

## 5.7. Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitsarbeit ist hinsichtlich mehrerer Aspekte sinnvoll.

### Vorbeugend:

Zum einen sollte vorbeugend Öffentlichkeitsarbeit hinsichtlich der Qualität des eigenen Produkts, des besonders guten After-Sales-Services usw. betrieben werden, um die Kunden möglichst weitgehend an das eigene Originalprodukt zu binden. Gleichzeitig sollten die Gefahren von Produktfälschungen für die Kunden, wie mögliche Gesundheitsschädigungen etc., hervorgehoben werden.

### Im Falle erfolgter Schutzrechtsverletzungen:

Wenn Verletzungen geistigen Eigentums eingetreten sind und man sich entschieden hat, zivilrechtlich oder strafrechtlich dagegen vorzugehen, kann eine parallele Öffentlichkeitsarbeit zu empfehlen sein. Man kann so versuchen, eine breitere öffentliche Aufmerksamkeit auf den entsprechenden Fall zu lenken, so dass sich die handelnden Organe einer gewissen (internationalen) Beobachtung bewusst sind.

Insbesondere in kleineren Orten, oder wenn bekannte chinesische Firmen betroffen sind, kann ein öffentliches Vorgehen gegen Schutzrechtsverletzer zu negativen öffentlichen Reaktionen führen, von negativer Presse bis hin zu Boykottaufrufen gegen die ausländische Firma. Man kann versuchen, hier von Beginn an mit offensiver eigener Öffentlichkeitsarbeit gegenzusteuern.

### Mögliche Risiken:

Verbraucherverunsicherung, die dazu führt, dass das Produkt insgesamt gemieden wird.

Wenn der Verletzer zu gut in dem Ort seines Sitzes vernetzt ist, wird man mit Öffentlichkeitsarbeit nur sehr eingeschränkte Erfolge erzielen können.

### Tipps:

Es ist häufig sinnvoll, in die Öffentlichkeitsarbeit chinesische Mitarbeiter oder chinesische Handelspartner/Lizenznehmer usw. mit einzubinden. Insbesondere wenn man selbst mit Tochterfirma/einem Jointventure auf dem chinesischen Markt tätig ist, sollte auch die Rechtsverfolgung zu Gunsten des lokalen Partners betont werden. So kann der Eindruck „ausländische Firma gegen chinesisches Unternehmen“ vermieden werden.