aufgrund der Abwehrmaßnahmen vermieden bzw. positiv beeinflusst werden konnten.

Hier können beispielhaft folgende Kostenfaktoren genannt werden:

- Die Fälschungen führen zu Umsatzverlusten beim Originalhersteller. Sie zerstören durch günstigere Preise vorhandene oder noch zu erschließende Märkte.
- Wenn aufgrund von minderwertigen Fälschungen jemand zu Schaden kommt, besteht die Gefahr, dass der Originalhersteller als vermeintlicher Hersteller in die Produkthaftung genommen wird. Da dieser die mangelnde Verantwortlichkeit zu beweisen hat, drohen hohe Kosten sowie bei nicht Gelingen des Beweises ggf. schmerzliche Zahlungen, die durch ein (rechtzeitiges) Vorgehen gegen Fälscher hätten vermieden werden können.
- Schließlich wird der Wert des Produkts und somit auch des Unternehmens durch zunehmende Verunsicherung der Abnehmer gefährdet, wenn dem Qualitätsversprechen des Originalherstellers aufgrund von minderwertigen Fälschungen nicht mehr uneingeschränkt geglaubt wird.
- Wer gegen Fälscher vorgeht, sendet ein Signal an den Fälscher sowie ggf. die Händler der gefälschten Waren, die Fälschungen nicht auszuweiten und wirkt somit präventiv. Gleichzeitig werden potentielle weitere Nachahmer abgeschreckt.

d) Positive Erfahrungen

Zwar bestehen im Bereich der Durchsetzung der Schutzrechte noch sehr viele Probleme, aber die Berichte über positive Erfahrungen nehmen zu. Insbesondere bei Markenrechtsverletzungen berichten betroffene Unternehmen vermehrt von Erfolgen bei der Durchsetzung ihrer Rechte. Die chinesischen Verwaltungsbehörden werden teilweise als sehr kooperativ beschrieben. Die Kompetenz der chinesischen Beamten und Richter wächst vor allem in Ballungszentren.

Über gute Erfahrungen wird auch bezüglich der Arbeit des chinesischen Zolls berichtet, soweit die Schutzrechte beim Zoll registriert sind (vgl. hierzu auch Frage 5.2).

Das Quality Brands Protection Committee (QBPC), ein Zusammenschluss von betroffenen Markenunternehmen in China, prämiert jedes Jahr 10 Fälle, in denen vorbildlich von staatlicher Seite gegen Fälscher vorgegangen ist. Sie werden unter der folgenden Adresse auf Englisch und Chinesisch dokumentiert:
<http://www.qbpc.org.cn/en/about/references/10bestcases/>

Hier finden Sie einige von der chinesischen Regierung auf Englisch veröffentlichte Beispielfälle zu gerichtlichen Entscheidungen bei Schutzrechtsverletzungen:

http://english.ipr.gov.cn/ipr/en/info/Article.jsp?a_no=52715&col_no=127&dir=200702 (Adidas)

http://english.ipr.gov.cn/ipr/en/info/Article.jsp?a_no=54221&col_no=127&dir=200702 (Danfoss)

http://english.ipr.gov.cn/ipr/en/info/Article.jsp?a_no=4191&col_no=126&dir=200605 (Kaier Massage Armchair)

http://english.ipr.gov.cn/ipr/en/info/Article.jsp?a_no=53354&col_no=127&dir=200702 (Aida Pharmaceutical)

http://english.ipr.gov.cn/ipr/en/info/Article.jsp?a_no=50306&col_no=127&dir=200701 (French LA CITY)

http://english.ipr.gov.cn/ipr/en/info/Article.jsp?a_no=45314&col_no=127&dir=200701 (Starbucks)

http://english.ipr.gov.cn/ipr/en/info/Article.jsp?a_no=26974&col_no=127&dir=200611 (GAP)

http://english.ipr.gov.cn/ipr/en/info/Article.jsp?a_no=24726&col_no=127&dir=200610 (Bausch & Lomb)