

Sandra Kleiber

Chinesische Produkt- und Markenpiraterie vor dem Hintergrund gewerblicher Schutzrechte in China und Deutschland

Diplomarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2007 GRIN Verlag
ISBN: 9783638050920

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/90683>

Sandra Kleiber

**Chinesische Produkt- und Markenpiraterie vor dem
Hintergrund gewerblicher Schutzrechte in China und
Deutschland**

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

**Chinesische Produkt- und Markenpiraterie vor dem
Hintergrund gewerblicher Schutzrechte
in China und Deutschland**

Diplomarbeit zur Erlangung des Akademischen Grades
„Diplom-Betriebswirt (FH)“
an der
GEORG-SIMON-OHM-FACHHOCHSCHULE NÜRNBERG
Fachbereich Betriebswirtschaft

Sandra Kleiber

Nürnberg, den 23.Juli 2007

„Wer große Meister kopiert, erweist ihnen Ehre.“

Konfuzius (551 - 479 v. Chr.)

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	III
Abbildungsverzeichnis	VI
Tabellenverzeichnis	VII
Abkürzungsverzeichnis	VIII
1 Einleitung.....	1
2 Begriffsklärung.....	4
2.1 Produkt- vs. Markenpiraterie.....	4
2.2 Der Begriff „Piraterie“	5
2.3 Plagiat, Fälschung, Replik	6
3 Die VR China – Globale Rahmenbedingungen	8
3.1 Makroökonomische Ausgangslage der VR China.....	8
3.1.1 <i>Politische Situation</i>	9
3.1.2 <i>Wirtschaftliches Umfeld</i>	10
3.1.3 <i>Ausblick</i>	11
3.2 Der Beitritt der VR China zur Welthandelsorganisation (WTO).....	12
3.2.1 <i>Entstehung und Grundlagen der WTO</i>	13
3.2.2 <i>Ziele und Aufgaben</i>	15
3.2.3 <i>Kritik an der WTO</i>	16
4 Marken-Management.....	18
4.1 Wann ist eine Marke eine Marke?	18
4.2 Die Funktionen einer Marke.....	19
4.3 Chinesische Markenoffensive	19
5 Das Phänomen der chinesischen Produkt- und Markenpiraterie	21
5.1 Die Geschichte der Produkt- und Markenpiraterie	21
5.2 Ursachen der Produkt- und Markenpiraterie	22
5.3 Betroffene Bereiche	23
5.4 Aktuelle Situation – Trend 2006.....	27
5.4.1 <i>Herkunftsländer gefälschter Ware</i>	27
5.4.2 <i>Aufgriffe gefälschter Ware</i>	28
5.4.3 <i>Wert der sichergestellten Waren</i>	29
5.4.4 <i>Betroffene Schutzrechte</i>	30

5.4.5	<i>Aufgriffe nach Verkehrsart</i>	31
5.4.6	<i>Warenwerte nach Verkehrsart</i>	32
5.4.7	<i>Aufgriffe nach Warenkategorien und Herkunftsland</i>	33
5.5	Gründe für die Zunahme von Produkt- und Markenpiraterie.....	34
5.6	Wirtschaftliche Folgen von Produkt- und Markenpiraterie.....	36
5.6.1	<i>Betriebswirtschaftliche Folgen für Unternehmen</i>	36
5.6.2	<i>Folgen für Verbraucher und Abnehmer</i>	37
5.6.3	<i>Volkswirtschaftliche Folgen</i>	38
5.7	Bewertung von Produkt- und Markenpiraterie.....	39
5.8	Trendwende in Sicht?.....	41
6	Gewerblicher Rechtsschutz in Deutschland	42
6.1	Begriff und Bedeutung.....	42
6.2	Historische Entwicklung.....	44
6.3	Darstellung ausgewählter Schutzrechte.....	46
6.3.1	<i>Das Patent</i>	46
6.3.2	<i>Das Gebrauchsmuster</i>	51
6.3.3	<i>Das Geschmacksmuster</i>	53
6.3.4	<i>Die Marke</i>	56
6.3.5	<i>Weitere Rechtsgrundlagen</i>	59
6.4	Das Produktpirateriegesetz (PrPG).....	60
7	Das Rechtssystem der VR China und der Schutz des geistigen Eigentums	62
7.1	Die historische Entwicklung.....	62
7.2	Das Rechtssystem.....	64
7.3	Probleme und Unsicherheiten.....	65
7.4	Gewerblicher Rechtsschutz nach nationalem Recht.....	66
7.4.1	<i>Patentrecht</i>	67
7.4.2	<i>Markenrecht</i>	68
7.4.3	<i>Urheberrecht</i>	70
7.4.4	<i>Internationale Registrierung von Patenten und Marken</i>	70
7.4.5	<i>Durchsetzung von Rechten des geistigen Eigentums</i>	71
	7.4.5.1 <i>Zivilrechtliche Maßnahmen</i>	71
	7.4.5.2 <i>Behördliche Maßnahmen</i>	73
	7.4.5.3 <i>Strafrechtliche Maßnahmen</i>	73
7.5	Gewerblicher Rechtsschutz – internationale Verträge.....	75
7.5.1	<i>Pariser Verbandsübereinkunft (PVÜ)</i>	76

7.5.2	<i>World Intellectual Property Organization (WIPO)</i>	77
7.5.3	<i>Madriider Markenabkommen (MMA)</i>	78
7.5.4	<i>Patent Cooperating Treaty (PCT)</i>	78
7.5.5	<i>Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS)</i>	79
8	Bekämpfungsmöglichkeiten der Produkt- und Markenpiraterie	81
8.1	Bekämpfungsstrategien für Unternehmen	81
8.1.1	<i>Defensive Strategien</i>	81
8.1.2	<i>Offensive Strategien</i>	86
8.2	Zentralstelle gewerblicher Rechtsschutz.....	91
8.2.1	<i>Aufgaben der ZGR</i>	91
8.2.2	<i>Die Grenzbeschlagnahme</i>	91
8.3	Flankierende Maßnahmen	93
8.3.1	<i>APM – Aktionskreis Deutsche Wirtschaft gegen Produkt- und Markenpiraterie e.V. REACT GERMANY</i>	93
8.3.2	<i>Aktion Plagiarius e.V.</i>	96
8.3.3	<i>Museum Plagiarius</i>	98
8.3.4	<i>“Messe Frankfurt against Copying”</i>	98
8.3.5	<i>Counterfeiting Intelligence Bureau (CIB)</i>	99
8.3.6	<i>Global Anti-Counterfeiting Group (GACG)</i>	99
9	Schlussbetrachtung	101
	Literaturverzeichnis	XI
	Ergänzendes Literaturverzeichnis	XXII

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Landkarte der VR China	8
Abbildung 2:	Herkunftsländer gefälschter Markenartikel 2006 (in % der Aufgriffe)	27
Abbildung 3:	Entwicklung der Zahl der Aufgriffe von 1995 bis 2006	28
Abbildung 4:	Wert der sichergestellten Ware (in Mio. €)	29
Abbildung 5:	Betroffene Schutzrechte nach Warenwert (in %)	30
Abbildung 6:	Prozentuale Aufteilung der Zahl der Aufgriffe nach Verkehrsart	31
Abbildung 7:	Prozentuale Aufteilung der Warenwerte nach Verkehrsart	32
Abbildung 8:	Entwicklung der Zahl der Aufgriffe von 1995 bis 2006	93

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Aufteilung der Fälle nach Warenkategorien (in % der Aufgriffe)	24
Tabelle 2:	Wert beschlagnahmter waren in Mio. €	25
Tabelle 3:	Aufgriffe nach Warenkategorie und Herkunftsländern (in %)	33

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz
APM	Aktionskreis Deutsche Wirtschaft gegen Produkt- und Markenpiraterie e.V.
Art.	Artikel
BDI	Bundesverband der deutschen Industrie
Bfai	Bundesagentur für Außenwirtschaft
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
BGBl	Bundesgesetzblatt
BRD	Bundesrepublik Deutschland
ca.	circa
CIA	Central Intelligence Agency
CIB	Counterfeiting Intelligence Bureau
bzw.	beziehungsweise
d.h.	das heißt
DIHK	Deutscher Industrie- und Handelskammertag
DIHT	Deutscher Industrie- und Handelstag
DNA	Desoxyribonucleinsäure
DPA	Deutsches Patentamt
DPMA	Deutsches Patent- und Markenamt
etc.	et cetera
EU	Europäische Union
e.V.	eingetragener Verein
FBI	Federal Bureau of Investigation
GACG	Global Anti-Counterfeiting Group
GATS	General Agreement on Trade and Services
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade
GebrMG	Gebrauchsmustergesetz
GeschmMG	Geschmacksmustergesetz
HABM	Europäisches Amt für Marken- und Musterschutz
HGB	Handelsgesetzbuch

ICC	International Chamber of Commerce
IGO	International Governmental Organization
IP	Intellectual Property
ISO	International Organization for Standardization
KPC	Kommunistische Partei Chinas
MarkenG	Markengesetz
MG	Markengesetz (das chinesische Markengesetz betreffend)
Mio.	Million
MMA	Madriдер Markenabkommen
Mrd.	Milliarde
OECD	Organisation for Economic Cooperation and Development
o.g.	oben genannt
OMPI	Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle
o.S.	ohne Seite
o.V.	ohne Verfasser
PatG	Patentgesetz
PrPG	Produktpirateriegesetz
PCT	Patent Cooperating Treaty
PVÜ	Pariser Verbandsübereinkunft
RZZ	Rat für Zusammenarbeit auf dem Gebiet des Zollwesens
s.	siehe
TRIPS	Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights
u.a.	unter anderem
UN	United Nations
US	United States
USA	United States of America
USD	US-Dollar
u.s.w.	und so weiter
UWG	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb
VBP	Vereinigung zur Bekämpfung der Produktpiraterie
v.Chr.	vor Christus