



China Analysis No. 53
September 2006
www.chinapolitik.de

**Produkt- und Markenpiraterie
in der VR China:
Phänomen, Art und Ausmaß**

Andreas Blume

Leiter des China-Kompetenzzentrums der IHK Pfalz (Ludwigshafen)

China Analysis wird herausgegeben von:

Prof. Dr. Sebastian Heilmann
Lehrstuhl für Politik und Wirtschaft Chinas
Universität Trier

E-mail: china_analysis@chinapolitik.de

Produkt- und Markenpiraterie in der VR China: Phänomen, Art und Außmaß

Inhaltsverzeichnis

I. Zusammenfassung	3
II. Verzeichnis der verwendeten Abkürzungen	4
III. Verzeichnis der Abbildungen	6
1. Einleitung	7
2. Das Phänomen Produkt- und Markenpiraterie	8
2.1 Das Wesen geistiger Eigentumsrechte	8
2.2 Verletzungen geistiger Eigentumsrechte und deren Folgen	10
2.3 Ursachen für Produkt- und Markenpiraterie	16
2.3.1 Ursachen im Bereich der Hersteller	16
2.3.2 Ursachen im Bereich der Händler	17
2.3.3 Ursachen im Bereich der Konsumenten	17
2.3.4 Weitere Counterfeiting begünstigende Faktoren	18
2.4 Die Arbeitsweise der Täter	18
2.4.1 Die Herstellung von schutzrechtsverletzenden Produkten	19
2.4.2 Der Import von Piraterieware	19
2.4.3 Der Vertrieb der Piraterieprodukte	20
3. Verletzungen des gewerblichen Rechtsschutzes in China	21
3.1 Art, Häufigkeit und Ort der IP-Verletzungen	21
3.2 Sicherheitsrelevante Produktfälschungen	28
3.3 Counterfeiting-induzierte Verluste und Export von rechtsverletzenden Produkten	36
3.4 Struktur und geographischer Wirkungskreis der Produktpiraten	38
3.5 Diebstahl von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen	40
3.6 „First to File“ – oder wie Originalhersteller zu Produktpiraten werden	42
4. Anhang	44
5. Erweitertes Literaturverzeichnis	56

I. Zusammenfassung

Produkt- und Markenpiraterie hat sich in den vergangenen Jahren zu einem der schwerwiegendsten Phänomene der internationalen Wirtschaftskriminalität entwickelt. Fremdes geistiges Eigentum wie Marken, Patente und Urheberrechte werden in großem Ausmaß und auf immer raffiniertere Weise missbraucht, um hohe Gewinne zu realisieren. Dabei zählt die VR China zu den Ländern mit den umfangreichsten Verstößen gegen Immateriagüterrechte: Rund ein Zehntel des Welthandels besteht derzeit aus rechtsverletzenden Produkten, davon stammt über die Hälfte aus der VR China.

Ungeachtet der immensen Bedrohung für Unternehmen, Volkswirtschaften und Verbraucher, die Produkt- und Markenpiraterie heute darstellt, wurde dieses Phänomen bislang nur von wenigen Autoren wissenschaftlich untersucht.

Diese Studie analysiert in einem ersten Schritt das Phänomen „Produkt- und Markenpiraterie“ und geht auf die möglichen Verletzungsformen genauso ein wie auf die Ursachen für Counterfeiting und die Arbeitsweise der Täter.

In einem zweiten Schritt untersucht die Studie in umfassender Weise Verletzungen des gewerblichen Rechtsschutzes in der VR China.

II. Verzeichnis der verwendeten Abkürzungen

AA	Auswärtiges Amt
AAPA	Local Administrative Authorities for Patent Affairs
ABA	American Bar Association
ACG	Anti-Counterfeiting Group
AIC	Administration of Industry and Commerce
ALIC	Asia Law Initiative Council
APM	Aktionskreis Deutsche Wirtschaft gegen Produkt- und Markenpiraterie e.V.
BASCAP	Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy
BDI	Bundesverband der Deutschen Industrie
BMJ	Bundesministerium für Justiz
BMWA	Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit
BMZ	Bundesministerium für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
CACC	China Anti-Counterfeiting Coalition
CAFEI	China Association of Enterprises with Foreign Investment
CASS	Chinesische Akademie der Sozialwissenschaften
CB	Copyright Bureaus
CCC	China Compulsory Certificate
CEEC	Congressional Executive Commission on China
CIB	Counterfeiting Intelligence Bureau
CIF	Kosten, Versicherung und Fracht inbegriffen
CIPRS	Centralized IPR Recordation System
CIPTC	China Intellectual Property Training Center
CLC	China Law Center
CRC	Case Reconsideration Committees
CTIEI	China Textile and Chemical Fiber Engineering Corporation
CUIPPC	China United Intellectual Property Protection Centre
DCJV	Deutsch-Chinesische Juristenvereinigung e.V.
DIHK	Deutscher Industrie- und Handelskammertag
DPMA	Deutsches Patent- und Markenamt
EEIQ	Entry-Exit Inspection and Quarantine
EG	Europäische Gemeinschaft
EMEO	European Medicines Enforcement Officers
EU	Europäische Union
FBI	Federal Bureau of Investigation
FOB	Lieferung frei an Bord
FTB	Fair Trade Bureau
GAC	General Administration of Customs
GTZ	Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit GmbH
GWA	Deutsch-Chinesischer Gemischter Wirtschaftsausschusses
IACC	International Anti-Counterfeiting Coalition
ICC	International Chamber of Commerce (Internationale Handelskammer)
ICE	U.S. Immigration and Customs Enforcement
IFPMA	Internationalen Verbandes der Arzneimittelhersteller
IHK	Industrie- und Handelskammer
IIPPF	International Intellectual Property Protection Forum
IP	Intellectual Property
IPA	Intellectual Property Administration
IPR	Intellectual Property Rights
IRI	International Republican Institute
JETRO	Japan External Trade Organization

JICA	Japan International Cooperation Agency
JIPA	Japan Intellectual Property Association
JPO	Japan Patent Office
KPCh	Kommunistische Partei Chinas
LDC	Least Developed Country
METI	Ministry of Economy, Trade and Industry (Japan)
MoC	Ministry of Commerce
MOFTEC	Ministry of Foreign Trade and Economic Development
MORO	Market Order and Rectification Office
MoU	Memorandum of Understanding
MPS	Ministry of Public Security
NACCC	National Anti-Counterfeiting Coordinating Committee
NCA	National Copyright Administration
NCIS	National Criminal Intelligence Service
NPÖ	Neue Politische Ökonomie
NVK	Nationaler Volkskongress
OAV	Ostasiatischer Verein e.V.
OK	Organisierte Kriminalität
OLAF	European Anti-Fraud Office
PNTR	Permament Normal Trade Relations
PRB	Patent Review Board
QBPC	Quality Brand Protection Committee
RMB	Renminbi Yuan (Chinesische Währung)
SAEEIQ	State Administration for Entry-Exit Inspection and Quarantine
SAIC	State Administration of Industry and Commerce
SAQSIQ	State Administration of Quality Supervision, Investigation and Quarantine
SFDA	State Food and Drug Administration
SIPO	State Intellectual Property Office
SPC	Supreme People's Court
SPP	Supreme People's Procuratorate
STOP	Strategy Targeting Organized Piracy
TMO	Trademark Office
TRIPS	Trade-related Intellectual Property Rights
TSB	Technology Supervision Bureau
TVE	Township and Village Enterprises
TZ	Technische Zusammenarbeit
UDF	Union des Fabricants
USGCMITF	United States Government China Mission Interagency Task Force
USIA	United States Information Agency
USIS	United States Information Service
USTR	US Trade Representative
UWG	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb
VBA	Volksbefreiungsarmee
VBP	Vereinigung zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie
VDMA	Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V.
VRC	Volksrepublik China
WC	Working Conference
WIPO	World Intellectual Property Organization
WTO	World Trade Organization
ZGR	Zentralstelle Gewerblicher Rechtsschutz
ZK	Zentralkomitee der Kommunistischen Partei Chinas

III. Verzeichnis der Abbildungen

Abbildungen		Seite
Abb. 1:	Weltweiter Umsatz gefälschter Waren nach Produktgruppen	13
Abb. 2:	Fundort von Fälschungen und Imitaten außerhalb der VR China	38
Abb. 3:	Struktur der IP-Rechtsverletzer in der VR China	39
Abb. 4:	Gründe für wiederholtes Counterfeiting	39
Abb. 5:	Die Entwicklung der Produkt- und Markenpiraterie in der VR China	43

1. Einleitung

Seit den Anfängen der Menschheit werden Innovationen, die dem menschlichen Erfindungsgeist entspringen, als Motor evolutionärer Entwicklung oder wirtschaftlichen Wachstums betrachtet. Wer mit seinen eigenen Ideen schneller ist als andere, hat zunächst einen Vorsprung. Nicht selten werden Innovationen allerdings auch von Dritten übernommen und ausgenutzt. Diese Vorgehensweise lässt sich bis vor den Beginn unserer Zeitrechnung zurückverfolgen. Dabei macht es keinen Unterschied, ob es sich um künstlerische, handwerkliche, technische oder industrielle Leistungen handelt. Wer sich mit seinen Ideen und Kreativität vom Üblichen, Alltäglichen abhebt, war schon immer Zielscheibe von Kopierern oder unberechtigten Nutzern.¹

Die ersten Produkte, die mit Marken versehen wurden, waren griechische und römische Keramiken, die auf den Hersteller hinweisen sollten. Auch die Händler dieser Erzeugnisse führten ihre eigenen Marken ein. Gefälschte Markenöllampen renommierter norditalienischer Hersteller wurden selbst in den entlegendsten Regionen des Römischen Reiches gefunden.² Schon im 18. Jahrhundert bezeichnete „Piracy“ nach dem *Oxford Shorter English Dictionary* „eine in Gewinnerzielungsabsicht vorgenommene unerlaubte Ausnutzung des Werkes oder der Erfindung eines anderen.“³

In der längsten Zeit der Geschichte der Menschheit konnten von Ergebnissen geistig-kreativer Arbeit Einzelner meist viele profitieren, ohne ein Entgelt an den Erfinder, Entwickler oder Ideengeber zu entrichten. Dies änderte sich sukzessive mit der Einführung von Schutzrechten für geistiges Eigentum (Urheberrechte, gewerbliche Schutzrechte) im 18. Jahrhundert in Europa.

Nun hatte der Urheber eines Werkes oder Erfinder einer technologischen Entwicklung das Recht, über die Verwertung seiner Leistung selbst zu entscheiden und gegebenenfalls ein Entgelt für die Nutzung zu erhalten. In der Gesetzgebung hatte sich die Erkenntnis niedergeschlagen, dass Innovationen nur gefördert werden konnten, wenn geistig-kreative Leistungen vor der unlauteren Ausbeutung durch Dritte geschützt wurden. Trotz dieser gesetzlichen Regelungen war es Marktakteuren immer wieder möglich gewesen, sich in unerlaubter Weise die Ergebnisse geistig-kreativer Leistungen Dritter zu Nutzen zu machen.

Mit zunehmender Industrialisierung wurde die Herstellung vieler Produkte vereinfacht und die Serien- und Massenproduktion begann. Die Technisierung erlaubte es jedoch auch den Plagiatoren, ihre Produkte schneller und in größerem Umfang herzustellen. Mitte des 19. Jahrhunderts war Produktpiraterie bereits so verbreitet, dass Paragraph 269 des Strafgesetzbuches für die Preußischen Staaten aus dem Jahre 1851 demjenigen Strafe androhte, der „Waren oder deren Verpackung fälschlich mit dem Namen oder der Firma und mit dem Wohn- oder Fabrikorte eines inländischen Fabrik-Unternehmers, Produzenten oder Kaufmannes bezeichnete oder wissentlich dergleichen fälschlich bezeichnete Waren in den Verkehr brachte.“⁴

Der Missbrauch geistiger Eigentumsrechte ist heute schwerwiegender als jemals zuvor. Das Ausmaß der Produktion, die Geschwindigkeit der Reproduktion, die Qualität der Imitation, die Vielfalt der Missbrauchstatbestände, die Breite des Sortiments gefälschter Waren und das Volumen des Handels innerhalb sowie außerhalb nationaler Grenzen findet in der Geschichte der Weltwirtschaft keine Parallelen. Produkt- und Markenpiraterie hat sich innerhalb der letzten Dekade zu einem schwerwiegenden und facettenreichen Problem der weltumspannenden Wirtschaftskriminalität entwickelt.

In vielen Staaten sind gewerbliche Schutzrechte in Gesetzeswerken zwar hinreichend verankert, der Missbrauch findet jedoch in großem Umfang statt und wird darüber hinaus kaum bzw. im Vergleich zu anderen Straftatbeständen, wie beispielsweise dem Diebstahl dinglicher Gegenstände, weitaus weniger stringent sanktioniert. Ein Staat, in dem dies besonders ausgeprägt zu beobachten ist, ist die Volksrepublik China.

¹ Vgl. „Gewerblicher Rechtsschutz. Nachahmung fremder Leistungen – so alt wie die Menschheit“, 04.03.2004, Zugriff 09.03.2005, S. 1, (www.zoll.de/b0_zoll_und_steuern/d0_verbote_und_beschraenkungen/f0_gew_rechtsschutz/).

² Vgl. Henning Harte-Bavendamm, *Handbuch der Markenpiraterie in Europa*, München/Wien/Bern 2000, S. 2.

³ Zitiert nach Harte-Bavendamm 2000, S. 2.

⁴ Zitiert nach Harte-Bavendamm 2000, S. 3.

Bereits im 17. Jahrhundert hielt der Spanische Priester Dominigo Navarette fest, dass die Chinesen im Nachahmen von Produkten sehr einfallsreich und geschickt seien und viele Waren, die außerhalb Chinas gelangten, perfekt imitiert worden seien.⁵

China zählt heute zu den Ländern mit den schwerwiegendsten und umfangreichsten Verstößen gegen Rechte des geistigen Eigentums. Man spricht auch von der VR China als *der* weltweiten Fälscherhochburg.⁶ Nimmt man Zollbeschlagnahme- sowie andere Statistiken zur Hand und befragt betroffene Unternehmen, so ist es augenscheinlich, dass die Aktivitäten der Produkt- und Markenpiraten in den letzten Jahren deutlich an Quantität aber auch Qualität zugenommen haben. Die Zeiten der schlechten Fälschungen von Uhren, Parfums oder Textilien sind vorbei. Heute wird fast alles gefälscht, und das auf immer höherem technischen Niveau und in wachsendem Ausmaß.

Einige Unternehmen gehen sogar von einem derzeitig exponentiellen Wachstum der chinesischen Plagiat- und Fälscherindustrie aus. Dies verwundert, da China bereits seit dem im Juli 1979 geschlossenen Abkommen über die Handelsbeziehungen zwischen den USA und der VR China seine nationalen Gesetze zum Schutz geistigen Eigentums sukzessive ausgebaut hat und fast allen bedeutenden internationalen IP-Konventionen⁷ beigetreten ist. Durch die 15-jährigen Bemühungen Chinas, WTO-Mitglied zu werden, wurden Rechtslage und Rechtsdurchsetzungsmöglichkeiten weiter verbessert. Heute entsprechen die chinesischen Gesetze zum Schutz geistigen Eigentums, darunter das chinesische Patent-, Marken- und Urheberrecht, weitgehend internationalen Standards.

Dennoch bleibt eine große Lücke zwischen Anspruch und Realität, d.h. der rechtlichen Rahmenbedingungen und der konsequenten Umsetzung und Anwendung der Gesetze, bestehen. Diese hat sich zwar in den letzten Jahren leicht verringert, aber dem nach wie vor zu verzeichnenden vehementen Wachstum der Produkt- und Markenpiraterie in China scheint dies keinen Abbruch zu tun. „Es klafft nach wie vor ein großer Unterschied zwischen dem auf dem Papier geschriebenen und dem in der Praxis ausgelebten Recht“, so Rechtsanwalt Florian Bottenschein.⁸

2. Das Phänomen Produkt- und Markenpiraterie

Das folgende Kapitel trägt die in der Literatur vorhandenen bisherigen Erkenntnisse über das Phänomen Produkt- und Markenpiraterie zusammen und gibt einen einleitenden Überblick über das Wesen geistiger Eigentumsrechte sowie über die vielfältigen gängigen Verletzungen gewerblicher Schutzrechte und deren Folgen. Ferner werden aus *allgemeiner Perspektive* die ökonomischen Ursachen für Produkt- und Markenpiraterie sowie die Arbeitsweise der Täter analysiert. Zunächst wird kurz dargestellt, was geistige Eigentumsrechte sind, auf welche Weise sie verletzt werden und welche betriebs- und volkswirtschaftlichen sowie sozialen Konsequenzen der Missbrauch dieser Rechte nach sich ziehen kann. Um das Ausmaß der diesbezüglichen Probleme in der VR China zu verdeutlichen, schließt sich im dritten Kapitel ein Überblick über Verletzungen des gewerblichen Rechtsschutzes bzw. geistiger Eigentumsrechte in der VR China an.

2.1 Das Wesen geistiger Eigentumsrechte

Seit Ende des Zweiten Weltkrieges erhöhte sich der Anteil geistigen Eigentums in Form von Marken-, Patent- oder Urheberrechten an Entstehung und Wesen von Gütern und Dienstleistungen gewaltig. Beinhalteten zum Beispiel 1947 weniger als 10% der US-Exporte immaterielle Komponen-

⁵ Vgl. „Counterfeiting. Imitating is theft“, in: *Economist Online*, 15.03.2003, Zugriff 22.03.2005, S. 2, (www.economist.com/PrinterFriendly.cfm?Story_ID=1780818).

⁶ Vgl. Stefanie Schmidt, „Chinas Fälscher haben nach wie vor Hochkonjunktur“, in: bfai CD-Rom, 05.05.2004, S. 1.

⁷ „IP“ wird im Folgenden als Abkürzung für „Intellectual Property“ verwendet.

⁸ Florian Bottenschein, „Die Bekämpfung der Markenpiraterie in der Volksrepublik China und Honkong“, in: *GRUR Int.*, Heft 2, 2005, S. 121.

ten, so waren es 1997 knapp 40%.⁹ Doch nicht nur der Anteil der immateriellen Wertschöpfung hat erheblich zugenommen, sondern auch die Fähigkeit, geistiges Eigentum nachzuahmen und zu missbrauchen. Seit den 70er Jahren hat die Markenpiraterie die europäische Wirtschaft mit aller Härte getroffen. Dabei sind vor allem innovative mittelständische Unternehmen, deren Markterfolg gerade in neu entwickelten Produkten liegt,¹⁰ genauso betroffen wie multinationale Unternehmen. Unter den Ursprungsländern von Plagiaten und Fälschungen ist die VR China neben Thailand und anderen südostasiatischen Staaten sowie manchen osteuropäischen Ländern besonders auffällig. Dies belegen die Zoll-Statistiken über die an den EU-Außengrenzen festgesetzten Waren: Seit 1998 ist der Anteil der beschlagnahmten Waren um rund 900% gestiegen.¹¹ D.h. auch die absolute Anzahl der Beschlagnahmefälle hat sich dramatisch erhöht: Wurden im Jahr 1994 lediglich 269 Sendungen von deutschen Zollbehörden aus dem Verkehr gezogen, waren es 2004 bereits 8.564 Fälle.¹²

Obwohl durch die EU-Osterweiterung und dem damit verbundenen Abbau der Grenzkontrollen die *Zentralstelle Gewerblicher Rechtsschutz* (ZGR) in München ursprünglich davon ausging, dass im Jahre 2004 weniger Fälle entdeckt werden würden, hat sich die Anzahl der beschlagnahmten Sendungen von 2003 auf 2004 um rund 250% erhöht. Dies sei, laut einem Mitarbeiter des ZGR - bei gleichbleibendem Personaleinsatz - vor allem auf die erhebliche Zunahme gefälschter Waren- sendungen chinesischen Ursprungs zurückzuführen.¹³

Immaterialgüterrechte, wie geistige Eigentumsrechte auch genannt werden, verleihen dem Schöpfer einer geistigen Leistung ein in der Regel zeitlich und räumlich begrenztes Monopolrecht bei deren kommerzieller Verwertung.¹⁴ Im Zusammenhang mit geistigen Eigentumsrechten wird der Begriff *gewerblicher Rechtsschutz* verwendet. Zwar gibt es bis dato keine allgemein gültige Definition dieses Begriffes, in der Regel werden damit aber alle Gesetze, die zum Schutz des geistigen Schaffens auf gewerblichem Gebiet dienen, subsumiert. Somit stellt der gewerbliche Rechtsschutz einen Komplex von Gesetzen und Rechtsnormen dar, die dem Schutz gewerblich-geistigen Schaffens, seiner gewerblich verwertbaren Ergebnisse, der gewerblich-wettbewerblichen Tätigkeit und ihrer Auswirkung dienen.¹⁵

Unter den Begriff des gewerblichen Rechtsschutzes fallen die Leistungsschutzrechte Patent und Gebrauchsmuster (Technik), Geschmacksmuster (Design), Schriftzeichenschutz (Schriftendesign), Halbleiterschutz (Chip-Oberflächengestaltung), Sortenschutz (Pflanzen, Saatgut) und das Urheberrecht, das eine Sonderstellung einnimmt, da durch das Urheberrecht vor allem der Schutz der Leistung auf kulturellem, seltener auf gewerblichem Gebiet gewährleistet wird. Aus dem Bereich des Wettbewerbsrechtes spielen das Recht des unlauteren Wettbewerbs, das Kennzeichnungsrecht (Marken für Produkte und Dienstleistungen, Unternehmenskennzeichen, Werktitel und geographische Herkunftsangaben, worunter Produkte aller Art, insbesondere Agrarerzeugnisse und Lebensmittel, Wein, Sekt, Spirituosen fallen) sowie das Kartellrecht eine wichtige Rolle für den gewerblichen Rechtsschutz.¹⁶

Schutzrechte sind – mit Ausnahme von Marken und Herkunftsangaben - nur für innovative Produkte oder Leistungen vorgesehen. Die meisten Schutzrechte müssen angemeldet werden. Ei-

⁹ Vgl. Schanz, Kai-Uwe, *Internationale Unternehmensstrategien in der neuen WTO-Welthandelsordnung* (Schweizerisches Institut für Außenwirtschafts-, Struktur- und Regionalforschung an der Hochschule St. Gallen, 35), Chur 1995, S. 66.

¹⁰ Vgl. Rudolf Müller/Heinz-Bernd Wabnitz/Thomas Janovsky, *Wirtschaftskriminalität. Eine Darstellung der typischen Erscheinungsformen mit praktischen Hinweisen zur Bekämpfung*, München 1997, S. 234.

¹¹ Vgl. Doris Möller, Aktionskreis Deutsche Wirtschaft gegen Produkt- und Markenpiraterie, *Produkt- und Markenpiraterie*, Berlin 2004, S. 1.

¹² Vgl. Bundesministerium der Finanzen, *Gewerblicher Rechtsschutz. Jahresbericht 2004*, Berlin 2005, S. 31.

¹³ Vgl. Heinz Trapmann, Oberfinanzdirektion Nürnberg, ZGR, mündliche Mitteilung am 02.12.2005 in Wuppertal.

¹⁴ Vgl. World Trade Organization, „Intellectual Property. What are intellectual property rights?”, Zugriff 22.05.2000, S. 1, (www.wto.org/wto/intellic/intell1.htm).

¹⁵ Vgl. Peter Chrocziel, *Einführung in den Gewerblichen Rechtsschutz und das Urheberrecht*, München 2002, S. 1.

¹⁶ Vgl. Chrocziel 2002, S. 1.

nige davon werden geprüft, andere lediglich registriert.¹⁷ Der Schutz von Marken kann unbegrenzt verlängert werden. Für geographische Herkunftsangaben besteht grundsätzlich keine zeitliche Begrenzung. Alle anderen gewerblichen Schutzrechte sind auf eine Laufzeit von zehn bis dreißig Jahren ausgelegt. Nach Ablauf dieser Frist stehen die Produkte und Leistungen der Allgemeinheit zur Verfügung.

Das Urheberrecht, welches Schöpfer von Werken der Literatur, Wissenschaft und Kunst sowie Computerprogrammen, Datenbanken, Tonträgern, Filmen und bestimmten Verlagstätigkeiten schützt, entsteht im Gegensatz zu den vorgenannten Schutzrechten automatisch und endet erst 70 Jahre nach dem Tod des Urhebers.¹⁸ Zu den geistigen Eigentumsrechten zählen ferner Betriebs- und Fabrikationsgeheimnisse, die zwar nicht angemeldet oder registriert werden können, deren Diebstahl unter bestimmten Voraussetzungen jedoch im Rahmen des *Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb* (UWG) verfolgt werden kann.

2.2.1. Verletzungen geistiger Eigentumsrechte und deren Folgen

Der Missbrauch geistigen Eigentums hat viele Gesichter. Meist handelt es sich jedoch um eine Reproduktion bzw. Imitation verschiedener Erzeugnisse. In diesem Zusammenhang wird auch von Produkt- und Markenpiraterie gesprochen. Für das Phänomen „Produktpiraterie“ existiert keine eindeutige, einheitliche und klar abgrenzbare Definition. Nach gängiger Auffassung umschreibt „Produktpiraterie“ den Tatbestand der gewerbsmäßigen, kriminellen Schutzrechtsverletzung, d.h. der gezielten, massenhaften und mit Gewinnabsicht begangenen, vorsätzlichen Verletzung bestehender Schutzrechte sowie die Verletzung der durch das UWG geschützten Rechtspositionen.¹⁹ Der Begriff „Markenpiraterie“ bezeichnet die vorsätzliche Verwendung der Marke, des Namens, der Geschäftsbezeichnung oder der Verpackung und Präsentation von Produkten Dritter. „Produktpiraterie“ setzt nicht notwendiger Weise die Verletzung einer markenrechtlich geschützten Kennzeichnung voraus, sondern erfasst die Verletzungen anderen Schutzrechte wie Patente, Gebrauchs- und Geschmacksmuster und auch einen nach dem deutschen UWG bestehenden und durchsetzbaren Schutz gegen sklavische Nachahmung und unmittelbare Leistungsübernahme.²⁰ Konkret liegt in folgenden Fällen eine Verletzung von Schutzrechten vor, die auch zum Teil strafrechtlich relevant sind:

- **Plagiat:** Hierunter sind nachgeahmte oder bis ins Detail nachgebaute Produkte zu verstehen, die nicht den Markennamen des Originalherstellers tragen, sondern einen eigenen oder keinen. Aufgrund ihrer Form, äußeren Erscheinung oder Bezeichnung können sie trotzdem von Außenstehenden mit einem bestimmten Hersteller assoziiert werden.
- **Produktfälschung:** Hier wird eine Marke oder ein Handelsname gefälscht. Das nachgeahmte Erzeugnis trägt ein Zeichen oder anderes Charakteristikum, welches mit einer eingetragenen Marke oder einem Handelsnamen identisch ist.²¹ Bei einer Fälschung ist die Täuschung über die Herkunft perfekt ausgeführt. Der Käufer ist der festen Überzeugung, dass er das Produkt eines renommierten Unternehmens erwirbt.²²

¹⁷ Vgl. Harke, Dietrich, „Gewerblicher Rechtsschutz“, Dokument der FH Darmstadt, Fachbereich Sozial- und Kulturwissenschaften, 2000, Zugriff 07.02.2003, S. 1, (www.fbsuk.fh-darmstadt.de/Organisation/Personenverzeichnis_SuK/links_fuer_profs/harkeweb/Arbeitsblaetter%20Design%202000.htm).

¹⁸ Vgl. Harke 2000, S.2.

¹⁹ Vgl. Vereinigung zur Bekämpfung von Produktpiraterie (VBP), „Vereint in den Kampf gegen Produktpiraterie“, Zugriff 01.07.2003, S. 1, (www.vbp.org/de/profil.html).

²⁰ Vgl. VBP, Zugriff 01.07.2003, S. 1.

²¹ Vgl. Orgalime (Liaison Group of the European mechanical, electrical, electronic and metalworking industries) (Hrsg.), *Wirksame Bekämpfung von Marken- und Produktpiraterie – ein praktischer Leitfaden für die europäische Investitionsgüterindustrie*, Oktober 2001, S. 10.

²² Vgl. Aktion Plagiarius, Informationsdokument „Terminologie“, Elchingen, 2003, S. 1.

- **Markenverletzung:** Auch in diesem Fall werden Produkte kopiert, bzw. sie erwecken den Eindruck, mit dem Original identisch zu sein, wobei sie einen leicht abweichenden Markennamen, wie z.B. „Sharp – Shrap“, „Rolex – Bolex“, „Fa – Fu“ haben. So kommt es in Ländern, in denen das lateinische Alphabet nicht gebräuchlich ist, zu absichtlichen Verwechslungen.
- **Raubdesign:** Raubdesigner sind Unternehmen, die das Plagiat zum Marketingkonzept erheben, nicht selbst herstellen, sondern produzieren lassen und dank ihres Vertriebssystems in kurzer Zeit große Mengen dieser Plagiate absetzen.²³
- **Unerlaubtes Entfernen von Marken:** Eine weitere Spielart des Counterfeiting ist es, ein Originalprodukt soweit unkenntlich zu machen, dass der Markenname nicht mehr erkennbar ist. Dieses Produkt wird als Muster häufig bei Messen ausgestellt. Die Nachfrage nach diesem Produkt wird sondiert. Ist sie ausreichend groß, wird das Produkt nachgebaut.²⁴ Durch diese rechtsverletzende Praxis können Marktchancen ohne finanzielle Aufwendungen ausgelotet werden.
- **Unerlaubtes Anbringen von Marken:** Eine Markenverletzung verkörpert auch die nicht autorisierte Kennzeichnung vom Markeninhaber stammender Originalware mit Warenauszeichnungen Dritter, selbst wenn die Originalware unverändert bleibt.²⁵ Ferner können Produkte mit Markennamen versehen werden, die der Originalhersteller selbst gar nicht produziert.²⁶
- **Missbrauch von Patent, Gebrauchs- und Geschmacksmuster:** Hier ist die Originalware ganz oder teilweise durch Patente, Gebrauchsmuster bzw. Geschmacksmuster geschützt. Trotzdem sind diese einzeln oder in Kombination geschützten Teile und Komponenten in nachgeahmten Erzeugnissen enthalten.
- **Urheberrechtsverletzung:** Das nachgeahmte Erzeugnis besteht aus einem Text (Broschüre, Buch, Handbuch, etc.) einem Bild, Film, Ton, Computerprogramm oder einem technischen Erläuterungswerk und entspricht eins zu eins der Originalware.²⁷
- **Lizenzmissbrauch:** Nicht genehmigter Nachbau nach Originalplänen, mit Know-how vom Originalhersteller bzw. mit Werkzeug vom Originalhersteller.²⁸ Der Lizenzmissbrauch umfasst beispielsweise auch die Überschreitung des vom Rechtsinhaber genehmigten Produktionsvolumens ohne Zahlung von Lizenzgebühren.²⁹
- **Reverse Engineering:** Reverse Engineering bezeichnet den Vorgang, aus einem bestehenden, fertigen System oder einem meist industriell gefertigten Produkt durch Untersuchung der Strukturen, Zustände und Verhaltensweisen die Konstruktionselemente zu extrahieren. Aus dem fertigen Objekt wird somit wieder ein Bauplan erstellt,³⁰ der als Grundlage für Nachahmungen dient.
- **Diebstahl von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen:** Dies umfasst das weite Feld der Wirtschafts- und Industriespionage. Sie ist überall dort möglich, wo technisches bzw. naturwissenschaftliches Know-how offengelegt wird. Der Abfluss von Know-how gelingt durch physischen Diebstahl, Abschöpfung im Gespräch oder im Rahmen von nicht „wasserdichten“ Zertifizierungs- und Normierungsverfahren, Patentanmeldungen sowie klinischen Testreihen.

²³ Vgl. Aktion Plagiarius 2003, S. 1.

²⁴ Vgl. Bode, Katrin, Public Relations der Fa. Koziol GmbH, Interview am 04.06.2003, Erbach.

²⁵ Vgl. Wölfel, Helmut, *Rechtsfolgen von Markenverletzungen und Maßnahmen zur Bekämpfung der Markenpiraterie*, Bonn, 1990, S. 7.

²⁶ Beispielsweise wurden in England adidas-Kettchen und –Anhänger hergestellt, die Adidas selbst noch nie produziert hatte (vgl. Klaus Wittmann, „Dreiste Fälscher“, in: *Die Zeit*, 12.11.1998, S. 44).

²⁷ Vgl. Orgalime 2001, S. 10.

²⁸ Vgl Stephan Engels, „Bekämpfung der Markenpiraterie aus Sicht eines Industriekonzerns“, Vortrag im Rahmen des Seminars „Effiziente Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie, marcus evans, Köln, 10.10.2003, S. 7.

²⁹ Vgl. Doris Möller 2004, S. 2.

³⁰ Vgl. Wikipedia. Die freie Enzyklopädie, „Reverse Engineering“, 27.10.2005, Zugriff 19.11.2005, S. 1, (http://de.wikipedia.org/wiki/Reverse_Engineering).

Diese oben genannten Schutzrechtsverletzungen gehen häufig mit anderen „sekundären“ Straftatbeständen wie Steuerhinterziehung, Betrug oder Urkundendelikten einher.

Bei der Einfuhr von Piraterieware kann der Tatbestand der Steuerhinterziehung erfüllt sein, wenn die einzuführende Ware nicht ordnungsgemäß angemeldet,³¹ d.h. über die Grenze geschmuggelt wird. Ferner können Betrugsdelikte zu Lasten eines Kunden in Tateinheit mit Verletzungen geistiger Eigentumsrechte einhergehen. Denn derjenige, der gefälschte Waren vertreibt, will sich regelmäßig einen rechtswidrigen Vermögensvorteil verschaffen, da der Händler vom Schutzrechtsinhaber nicht zum Verkauf legitimiert ist. Der Betrug besteht in der Täuschungshandlung, dass es sich um Originalwaren handelt.³²

Des Weiteren können auch Urkundendelikte im Zusammenhang mit Konstellationen der Produkt- und Markenpiraterie relevant werden. Neben gefälschten Ausfuhrpapieren (z.B. Ursprungzeugnissen) und Prüfbescheinigungen werden immer häufiger auch Elemente der Sicherheitstechnik wie Hologramme, Sicherheitsetiketten und –fäden sowie DNS-Kennzeichnungen, die Originalhersteller zur Kennzeichnung ihrer Produkte verwenden, manipuliert oder imitiert. Da diese Sicherheitsmaßnahmen häufig den Begriff der Urkunde erfüllen,³³ ist auch eine Kopie jener Sicherheitsmerkmale eine Urkundenfälschung.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass die Reproduktion oder Imitation eines Erzeugnisses nur dann illegal ist, wenn bestehende Schutzrechte verletzt werden. Bestehen sie nicht, so ist selbst ein „sklavischer Nachbau“ eines Erzeugnisses legal,³⁴ wenn es nicht durch ein entsprechendes Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb geschützt ist. Hat der Originalhersteller jedoch Schutzrechte wie beispielsweise Markennamen, Geschmacksmuster oder Patent angemeldet, stehen dem Eigentümer nach Erteilung dieser Rechte in vielen Ländern Abwehrmaßnahmen gegen Fälschungen und Plagiate, etc. zur Verfügung.

Verletzungen geistiger Eigentumsrechte sind vielschichtig und zählen zu den drei häufigsten Arten der Wirtschaftskriminalität: Laut einer Umfrage von Price Waterhouse Coopers (PWC)³⁵ gaben 8% der 150 repräsentativ befragten deutschen Unternehmen an, dass sie von Produktpiraterie betroffen seien. Nach Veruntreuung von Vermögen und Cybercrime³⁶ nimmt laut dieser Studie Produktpiraterie die dritte Stelle in der Statistik der Wirtschaftskriminalität ein, d.h. Produktpiraterie wird als gewichtigeres Problem eingeschätzt und erfahren als Korruption und Falschbilanzierung (jeweils 6%).³⁷

Eine Umfrage der Unternehmensberatung A.T. Kearney aus dem Jahre 2004 kommt ebenso zum Schluss, dass unter den Unternehmensrisiken der Diebstahl geistigen Eigentums an Brisanz zugenommen und als „emerging risk“ bereits 28% der befragten 238 Unternehmen betroffen hätte. Im Vergleich zum Vorjahr (2003) sei dieses Risiko um 11% angestiegen.³⁸

Die Folgen von Produkt- und Markenpiraterie äußern sich vielschichtig und werden in ihren Konsequenzen häufig unterschätzt. Laut Hochrechnungen des *Counterfeiting Intelligence Bureaus* (CIB) der *Internationalen Handelskammer* (ICC) in London sowie des Ausschusses für Außenwirtschaftsbeziehungen des Europäischen Parlaments verursachte bereits im Jahre 1985 Produkt- und Markenpiraterie weltweit bei den betroffenen Unternehmen einen Schaden von ca. 500 Mrd. US\$. Doch das Ausmaß wächst stetig. Während sich der Welthandel zwischen 1990 und 1998 verdoppelte, vervierfachte sich der Handel mit Plagiaten und Fälschungen in diesem Zeitraum nach einer

³¹ Vgl. Möller 2004, S. 13.

³² Vgl. Möller 2004, S. 13.

³³ „Sie stellen einen mit der Ware fest verbundene und allgemein oder für Eingeweihte verständliche, menschliche Gedankenerklärung dar, die geeignet und bestimmt ist, im Rechtsverkehr Beweis zu erbringen und ihre Aussteller (Rechtsinhaber) erkennen lässt.“ Möller 2004, S. 14.

³⁴ Vgl. Orgalime 2001, S. 11.

³⁵ Vgl. PWC-Umfrage *Wirtschaftskriminalität 2003*, zitiert nach „Wirtschaftskriminalität: Fast 40 Prozent der deutschen Unternehmen sind betroffen“, 27.08.2003, Zugriff 19.04.2004, S. 1, (www.pwcglobal.com).

³⁶ Unter „Cybercrime“ versteht man kriminelle Handlungen mittels Nutzung moderner Informationstechnologien.

³⁷ Vgl. „Wirtschaftskriminalität: Fast 40 Prozent der deutschen Unternehmen sind betroffen“ 27.08.2003, S. 1.

³⁸ Vgl. Nico Söllner, „Assessment of Excellence in Procurement 2004. From Procurement to Value Chain Management“, Vortrag im Arbeitskreis Einkauf, Materialwirtschaft und Logistik, IHK Rhein-Neckar, Mannheim, 15.02.2005.

Schätzung der OECD.³⁹ Die deutschen Zollbehörden beschlagnahmten im Jahre 1999 Waren mit einem Gesamtwert von rund 21,3 Mio. Euro, im Jahr 2004 belief sich diese Zahl auf 145,1 Mio. Euro.⁴⁰ Die in Deutschland und im EU-Raum durch IHKs und Fachverbände durchgeführten Unternehmensbefragungen belegen ebenso die lawinenartige Zunahme kopierter Produkte.⁴¹

Aus Übersichten des CIB gehen folgende Schätzungen hinsichtlich des weltweiten Umsatzes hervor: 5% der Uhren, 7% der Parfums, 10% der Flugzeugersatzteile, 12% der Spielwaren, 33% der Musik-CDs und Audiokassetten, 50% der Video-Kassetten und 40% der Software sollen bereits auf illegale Nachahmungen entfallen.⁴² Ferner geht Jean-Rene Fourtou, Vorsitzender der ICC, davon aus, dass derzeit 10% der Kfz-Ersatzteile, die in Europa verkauft werden, gefälscht sind.⁴³ Eine weitere Quelle ergänzt die geschätzten illegalen Umsätze, die in einzelnen Segmenten erzielt werden, mit Zahlen:

Abbildung 1: Weltweiter Umsatz gefälschter Waren nach Produktgruppen

Branche / Produktgruppe	Weltweiter Umsatz	Anteil vom weltweiten Umsatz
Videokassetten	Keine Angabe	50%
Software	27 Mrd. US\$	43%
Tonträger	10 Mrd. US\$	33%
Textilprodukte	84 Mrd. US\$	10%
Flugzeugersatzteile	30 Mrd. US\$	10%
Autoersatzteile	120 Mrd. US\$	8-10%
Arzneimittel	337 Mrd. US\$	7%

Zusammen gestellt aus Robert Eck, „Anti-Counterfeiting Strategien mittelständischer Unternehmen“, Vortrag im Rahmen des Seminars „China – Essential Tools Nr. 7“, IHK Pfalz, Ludwigshafen 21.10.2004.

Zählt man lediglich die oben aufgeführten Branchen bzw. Produktgruppen zusammen, so erhält man einen Gesamtumsatz von rund 0,61 Billionen US\$. Es ist somit ersichtlich, dass es sich hierbei um ein Wirtschaftsverbrechen handelt, das weltweit erheblichen volkswirtschaftlichen Schaden anrichtet und den Rechtsverletzern ernorm hohe Profite beschert.

Es sind nicht mehr allein die „klassischen Branchen“, wie die Textil- oder Uhrenindustrie, die durch gefälschte Produkte geschädigt werden, sondern auch die Elektro-, Pharma- und Automobilindustrie. Doris Möller vom *Aktionskreis gegen Produkt- und Markenpiraterie e.V.* (APM) schätzt, dass weltweit derzeit bereits knapp 50% der Fälschungen auf technische Produkte und Pharmazeutika entfielen und nur noch rund 29% auf Textilien sowie 16% auf Konsumgüter. Der Rest betreffe Urheberrechtsverletzungen wie Raubkopien von Software oder Musik- bzw. Videodatenträgern.⁴⁴ Die *Vereinigung zur Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie* (VBP) (München) geht davon aus, dass selbst in Deutschland bereits jedes zwölftes handelbare Produkt eine Fälschung ist.⁴⁵

Neben diesen direkten Umsatzrückgängen bzw. Marktanteilverlusten entsteht großer Schaden durch „indirekte“, d.h. sekundäre Verluste. Dies ist der Fall, wenn das mit hohen Kosten hergestellte Image einer Marke nachhaltig durch qualitativ minderwertige vermeintliche Originalprodukte geschädigt wird. Diese „Goodwill-Verluste“ können Unternehmen bis an den Rand der Insolvenz führen. Besonders bedenklich wird es für Hersteller sicherheitskritischer Produkte wie Fahrzeugbremsen, Flugzeugersatzteile, elektronische Bauelemente oder Arzneimittel, wenn Imitate davon in Umlauf gebracht werden. Das Originale produzierende Unternehmen kann in unberechtigte,

³⁹ Konrad Handschuch/Krisztina Koenen, „Produktfälschung. Weit verbreitet“, in: *Wirtschaftswoche*, 29.5.2003, S. 66.

⁴⁰ Vgl. Bundesministerium für Finanzen 2005, S. 31.

⁴¹ Vgl. Müller/Wabnitz/Janovsky 1997, S. 234.

⁴² Vgl. Möller 2004, S. 3.

⁴³ Vgl. „New global business initiative to fight counterfeiting and piracy“, 2002, S. 1.

⁴⁴ Vgl. „Mehr Branchen von Markenpiraterie betroffen“, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 01.10.1998, S. 20.

⁴⁵ Zitiert nach Berit Gräber, „Einfuhr von Plagiaten. Ein bisschen was geht immer noch“, in: *Spiegel Online*, 08.07.2005, Zugriff 10.08.2005, S. 2, (www.spiegel.de/reise/aktuell/0,1518,364318,00.html).

schwerwiegende Produkthaftungs- und Schadensersatzklagen verwickelt werden, deren Abwehr nur dann gelingt, wenn zuvor ausreichend präventive Maßnahmen getroffen wurden.⁴⁶

Doch nicht nur Konsumenten und Unternehmen leiden unter den Folgen von Produkt- und Markenpiraterie. Durch *Counterfeiting*⁴⁷ entstehen auch beträchtliche makroökonomische Schäden wie Steuerausfälle und Arbeitsplatzverluste. Der *Deutsche Industrie- und Handelskammertag* (DIHK) sowie der *Bundesverband der Deutschen Industrie* (BDI) schätzen, dass ohne Produkt- und Markenpiraterie zwischen 70.000 und 80.000 mehr Menschen in Deutschland beschäftigt werden könnten.⁴⁸ Die Europäische Kommission geht davon aus, dass innerhalb der EU (vor der Osterweiterung) durch Counterfeiting jährlich rund 100.000 Arbeitsplätze verloren gehen.⁴⁹ Das CIB mit Sitz in London schätzt den diesbezüglichen Verlust US-amerikanischer Arbeitsplätze auf 120.000 pro Jahr.⁵⁰

Dieser Arbeitsplatzverlust muss durch staatliche Sozialleistungen kompensiert werden. Außerdem entgehen dem Gemeinwesen in beträchtlichem Umfang Steuer- und Zolleinnahmen, da Plagiate in vielen Fällen im Verborgenen produziert, importiert und vertrieben werden. Die Steuerbehörden Großbritanniens gehen von einem jährlichen Verlust an Umsatz- und Einfuhrumsatzsteuer in Höhe von rund 2,4 Mrd. US\$ aus.⁵¹ Aus einer aus dem Jahre 2000 stammenden Studie des Centre for Economics and Business Research geht hervor, dass allein durch Produktpiraterie in den Branchen Textilien, Kosmetika, Spielwaren, Sportausrüstung und Pharmazeutika die Europäische Union ein um rund 8 Mrd. Euro verringertes Bruttoinlandsprodukt zu tragen habe.⁵²

Counterfeiting bedroht direkt auch Menschenleben: Gefälschte Pharmazeutika, Nahrungsmittel, Spielwaren und Babyartikel (gefährliche Inhaltsstoffe oder leicht entflammbar), Kfz-Ersatzteile, Aufzüge oder Teile davon und nicht zertifizierte Flugzeugersatzteile stellen eine große Gefahr dar.

Mehrere hunderttausend Menschen sterben in den Entwicklungsländern jedes Jahr an gefälschten oder gepanschten Medikamenten. Nach Schätzungen des *Internationalen Verbandes der Arzneimittelhersteller* (IFPMA) sind rund 7% aller weltweit gehandelten Medikamente und pharmazeutischen Mittel Fälschungen.⁵³ Die Weltgesundheitsorganisation geht sogar von einem diesbezüglichen Anteil von 10% aus.⁵⁴

Zu weiteren spektakulären Fällen, in denen Produktpiraterie Menschenleben forderte, zählen Abstürze von Hubschraubern der Marke Bell und Sikorsky⁵⁵ sowie der Tod des Formel-1-Piloten Ayrton Senna. Ferner verunfallte 1989 ein Flugzeug der norwegischen Partnair, da dessen Heckleitwerk (Seitenruder) mit gefälschten Bolzen zusammengesetzt war. Auch der Absturz der American Airlines Maschine im November 2001 auf Brooklyn geht laut Einschätzung des CIB auf „Bogus-Parts“ zurück.⁵⁶

⁴⁶ Zu diesen präventiven Maßnahmen zählen hier insbesondere technische Abwehrmaßnahmen wie chemische Fingerabdrücke und spezielle Produktkennzeichnungen sowie eine genaue Produktionsdokumentation, um vor Gericht belegen zu können, dass das schadenverursachende Produkt nicht aus dem Hause des Beklagten stammt.

⁴⁷ Der Ausdruck *Counterfeiting* bedeutet schlicht Fälschung und wird im englischsprachigen Raum synonym für den in Deutschland gängigen Begriff Produkt- und Markenpiraterie verwendet.

⁴⁸ Vgl. Fischer/Eck/Richter 2002, S. 80.

⁴⁹ Vgl. Commission of the European Communities, *Green Paper. Combating Counterfeiting and Piracy in the Single Market*, Brussels 1998, S. 4.

⁵⁰ Vgl. Paul R. Paradise, *Trademark Counterfeiting, Product Piracy, and the Billion Dollar Threat to the U.S. Economy*, Westport/Connecticut, London 1999, S. 21.

⁵¹ Vgl. Union des Fabricants 2003, S. 4.

⁵² Vgl. „Counterfeiting. Imitating is theft“ 15.03.2005, S. 3.

⁵³ Vgl. Herbermann, Jan D., „Immer mehr Medikamente werden gefälscht“, in: *Handelsblatt*, 28.05.2002, S. 8.

⁵⁴ Vgl. „New global business initiative to fight counterfeiting and piracy“, 2002, S. 1.

⁵⁵ Vgl. Stefan Fischer, „Unter falscher Flagge“, in: *Automobil-Industrie: Management, Entwicklung, Konstruktion, Fertigung*, Heft 7/8 2001, S. 18.

⁵⁶ Unter „Bogus-Parts“ versteht man Flugzeugersatzteile, die keine gültige Zertifizierung besitzen. Also Fälschungen und Plagiate bzw. Produkte, deren zulässige Nutzungsdauer überschritten wurde oder Ersatzteile aus abgestürzten Flugzeugen oder Hubschraubern.

⁵⁷ Vgl. „Counterfeiting. Imitating is theft“ 15.03.2003, S. 3, (www.economist.com/PrinterFriendly.cfm?Story_ID=1780818).

Die unerlaubte Aneignung, Nutzung, Vervielfältigung und Verbreitung innovativer und kreativer Werke zeitigen auch schöpfungshemmende Effekte. Denn Urheber in der Rolle als Entwickler, Produzenten und Anbieter haben bei der Hervorbringung solcher Werke Zeit, Mühe und vor allem eigene Ideen eingebracht. Ökonomisch betrachtet bedeutet dies, dass ihnen Kosten entstanden sind.⁵⁸ Wird geistiges Eigentum nun aufgrund unwirksamer oder fehlender Schutzmechanismen missbraucht, sind Urheber und Eigentümer unter Umständen nicht mehr in der Lage, Nutzen aus ihren Investitionen zu erzielen.⁵⁹ Somit müssen die Entwicklungskosten vollständig abgeschrieben werden. Folglich bremsen Fälscher und Plagiatoren die Innovations- und Investitionsbereitschaft, da sie sich fremde Entwicklungen zunutze machen, ohne einen eigenen kreativen oder finanziellen Beitrag zu leisten. Sie bringen die Inhaber gewerblicher Schutzrechte um den verdienten Erfolg ihrer Entwicklungsleistung⁶⁰ und hemmen deren Motivation für die Entwicklung weiterer Neuerungen.

Mangelhafter Schutz geistiger Eigentumsrechte kann Volkswirtschaften neben Steuer- und Zollmindereinnahmen, Arbeitsplatzverlusten und erhöhten Sozialausgaben der öffentlichen Hand weiteren potentiellen Schaden zufügen. Einige Unternehmen erwägen einen Markteintritt in Länder ohne effektiven Schutz geistiger Eigentumsrechte nicht, da sie zu Recht befürchten, um ihre komparativen Vorteile in Form von Urheberrechten aber vor allen Dingen Patenten, Gebrauchs- und Geschmacksmuster gebracht zu werden. Dies hat einerseits eine entwicklungshemmende Wirkung für das betroffene Land, andererseits auch für das Unternehmen, da potentielle Gewinne durch die Erschließung fremder Märkte und Vorteile durch internationale Arbeitsteilung nicht realisiert werden.

Ein fehlendes Unrechtsbewusstsein der Konsumenten sowie Mängel in der Durchsetzung geistiger Eigentumsrechte – und das nicht nur in Entwicklungs- oder Schwellenländern - stellen nach wie vor große Hindernisse zur effektiven Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie dar. „Eine falsche Rolex zu tragen, schadet nicht, solange der Käufer weiß, dass die Uhr gefälscht ist“ – so Louise Sylvian, die Leiterin einer australischen Verbraucherschutzorganisation.⁶¹ Sogar ein deutscher Richter behauptete sinngemäß, dass Fälschungen und Imitate nur den sowieso reichen Unternehmen schaden würden. Für die Konsumenten sei dies jedoch ein Segen, könnten sie doch günstiger an häufig qualitativ vergleichbare Ware kommen. Die Produktion von Fälschungen und Plagiaten sei lediglich ein Kavaliersdelikt, der „positive“ Umverteilungsmechanismen in Gang setzen könnte.⁶² Dies ist ein Irrglaube. Wie oben skizziert, ist Produkt- und Markenpiraterie keineswegs ein Kavaliersdelikt, sondern ein schwerwiegendes Vergehen, dass immer gefährlichere Ausmaße annimmt und in das verstärkt kriminelle Banden involviert sind. „This illegal activity is spiralling out of control. It's a major threat. It's like a cancer. (...) Piracy and counterfeiting now affect all of us and all of our companies“ – so Fourtou während eines Treffens im Rahmen der *Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy* (BASCAP).⁶³

Ein weiterer Indikator für die Brisanz des Problems sind die umfangreichen Mittel, die Markenhersteller für die gezielte Bekämpfung von Counterfeiting einsetzen. Die weltweit 500 größten Unternehmen geben jährlich im Durchschnitt zwei bis vier Millionen US\$ für die Bekämpfung von Fälschungen aus. Dies umfasst die Gründung von Sonderabteilungen, Sicherheitskennzeichnungen, Rechtsbeistand, die Zusammenarbeit mit Detektiven und die Prozesskosten vor Gericht.⁶⁴

⁵⁸ Vgl. Jan Hachenberger, *Intelletuelles Eigentum im Zeitalter von Digitalisierung und Internet*, Wiesbaden 2003, S. 1.

⁵⁹ Vgl. Hachenberger 2003, S. 1.

⁶⁰ Vgl. Aktionskreis Deutsche Wirtschaft gegen Produkt und Markenpiraterie e.V. (APM) (Hrsg.), Infobroschüre *Produkt- und Markenpiraterie in Zahlen*, Bonn 2001, S. 2.

⁶¹ Vgl. Handschuch/Koenen 2003, S. 69.

⁶² Vgl. Behrens, Till, „Die Ausbeutung von Innovationen“, Vortrag im Rahmen des Plagiarius-Workshops, 28.03.2003, Berlin.

⁶³ Vgl. Jean-Rene Fourtou, „Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy“, 26.11.2002, Zugriff 11.01.2005, S. 1, (www.iccwbo.org/home/news_archives/2004/bascap_speech.asp)

⁶⁴ Vgl. Handschuch/Koenen 2003, S. 69.

2.3 Ursachen für Produkt- und Markenpiraterie

Die Antwort auf die Frage, weshalb gefälscht, imitiert und nachgeahmt wird, ist vergleichsweise einfach zu beantworten: Produkt- und Markenpiraten werden in erster Linie von Profitgier geleitet. Da für den Käufer häufig nur der Preis zählt, für den er vermeintliche Originalware bekommt, haben in Zeiten des intensiven internationalen Warenaustausches bei sich ständig verbessernden technischen Reproduktionsmöglichkeiten Produktpiraten hervorragende Aussichten auf schnelle Gewinne. Die Kombination aus hohen Gewinnspannen und einem niedrigen *Sanktionsrisiko* (Wahrscheinlichkeit, rechtlich belangt zu werden) übt einen starken Anreiz aus, Counterfeiting zu betreiben.

Ferner sind weitere Faktoren zu nennen, die Counterfeiting-Aktivitäten fördern: Durch die Globalisierung der Märkte und der damit verbundenen Vervielfachung potentieller Wettbewerber sowie verkürzter Produktlebenszyklen sehen sich viele Unternehmen „gezwungen“, sich in unlauterer Weise am Know-how Dritter zu „bedienen“, um das Überleben des eigenen Unternehmens zu sichern.

2.3.1 Ursachen im Bereich der Hersteller

Hersteller von Counterfeits sparen durch „Reverse Engineering“ erhebliche Kosten im Bereich der Produktentwicklung und der Qualitätssicherung.⁶⁵ Produktpiraten unterziehen ihre Ware in den seltensten Fällen Sicherheitstests und umgehen Kosten für die Zulassung und Zertifizierung ihrer Produkte.⁶⁶ Ferner gehen sie häufig nur ein minimales Absatzrisiko ein, da sie ausschließlich erfolgreiche Produkte fälschen oder nachahmen, für die in vielen Fällen in Form einer gezielten Auftragsproduktion bereits vor der Herstellung Käufer gefunden wurden. Sie sparen sich außerdem die beträchtlichen Kosten für Werbung und Imageaufbau einer Marke bzw. eines Produktes, die zwangsläufig der Originalhersteller „übernimmt“. Sie umgehen Haftungsrisiken, da im Schadensfalle der Kunde sich an den Originalhersteller wendet und wälzen damit Kosten für den Kundendienst auf Dritte ab.⁶⁷ Ferner entfallen für die Fälscher im Gegensatz zu den Originalhersteller die Kosten für Lizizenzen und Tantiemen sowie für die Anmeldung und Durchsetzung von Schutz-rechten.⁶⁸

Die Hersteller von Pirateriewaren machen sich die Attraktivität eines fremden Produkts oder einer Marke zunutze und bedienen den Wunsch der Verbraucher, einen „ganz speziellen Artikel“ zu erwerben.⁶⁹ Mit der Fälschung von „großen Marken“ übernimmt der Markenpirat nicht nur das äußere Zeichen, sondern die in der Betriebswirtschaftslehre „Zusatznutzen“ genannten zusätzlichen Faktoren, die ihren eigentlichen Wert bestimmen: Es handelt sich dabei einerseits um die Vorstellung einer „gehobenen“ Qualität des Produktes andererseits um „Status- oder Snobeffekte“, die mit dem Besitz des Produkt assoziiert werden.

Der tatsächlich zu erzielende Gewinn hängt stark vom Einzelfall ab.⁷⁰ Eine einheitliche Aussage ist nicht möglich, jedoch die Feststellung, dass die Fälschung von Produkten mit hohen Entwicklungs- und Marketingkosten bei gleichzeitig niedrigen Produktionskosten tendenziell höhere Gewinne erlaubt als dies bei Waren der Fall ist, die einen hohen Produktionsaufwand erfordern. Beispiele für erstgenannte Produktgruppe sind CDs, VCDs oder Computer-Software.

⁶⁵ Vgl. Engels 2003, S. 7.

⁶⁶ Vgl. David J. Clark, „Product Counterfeiting in China and One American Company’s Response“, 04.04.2003, Zugriff 08.02.2005, S. 7, (www.ndu.edu/sdcfp/2003reports/Pfizer2003.doc)

⁶⁷ Vgl. Engels 2003, S. 7.

⁶⁸ Vgl. Möller 2004, S. 7.

⁶⁹ Vgl. Edwin Braun, *Produktpiraterie. Rechtsschutz durch Zivil-, Straf- und Verwaltungsrecht sowie ausgewählte Probleme der Rechtsdurchsetzung*, Köln Berlin, Bonn et al 1993, S. 21.

⁷⁰ Vgl. Braun 1993, S. 23.

2.3.2 Ursachen im Bereich der Händler

Nicht nur die Hersteller von Counterfeits profitieren vom Missbrauch geistiger Eigentumsrechte, sondern auch Groß- und Einzelhändler, die sich bewusst für die Vermarktung von Piraterieprodukten entscheiden. Auch letztere möchten von den im Vergleich zum Drittprodukt verbesserten Absatz- und Gewinnchancen profitieren. Denn Pirateriewaren lassen sich in der Regel besser und zu einem höheren Preis absetzen als sogenannte „No-Name-Produkte“.⁷¹ Da der Einkaufspreis von Counterfeits in der Regel nur unwesentlich höher liegt als der von „No-Name-Produkten“, der Händler aber bei gut gemachten Fälschungen diese zum Originalpreis oder nur leicht darunter verkaufen kann, ist es ihm möglich, „astronomische“ Gewinnspannen erzielen.

Hinzu kommt, dass aufgrund selektiver Vertriebsstrategien nicht jeder Händler von Herstellern exklusiver Produkte beliefert wird. Dafür sind häufig die Anforderungen wie das Vorhalten einer bestimmte Verkaufsraumgröße und –gestaltung sowie Mindestabsatzmengen an den Händler zu hoch. Darüber hinaus fehlt vielen Einzelhändlern der Zugang zu einem ausreichend kaufkräftigen Kundenstamm.⁷²

Ebay und andere Internetauktionsplattformen haben die Händlerszene von Piraterieware in jüngster Vergangenheit grundlegend verändert. Waren es früher ausschließlich gewerbliche Händler oder Straßenverkäufer, die gefälschte Produkte in Umlauf brachten, so sind es heute zunehmend Privatpersonen, die bewusst Fälschungen zu einem niedrigen Preis erwerben und diese dann in Form eines Kleinstgewerbes versteigern. Vermeintliche „Schnäppchen“ stellen sich immer häufiger als Produktfälschungen heraus. Tobias Wann geht davon aus, dass wöchentlich weltweit 50 neue Internet-Plattformen online gehen, die (fast) ausschließlich Produktfälschungen vertreiben und damit sogar offen werben.⁷³

2.3.3 Ursachen im Bereich der Konsumenten

Eine steigende Nachfrage nach gezielt schutzrechtsverletzenden Produkten trägt zur Verschärfung der Problematik bei. Eine echte Beteiligung der Konsumenten bleibt jedoch auf die Fälle beschränkt, in denen wissentlich ein Plagiat erworben wird.⁷⁴ Vor allen Dingen dann, wenn der Anteil des „Prestigenutzens“ am Produkt hoch ist, kaufen Verbraucher eher bewusst Fälschungen und Imitate, da sie auf diesem Wege preiswert den ästhetischen Genuss einer beliebten Ware vermittelt bekommen bzw. sich ein Statussymbol leisten können, das sonst für sie häufig unerschwinglich bleibt. Man spricht in diesem Zusammenhang auch von einem „Vertrieb im Konsens“.⁷⁵ Ein weitgehend fehlendes Unrechtsbewusstsein⁷⁶ unter den Konsumenten erleichtert den Vertrieb von schutzrechtsverletzenden Waren. Die Nachfrage nach solchen Produkten ist ungebrochen hoch und die Einschätzung, es handele sich bei der Produkt- und Markenpiraterie um ein „Kavaliersdelikt“ wird durch den Umstand gefördert, dass der Erwerb und der Besitz von Falsifikaten zum privaten Gebrauch in vielen Ländern sanktionsfrei ist,⁷⁷ bzw. erst bei Überschreiten gewisser Warenmengen eine Strafverfolgung initiiert wird.

In jüngster Zeit kommt es verstärkt vor, dass Konsumenten Originalware in legalen Geschäften erwerben, dann über Internetauktionsplattformen die entsprechende Produktfälschung erstehen und diese im Fachgeschäft mit Kassenbeleg umtauschen. Auch auf diesem Wege können Fälschungen in den legalen Handel gelangen.⁷⁸

⁷¹ Vgl. Braun 1993, S. 23.

⁷² Vgl. Braun 1993, S. 23.

⁷³ Vgl. Tobias Wann, VeriSign Deutschland GmbH, mündliche Mitteilung, 09.10.2003, Köln.

⁷⁴ Vgl. Göril Susanne Olsen, *Markenpiraterie. Erscheinungsformen, Bedeutung und Gegenmaßnahmen*, Diplomarbeit Universität Mannheim, 2003, S. 27.

⁷⁵ Vgl. Braun 1993, S. 29.

⁷⁶ Vgl. Olsen 2003, S. 28.

⁷⁷ Vgl. Braun 1993, S. 24.

⁷⁸ Vgl. NN, mündliche Mitteilung eines leitenden Mitarbeiters eines deutschen Chemiekonzerns am 13.06.2005.

2.3.4 Weitere Counterfeiting begünstigende Faktoren

Neben Counterfeiting begünstigenden Faktoren, die die Schutzrechtsinhaber selbst zu verantworten haben, wie leichtfertige Lizenzvergaben bzw. Transfer von Technologie- oder Know-how ins Ausland, überhöhte Preisgestaltung oder künstliche Knapphaltung von Markenprodukten beim Konsumenten,⁷⁹ hat die Internationalisierung der Weltwirtschaft in den letzten zwei Dekaden einen günstigen Nährboden für Produkt- und Markenpiraterie geschaffen.

Viele Faktoren, die den internationalen Handel in einem weltweiten Markt erst ermöglichten, erleichtern die Arbeit der Fälscher: Dazu zählt vor allen Dingen der technologische Fortschritt, der sich in modernen Transportmitteln und –wegen, in fortschrittlichen Kommunikations- und Informationstechnologien sowie verbesserten Produktions- und Reproduktionstechniken widerspiegelt.⁸⁰ Ferner hat der Zusammenbruch der mittel- und osteuropäischen sozialistischen Systeme zu einer Neuorientierung der dortigen Volkswirtschaften und zu erheblich ansteigenden Warenströmen geführt. Diese Intensivierung des Warenaustausches erleichtert Counterfeiting-Aktivitäten. Dies ist auch dem Umstand zu verdanken, dass einige dieser Länder in den EG-Binnemarkt integriert wurden und damit die Zollkontrollen an der ehemaligen Ostgrenze der EU entfallen sind.

Eine unzureichende Strafverfolgung bzw. nicht abschreckende Strafen sind weitere Faktoren, die Counterfeiting begünstigen. Viele Regierungen haben die Schwere der Problematik noch nicht erkannt. Diebstahl von dinglichen Gegenständen oder Gewalt gegen Personen wird in der Regel weltweit deutlich höher bestraft als der Raub von geistigem Eigentum.⁸¹ In vielen Entwicklungsländern bestehen keine Gesetze zum Schutz geistiger Eigentumsrechte oder - falls vorhanden - werden diese nicht stringent angewendet. Dies hat häufig ökonomische Hintergründe: Produktpiraterie ist für diese Länder eine willkommene Einnahmequelle von Devisen und Steuereinnahmen und schafft neue Arbeitsplätze.⁸² Jedoch auch Industrienationen wie Italien oder Belgien sind für unzureichende IP-Rechtsdurchsetzung bekannt.⁸³

Besonders sticht heute die VR China hervor: War China vor der Öffnungspolitik unter Deng Xiaoping ein weltwirtschaftlich isolierter Staat, dem industrielle Produkt- und Markenpiraterie fremd war und lediglich einzelne Nachahmungen künstlerischer Erzeugnisse im Umlauf waren, so zählt das Reich der Mitte heute zu den Ländern mit den umfangreichsten und schwerwiegendsten Verstößen gegen Rechte des geistigen Eigentums in großindustriellem Maßstab. Die französische *Union des Fabricants* (UDF) geht davon aus, dass die VR China der weltweit größte Produzent von Pirateriewaren sei.⁸⁴ Dies wird im dritten Kapitel näher analysiert.

2.4 Die Arbeitsweise der Täter

Im Folgenden wird für das Verständnis über die Arbeitsweise der Täter kurz skizziert, auf welche Weise Produktpirateriewaren hergestellt, importiert und vertrieben werden. Ferner wird gezeigt, dass die Grenzen zwischen zwielichtigen Geschäftsmachern und dem regulären Handel häufig fließend sind: Im Bereich der Produktpiraterie sind Hersteller, Importeure, Exporteure, Großhändler und Einzelhändler tätig, die häufig nicht ausschließlich legale oder illegale Produkte herstellen oder damit handeln. So mahnte beispielsweise der APM 1998 eine ganze Reihe bislang unbescholtener

⁷⁹ Vgl. Olsen 2003, S. 28.

⁸⁰ Vgl. Paradise 1999, S. 23.

⁸¹ Union des Fabricants 2003, S. 22.

⁸² Vgl. Harjit Sandhu, "Product Counterfeiting and Interpol", in: *International Criminal Police Review*, Number 476-477/1999, S. 98.

⁸³ Vgl. Birgit Medeke, mündliche Mitteilung, 11.01.2005.

⁸⁴ Vgl. Union des Fabricants 2003, S. 22.

deutscher Hersteller von Autofußmatten ab, die diese illegal mit diversen Markenemblemen aufwerteten.⁸⁵

Das Täterspektrum ist breit und umfasst alle sozialen Schichten und Berufssparten – es reicht vom strafunmündigen Kind, das Computerspiele für seine Freunde illegal kopiert, bis hin zu Tätern, die innerhalb krimineller Vereinigungen gewerbsmäßig organisiert sind.⁸⁶

2.4.1 Die Herstellung von schutzrechtsverletzenden Produkten

Die Palette der Produzenten reicht vom großindustriellen Betrieb, der mit erheblichem Wareneinsatz und hohem technologischen Know-how Fälschungen herstellt bis zu Privatpersonen, die im Wohnzimmer, in Garage oder Keller mit geringem Aufwand Plagiate produzieren. In Abhängigkeit des Produktes und der gewünschten Qualität der Piraterieware wird unterschiedliches Know-how und technische Ausrüstung benötigt. Die Nachahmung von technischen Werkzeugen oder Kfz-Ersatzteilen erfordert neben einem vergleichsweise hohen Kapitaleinsatz spezielles ingenieurtechnisches Wissen und auch zur Herstellung von Textilfälschungen werden nicht selten computergesteuerte Sechskopfstickmaschinen verwendet.⁸⁷ Dagegen kann der Nachdruck von Büchern durch den Einsatz eines Fotokopierers auf einfachem Wege erfolgen. Ähnlich einfach verhält es sich mit der Kopie von Software.

In manchen Fällen ist die gewerbliche Herstellung von Piraterieprodukten die einzige Tätigkeit der Produzenten. In anderen Fällen werden lediglich bei nicht ausgelasteten Produktionskapazitäten Piraterieaufträge bedient, die von Dritten vergeben werden. Ein vergleichsweise gängiges Vergehen ist das Überschreiten von vertraglich festgelegten Herstellungskontingenten von Lizenznehmern. Die Mehrproduktion, die manchmal sogar ohne Wissen der Unternehmensleitung am Wochenende, an Feiertagen oder nachts stattfindet, wird dann auf eigene Rechnung vertrieben. Problematisch ist hierbei auch die Veräußerung von Ausschussteilen, die der Reputation einer Marke empfindlichen Schaden zufügen kann.

Ähnlich ist auch folgende Vorgehensweise gelagert, die besonders im Kfz-Zuliefergewerbe zu beobachten ist: Aufgrund der von den Endprodukttherstellern (z.B. Ford, VW, BMW) erzwungenen niedrigen Gewinnmargen für ihre Zulieferer von Erstausrüstungen, produzieren diese weit mehr, also über die vereinbarte Menge hinaus,⁸⁸ und versuchen diese Teile auf dem Schwarzmarkt zu vertrieben oder an andere Hersteller zu verkaufen.

Die Produzenten von Piraterieprodukten machen sich vielfach die Tatsache zunutze, dass kleine und mittelständische Unternehmen ihre Marken, Patente, Gebrauchs- und Geschmacksmuster aus Kostengründen nur in wenigen Ländern schützen lassen. Somit kann das Produkt in vielen Ländern produziert werden, ohne dass dies eine Rechtsverletzung darstellt.

Die Beschaffung der notwendigen Originale ist in den meisten Fällen sehr einfach, da sie auf dem freien Markt erworben werden können. Das Entwenden von Produktneuheiten auf Messen oder das heimliche Fotografieren und Ausspionieren sind weitere Methoden, um das Original zu fassen zu bekommen. Gelegentlich wird aber auch nicht von bewaffneten Raubüberfällen zurückgeschreckt.⁸⁹

2.4.2 Der Import von Piraterieware

Piraterieprodukte werden nicht nur für den Inlandsmarkt produziert, sondern vermehrt auf dem Weltmarkt abgesetzt. Dabei erfolgt der Import der Ware auf vielfältige Weise. Ähnlich wie bei der

⁸⁵ Vgl. Möller 2004, S. 6.

⁸⁶ Vgl. Braun 1993, S. 29.

⁸⁷ Vgl. Braun 1993, S. 24.

⁸⁸ Vgl. Catrin Bialek, „Unternehmen wehren sich gegen Produktfälschungen“, in: *Handelsblatt*, 17.07.1999, S. 7.

⁸⁹ Vgl. Braun 1993, S. 25.

Herstellung der rechtsverletzenden Ware sind einzelne Privatpersonen oder ganze Netzwerke daran beteiligt.

Folgende Methoden werden genutzt, um eine Strafverfolgung zu vereiteln: Bei einer Auslandsreise werden Fälschungen per Post unter Angabe eines falschen Absenders versendet. Ferner werden Kuriere eingesetzt, die kleinere Mengen einführen und sich als Touristen „verkleiden“.⁹⁰ Des Weiteren werden Großladungen falsch deklariert, um einer Grenzbeschlagnahme durch die Zollbehörden⁹¹ zu entgehen. Dies kann geschehen, indem ein falsches, „unauffälliges“ Herkunftsland angegeben wird oder in den Handelspapieren eine weniger für Piraterieprodukte bekannte Zolltarifnummer ausgewiesen wird. Häufig werden Fälschungen auch in Originalsendungen versteckt. Eine weitere Abwehrmaßnahme zur Strafvereitelung ist der Import von sogenannten „Blanks“, d.h. Plagiate, auf die erst kurz vor dem Vertrieb im Zielland das Markenemblem aufgebracht wird. Gerade im Textilbereich werden beispielsweise T-Shirts und die entsprechenden Markenlogos häufig separat eingeführt. Erst kurz vor dem Verkauf werden diese aufgenäht. Dieses Verfahren vermeidet, dass größere Warenbestände mit den entsprechenden Markenverletzungen bei den Tätern sichergestellt werden können. So bleibt der Nachschub für die Täter gesichert – selbst beim Auffinden größerer Partien.⁹²

2.4.3 Der Vertrieb der Piraterieprodukte

Plagiate und Fälschungen werden nicht nur über dunkle Kanäle, zwielichtige Geschäftemacher und Flohmärkte, vor Schulen oder Großbetrieben von fliegenden Händlern, die durch Wohngebiete fahren und aus ihrem Auto heraus die rechtsverletzenden Waren verkaufen, vertrieben.⁹³ Fälschungen im Wert von mehreren Milliarden Euro gelangen auch über Internetauktionsplattformen und reguläre Vertriebswege zum Kunden.⁹⁴

So ähnelt das Vertriebsnetz der Produktpiraten weitgehend dem Absatzweg legaler Produkte. Der Weg zum Endabnehmer führt über Großhändler, Einzelhändler, Kaufhäuser, Supermärkte und Tankstellen.⁹⁵ Häufig werden die Produkte über gutgläubige Händler in seriöse Vertriebswege eingeschleust. Dies wird immer leichter, da durch den technologischen Fortschritt die Produktion nahezu perfekter Fälschungen möglich geworden ist. Häufig werden die Händler zunächst mit Originalen beliefert, um deren Vertrauen zu gewinnen. Erst wenn eine intensive Handelsbeziehung aufgebaut ist, erhält der Händler heimlich Piraterieware⁹⁶ - meist zu einem unveränderten Preis. Preisreduzierte Fälschungen werden dadurch gegenüber dem Händler gerechtfertigt, dass es sich um Reimporte handele und dass die internationale Preisdifferenzierung des Originalherstellers niedrigere Einkaufspreise ermögliche.

Nichtsdestotrotz wirtern auch seriöse Händler gerade in Zeiten von Absatzflauten und Konkurrenzgefahr durch den bewussten Verkauf von Piraterieprodukten lukrative Geschäfte:⁹⁷ Die Endpreise für vermeintliche Originalware können erheblich gesenkt werden, trotzdem bleibt eine ausreichend hohe Gewinnspanne für den Händler übrig.

Wie oben erwähnt, machen sich auch kriminelle Banden Counterfeiting als Mittel zur Gewinnerzielung zunutze.

⁹⁰ Vgl. Braun 1993, S. 26.

⁹¹ Anhand Warenart und Herkunftsland bestimmen die Zollbehörden im Rahmen eines Risikomanagements die Wahrscheinlichkeit, dass es sich um schutzrechtsverletzende Produkte handelt (vgl. Klaus Hoffmeister, Leiter der Zentralstelle Gewerblicher Rechtsschutz (ZGR), München, via Fernsprecher am 05.10.2004).

⁹² Vgl. Möller 2004, S. 6.

⁹³ Vgl. Möller 2004, S. 6.

⁹⁴ Vgl. Stefan Josef Fischer, Steffen Dörner, Sicherheit in der Logistik als Wettbewerbsfaktor, Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie in der Automobilindustrie, in: *Jahrbuch der Logistik 2003*, Düsseldorf 2003, S. 196.

⁹⁵ Vgl. Braun 1993, S. 27.

⁹⁶ Vgl. Braun 1993, S. 27.

⁹⁷ Vgl. Braun 1993, S. 28.

Wurde in diesem Kapitel das Phänomen Counterfeiting allgemein skizziert, wird im folgenden Kapitel die Situation in der VR China untersucht.

3. Verletzungen des gewerblichen Rechtsschutzes in China

Im folgenden Kapitel werden die Verletzungen (Art und Umfang) gewerblicher Schutzrechte in China analysiert. Welche Verletzungsarten sind wo und wie häufig anzutreffen? Welche Beispiele gibt es für besonders problematische sicherheitsrelevante Produktfälschungen und -imitationen? Sind Angaben über die durch Counterfeiting induzierten Verluste möglich? Inwieweit werden die Plagiate exportiert? Welche Rolle spielen dabei Wirtschafts- und Industriespionage? Und schließlich: Mit welchen perfiden „Fälschermethoden“ sehen sich Rechtsinhaber in China konfrontiert?

Anzumerken ist, dass es hinsichtlich der Ermittlung der exakten Größe des Phänomens Counterfeiting keine geprüfte spezielle wissenschaftliche Methode gibt. Denn Produktpiraten und Fälscher operieren außerhalb des Gesetzes und öffentlicher Untersuchung, d.h. ein gewisser Teil der Informationen ist schlichtweg nicht zugänglich.⁹⁸ Deshalb werden im Folgenden viele Einzelinformationen zusammengetragen, um ein realistisches Bild der aktuellen Lage in China zu zeichnen.

3.1 Entwicklung, Qualität und Quantität der IP-Verletzungen

Das *Counterfeiting Intelligence Bureau* (CIB) der *Internationalen Handelskammer* (ICC) schrieb bereits 1995: “It is perhaps not surprising, that counterfeiting should have exploded in China in the way it has over the past seventeen years. All the ingredients to fuel this time bomb were in place – a rich counterfeiting culture, a large skilled and semi-skilled workforce, a low cost economy, a complete ignorance of intellectual property rights, a lack of effective laws and enforcement and a long repressed commercialism that had gone to ground during the cultural revolution.”⁹⁹ Schon vor einer Dekade war das Ausmaß an Produktpiraterie in China also immens; dass es jemals die bedrohlichsten Ausmaße in der Weltwirtschaftsgeschichte annehmen würde, war nicht abzusehen.

Ein Indiz für die clevere Vorgehensweise chinesischer Produktpiraten ist die jährliche Preisverleihung des „Plagiarius“, eine Negativauszeichnung, bei der die raffinieritesten Imitate prämiert werden. Seit Jahren gehören chinesische Plagiate zu den „Gewinnern“. 2004 erhielten beispielsweise eine chinesische Nachahmung der Isolierkanne Alfi und ein Imitat des Radergummi-Sets von Faber-Castell diese unliebsame Auszeichnung.¹⁰⁰

Fast alle weltweiten Markenprodukte ausländischer und auch zunehmend chinesischer Unternehmen sind anfällig für chinesische Nachahmungen und Fälschungen: Elektrowerkzeuge, Lötgeräte,¹⁰¹ elektronische Produkte, Klimaanlagen, Druckerpatronen und Mobiltelefone,¹⁰² Batterien, Radarwarner, Aufzüge oder Teile davon, Parfums, Textilien und Markenbekleidung, Musikinstrumente wie Tubas¹⁰³ oder Zubehör wie Notenständer, Saiten und Saitenhalter, Instrumententaschen, Ständer für Keyborads, Trompeten, Metronome. Ebenso werden Armbanduhren, Kfz-Ersatzteile und Kfz-Ausrüstungen wie Felgen, Zylinderköpfe, Bremsbeläge und -scheiben, Kurbelwellen, Fußmatten, Windschutzscheiben, außerdem Nahrungs- und Genussmittel, Spielwaren und Babyar-

⁹⁸ Vgl. Daniel C. K. Chow, „Counterfeiting in the People’s Republic of China“, in: *Washington University Law Quarterly*, Vol. 78, No. 1, 2000, S. 12.

⁹⁹ Counterfeiting Intelligence Bureau (CIB), *Counterfeiting in China*, Barking 1995, S. 12.

¹⁰⁰ Vgl. Thomas Pattloch, „China Fälscher haben nach wie vor Hochkonjunktur“, 05.05.2004, CD-ROM der Bundesagentur für Außenwirtschaft, Köln, S. 1.

¹⁰¹ Vgl. Gala Conrad, „Deutsche Mittelständler in China“, in: *VDE Dialog*, März/April 2005, S. 8.

¹⁰² Vgl. Trainer, Timothy P., „The Fight Against Trademark Counterfeiting“, in: *The China Business Review* 2002, Zugriff 27.09.2003, S. 2, (www.chinabusinessreview.com/0211/trainer.html).

¹⁰³ Vgl. Markus Theinert, Hersteller von Tubas, mündliche Mitteilung, 24.09.2005.

tikel bis hin zu kompletten Straßenbahnen und Automobilen gefälscht. Des Weiteren wurden bereits große Mengen an nachgemachten Polizei- und Militäruniformen sichergestellt.¹⁰⁴

Doch nicht nur Verbrauchs- und Gebrauchsgüter sind Zielscheibe von Fälschern, sondern auch Güter des Investitionsindustrie: Maschinen und Anlagen. Außerdem werden jegliche Art von Bescheinigungen, Prüfkunden, Zertifizierungen, Inhaltsangaben und andere Urkunden gefälscht. Der einzige „Schutz“ vor Fälschungen und Imitaten bieten ausschließlich nicht erfolgreiche Produkte, sogenannte „Flops“ oder technische Fehlentwicklungen.

Betrachtet man die neuere Geschichte der chinesischen Fälscherindustrie, so habe sich diese laut Huang Guoxing, Professor an der chinesischen Volksuniversität, in vier aufeinanderfolgenden Phasen entwickelt.¹⁰⁵ Die erste Phase habe in den frühen 1980er Jahren in den östlichen Landesteilen der VR China begonnen. Hauptsächlich habe es sich um Patentverletzungen in geringerem Umfang oder um gefälschte Zigaretten¹⁰⁶ gehandelt. Aufgrund des geringen Ausmaßes und des untersättigten inländischen Marktes habe dies kaum Einfluss auf die chinesische Volkswirtschaft gehabt.¹⁰⁷

Die zweite Phase gegen Ende der 1980er Jahre sei davon gekennzeichnet gewesen, dass viele private Unternehmen - von den enormen Profiten verleitet - Counterfeiting-Aktivitäten in Ostchina begannen. In dieser Phase habe vor allem sklavischer Nachbau sowie Markenverletzungen stattgefunden. Nicht nur Staatsunternehmen, sondern auch zunehmend private Unternehmen hätten Counterfeiting als einträgliche Geldquelle entdeckt. Dies hätte negative Konsequenzen für chinesische wie ausländische Markeninhaber gehabt sowie vielerlei Probleme für Konsumenten nach sich gezogen.

Die dritte Phase hätte 1990 begonnen. Chinas Märkte waren zu dieser Zeit bereits in vielen Bereichen übersättigt und als Folge hatte die Wettbewerbsintensität erheblich zugenommen. Deshalb seien Fälscherfabriken wie Pilze aus dem Boden gewachsen, nicht mehr nur in Ostchina, sondern nun auch in Zentral- und Westchina. Clark sieht noch weitere beschleunigende Faktoren für das schnelle Wachstum der Counterfeiting-Industrie: Die Liberalisierung der Volkswirtschaft Chinas erlaubte den Aufbau von Produktionskapazitäten durch Investoren aus Hongkong und Taiwan. Ferner hätten aufgrund des weltweit erhöhten Wettbewerbsdrucks westliche und japanische Unternehmen ihre Produktionsprozesse verstärkt durch Auslagerung in „Billiglohnländer“ optimiert und gleichzeitig ihre Produkte mehr standardisiert. Lizenzvergaben und Technologietransfer im großen Stil erlaubten es chinesischen Produzenten nicht nur technisches Know-how zu akquirieren, sondern auch für eigene Zwecke zu missbrauchen.¹⁰⁸ Außerdem sei das Bewusstsein für Rechte geistigen Eigentums dergestalt gewachsen, dass man jenes Recht immer mehr schätzen lernte – und zwar als Mittel, um zulasten des Einfallsreichtums und Erfindergeists Dritter viel Geld verdienen zu können.¹⁰⁹ Mitte der 1990er Jahre hatte die Fälscherindustrie viele Branchen wie die Textil- und Leichtindustrie regelrecht durchdrungen. Auch Lebensmittel und alkoholische Getränke wurden Ziel der Produktpiraten.

Heilmann verknüpft darüber hinaus mit dem Phänomen Produktpiraterie eine äußerst hohe Wettbewerbsintensität innerhalb der chinesischen Privatindustrie. So seien massive „Herdeneffekte“ bei Produktneueinführungen zu verzeichnen; es handele sich in vielen Branchen um eine fragmentierte Industrie mit unzählig vielen kleinen Spielern, die eine „Produzenten-Schwämme“

¹⁰⁴ Beispielsweise wurde im Jahr 1993 vier kriminelle Banden enttarnt, die gefälschte Unternehmen der Volksbefreiungsarmee mit Hunderten von Mitarbeitern aufbauten, um andere Unternehmen in großem Stile zu betrügen (vgl. CIB 1995, S. 15).

¹⁰⁵ Vgl. Ji Wenhui, „Why has counterfeiting in China moved from copying brand name products to widespread sales of harmful products?“, 17.01.2001, Zugriff 08.02.2005, S. 1, (www.sinopolis.com/Archives/TOPSTORY/ts_010201_05.htm).

¹⁰⁶ Vgl. Douglas Clark, „IP rights protection will improve in China – eventually“, in: *China Business Review*, May-June 2000, S. 22.

¹⁰⁷ Vgl. Ji Wenhui 17.01.2001, S. 1. Im Folgenden wird die Argumentation dieser Quelle nachvollzogen.

¹⁰⁸ Vgl. Clark 2000, S. 26.

¹⁰⁹ Vgl. Clark 2000, S. 22.

verursachten.¹¹⁰ Dieser enorme Wettbewerbsdruck, der in China vor allem zu einem ruinösen Preiswettbewerb führe, hätte zur Konsequenz, dass die chinesischen Privatunternehmer der ersten Generation neue rentablere Geschäftsfelder suchen müssten. Produkt- und Markenpiraterie sei ein vergleichsweise einfacher Ausweg, um der Preisspirale nach unten, von denen in erster Linie Produkte ohne Markenimage betroffen seien, zu entkommen.¹¹¹

Ein leitender Mitarbeiter eines deutschen Chemiekonzerns konstatierte in diesem Zusammenhang, dass u.a. auch die ausländischen Handelspartner indirekt zu Produkt- und Markenpiraterieaktivitäten in China beitragen. Jene würden bei ihren Einkaufstouren in China grundsätzlich außerordentlich niedrige Produktpreise erwarten und dies auch gegenüber den chinesischen Auftragsproduzenten „deutlich kommunizieren“. Diese Erwartungshaltung, die vor allem europäische, US-amerikanische und japanische Einkäufer an den Tag legten, führe dazu, dass sich die chinesischen Hersteller genötigt sähen, sich durch Diebstahl von Know-how und notorischer Verletzung gewerblicher Schutzrechte finanziell über Wasser zu halten.¹¹²

Goodman hält fest, dass chinesische Unternehmen vergleichsweise widerwillig in Forschung und Entwicklung investieren, da nicht nur die Gewinnmargen sehr gering seien, sondern es diesen Unternehmen bewusst sei, wie leicht Innovationen gestohlen und nachgemacht werden können.¹¹³

Ferner haben chinesische Privatunternehmen nach wie vor mit einer dünnen Eigenkapitaldecke zu kämpfen und die Staatsbanken sind sehr zurückhaltend mit der Vergabe von Krediten. D.h. viele chinesische Unternehmen, insbesondere kleine und mittlere Unternehmen haben weder Anreize noch Kapital und gleichzeitig keinen ausreichenden Zeithorizont für eigene Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten oder für die regelgerechte Zahlung von Lizenzgebühren.¹¹⁴

In der vierten Phase, in der wir uns laut Huang jetzt befänden, hätten die Produktfälscher zusätzlich Grundnahrungsmittel wie Reis, Mehl, Tee, Wassermelonen- und Sonnenblumensamen, Kekse und Bratöl im Visier. Um noch höhere Gewinnmargen zu erzielen, würden die Produktfälschungen häufig mit giftigen Substanzen wie Industrieöl oder Abfällen „gestreckt“ und dann vermarktet.¹¹⁵

Eine qualitative Befragung der IHK Pfalz¹¹⁶ mit dem Titel „Produkt- und Markenpiraterie in der VR China: Ausmaße, Rechtslage, Rechtsdurchsetzung und Strukturen“, die der Autor u.a. für diese Studie entwickelt hat und die im November 2004 bundesweit durchgeführt wurde, veranschaulicht das oben beschriebene Problem: 52 deutsche Unternehmen antworteten anhand eines ausgefüllten fünfseitigen Fragebogens. Dabei meldeten 75% der Unternehmen, die nicht auf dem chinesischen Markt präsent sind, Verletzungen ihrer geistigen Eigentumsrechte durch chinesische Akteure.

Laut der Rückläufer sind 56% Opfer von Markenverletzungen, 35% meldeten Patentmissbrauch, 27% berichteten über Geschmacksmusterverletzungen, 13% über Vergehen gegen das Urheberrecht. Insgesamt meldeten dem Fragebogenrücklauf zufolge 77% der Befragten IP-Probleme.

Auf die Frage, ob sich das Ausmaß der Fälscheraktivitäten innerhalb der letzten zwei Jahre verändert habe, gaben lediglich 3% der Befragten eine Verringerung an. Für 22% habe sich keine nen-

¹¹⁰ Vgl. Sebastian Heilmann, „Produktpiraterie in China: Politische und gesellschaftliche Voraussetzungen“, Vortrag im Rahmen der Veranstaltung „Produkt- und Markenpiraterie in China – Hintergrund – Fakten – Fehler vermeiden“ am 26.4.2005, DIHK, Berlin.

¹¹¹ Vgl. Heilmann, Vortrag am 26.04.2005.

¹¹² Auch Quersubventionierungen seien möglich. D.h. der chinesische Hersteller erhält nur den Auftrag eines z.B. japanischen Unternehmens, wenn es auf Basis der kurzfristigen Kostenuntergrenze arbeitet und lediglich einen geringen Deckungsbeitrag erwirtschaftet, der jedoch gesamtkostenrechnerisch sich nicht trägt. Um die Gesamtkosten zu decken und einen Gewinn zu erwirtschaften, muss das chinesische Unternehmen weitere Geschäfte tätigen, die deutlich höhere Margen aufweisen. In solch einer Situation lägen Aktivitäten der Produktpiraterie nahe (vgl. NN, leitender Mitarbeiter eines deutschen Chemiekonzerns, mündliche Mitteilung 13.06.2005).

¹¹³ Vgl. Goodman, Peter S., „China a weak Ally on Piracy“, in: *Washington Post*, 04.06.2005, Zugriff 01.08.2005, S. 3, (www.washingtonpost.com/wpdyn/content/article/2005/06/03/AR2005060301835.html).

¹¹⁴ Vgl. Heilmann, Vortrag am 26.04.2005.

¹¹⁵ Vgl. Ji Wenhui 17.01.2001, S. 2.

¹¹⁶ Die Befragung und die Ergebnisse sind als Volltext im Anhang dieser Studie aufgeführt.

nenswerte Änderung der Situation ergeben, doch für die Mehrheit von 75% der Umfrageteilnehmer hat sich das Ausmaß der Produkt- und Markenpiraterie in und aus China erheblich vergrößert.

Ein ähnliches Bild ergab eine Umfrage der Industrie- und Handelskammer der Europäischen Union in China, die im Oktober 2002 unter ihren Mitgliedsunternehmen durchgeführt wurde. Die befragten Unternehmen gaben an, dass sie mit Rechtsverletzungen ihrer Handelsmarken (49%), Patente (37%), Urheberrechte (34%), Sortenschutz (7,3%) und integrierten Schaltkreisen bzw. Schaltkreis-topographien (2,4%) zu kämpfen haben. Da nicht alle Unternehmen beispielsweise Patente bzw. integrierte Schaltkreise angemeldet haben, liegt der Anteil der von Counterfeiting betroffenen Unternehmen höher als es diese Zahlen zunächst vermuten lassen: Dem Bericht zufolge ist jedes zweite Unternehmen in mindestens einer Form von Verletzungen seines geistigen Eigentums betroffen.¹¹⁷ Des Weiteren bleibt festzuhalten, dass die Dunkelziffer recht hoch ist. Recherchen des Autors ergaben, dass viele Unternehmen (noch) gar nicht wissen, dass Fälschungen ihrer Produkte bereits in weiten Teilen Chinas oder in anderen Ländern vertrieben werden.

Die Verletzungsarten, über die die Unternehmen in der IHK Pfalz-Befragung berichteten, sind sehr unterschiedlich: Sie reichen von klassischen Markenfälschungen, dem Missbrauch der Marke, über Produktfälschungen („1:1-Kopie“) und sklavischer Nachahmung bis hin zur unerlaubten Imitation von Verpackungen. Selbst Produktmodelle werden nachgebaut. Der Missbrauch von Patenten und Gebrauchsmustern („Mini-Patent“) spielt ebenso eine große Rolle wie Geschmacksmusterverletzungen jeglicher Art. Ferner wird von Markenanmeldungen durch chinesische Wettbewerber berichtet, die der Marke des deutschen Herstellers äußerst ähnlich sind. Gleiches gilt für Produkte weltweit bekannter Marken, die nur mit marginal verändertem lateinischen Schriftzug vor allem beim chinesischen Kunden auf eine Verwechslung mit dem Originalprodukt abzielen.

Angaben der Befragten zufolge spielen auch Lizenzverletzungen eine bedeutende Rolle. Entweder wird vom chinesischen Lizenznehmer eine größere Menge produziert als vereinbart wurde, d.h. auf die Differenzmenge werden keine Lizenzgebühren entrichtet, oder das lizenzierte Know-how wird vom Lizenznehmer selbst oder von einem befreundeten Unternehmer illegal für die Produktion von Konkurrenzprodukten genutzt. Ein prominentes Beispiel hierfür, das bereits Anfang der 1990er Jahre publik wurde, liefert eine Lizenzvergabe der Firma Sennheiser. Sie ließ im Jahre 1992 Baugruppen für drahtlose Mikrophone aus Kostengründen in China fertigen. Der chinesische Partner bot daraufhin auf eigene Rechnung nicht nur ein identisches Gerät im gesamten asiatischen Raum an, sondern nutzte dazu missbräuchlich den Namen der genannten Firma.¹¹⁸

Ein weiteres widerrechtliches Vorgehen lässt sich in China identifizieren: Chinesische Zulieferer lassen Originalteile, die sie zugekauft und nicht selbst produziert haben, zertifizieren, produzieren und exportieren an ihre häufig europäischen oder amerikanischen Kunden aber nur billige Kopien. Letztere wurden keinerlei Qualitätsüberprüfung unterzogen.¹¹⁹ Erfahrungen des Autors belegen, dass darüber hinaus in China selbst fast jedes kleine Produktionsunternehmen mit verschiedenen Zertifizierungsurkunden (z.B. von SGS, TÜV, LGA etc.) wirbt. Qualitätsurkunden, die als Wandtafeln mit goldenen Schriftzügen in den meisten Besprechungsräumen dieser Unternehmen die Wände schmücken, entbehren häufig jeglicher reellen Grundlage. Es sind einfache Fälschungen, die an „jeder Straßenecke“ zu haben sind und die potentielle Kunden, z.B. Auftragsgeber aus dem Ausland, gezielt täuschen sollen. Verschiedene Kontrollanrufe bei den Institutionen, die diese Urkunden angeblich ausgestellt haben sollen, ergaben, dass diese Unternehmen den Prüfgesellschaften überhaupt nicht bekannt waren.

Zurückkehrend zur Befragung der IHK Pfalz gaben die Unternehmen an, dass Werbemittel und Kataloge von Produkt- und Markenpiraten kopiert werden, um preisgünstig die eigenen Konkur-

¹¹⁷ Vgl. QBPC, „Report on Counterfeiting in the People’s Republic of China – executive summary“, Zugriff 10.07.2003, S. 1, (www.qbpc.org.cn/about-qbpc/position-paper.htm).

¹¹⁸ Vgl. Michael Winkels, „Wirtschaftsspionage. Wie deutsche Unternehmen von ausländischen Geheimdiensten ausgeplündert und ruiniert werden“, Vortrag FH Dortmund, Oktober 2004, Zugriff 12.01.2005, S. 13, (www1.logistik.fh-dortmund.de/IT-Sicherheit/07_Wirtschaftsspionage.pdf).

¹¹⁹ Vgl. Gala Conrad, „VDE verstärkt Präsenz in Asien“, in: *VDE Dialog*, März/April 2005, S. 9.

renzprodukte zu vermarkten. Ferner spielt das Internet als Vertriebsplattform für rechtsverletzende Produkte eine immer bedeutendere Rolle.

Zu ähnlichen Ergebnissen gelangte eine Umfrage des *Verbands Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V.* (VDMA) mit dem Titel „Produkt- und Markenpiraterie in der Investitionsgüterindustrie“, die im 2003 durchgeführt wurde und an der sich 154 Unternehmen aus der Maschinen- und Anlagenbaubranche beteiligten:¹²⁰ Es sei festzustellen, dass sich der Nachbau nicht alleine auf das Herstellen von Ersatzteilen beschränke. Vielmehr würden in 75% aller Fälle komplette Maschinen nachgebaut, wogegen in 36% der Fälle auch Maschinenkomponenten bzw. Ersatzteile Opfer von Produktpiraten geworden seien. Des Weiteren würden Bedienungsanleitungen, Verpackungen und Werbemittel kopiert. Bei den Herstellungsländern der Plagiate wurde China von über 52% der Unternehmen als Ursprungsland der Nachbauten genannt; gefolgt von Italien (20%), den USA (15,6%), Taiwan (13,3%) und Deutschland (12,2%). Auch als Absatzmarkt der Plagiate wurde China als Spatenreiter erwähnt.¹²¹

Wolfgang Essig, der Sprecher der Arbeitsgemeinschaft Großanlagenbau des VDMA, berichtete im Rahmen eines Interviews sogar von vollständig kopierten Industrieanlagen und Fabriken. Selbst technologisch hochkomplizierte Produkte wie Roboter und Automatisierungssysteme würden in China erfolgreich nachgebaut.¹²²

Die Zimmer AG (Frankfurt a. M.) ist ein führender Produzent von Maschinen zur Herstellung von Polyester. Winfried Krämer, Leiter dieses Unternehmens, berichtete dem Spiegel über dessen Probleme mit Nachbauten aus China. Die Maschinen der Firma würden ein zu eins von chinesischen Unternehmen kopiert, selbst die Farbe der Plagiate gleiche exakt den Originalen.¹²³ Das staatliche Design-Institut *China Textile and Chemical Fiber Engineering Corporation* (CTIEI) würde Kopien von Anlagen der Zimmer AG und deren Tochterfirmen anbieten, sogar mit dem Hinweis, es handele sich um geprüfte Zimmer-Technologie. Auch im Ausland würde damit geworben werden. Ferner wird von chinesischer Seite ein spezieller Reaktor zur Herstellung von Polyester in Indien, Pakistan, Ägypten und der Türkei illegal vermarktet, wobei selbst die Schweißnähte des Nachbaus exakt an der gleichen Stelle wie beim Original lägen.¹²⁴ Krämer stellte fest, dass Technologien, zu deren Entwicklung man viele Jahre benötigte, von chinesischen Produktpiraten innerhalb von zwölf Monaten nachgebaut würden. Etwa die Hälfte des chinesischen Anlagenmarkts werde bereits von Kopien lokaler Design-Institute beherrscht. China sei der weltweit viertgrößte Maschinenhersteller.¹²⁵

Die deutsche Werkzeugbranche ist ebenso von Produktpiraterie in und aus China betroffen. Wie aus einem Interview mit dem Geschäftsführer der Firma Stabila in Annweiler zu entnehmen war, gibt es chinesische Hersteller, die Profile, Formen und Endprodukte der Firma Stabila „wie Sand am Meer“ nachbauen. Es handele sich dabei meist um Geschmacksmusterverletzungen oder Totalfälschungen. Dabei werden auch Kataloge und Illustrationen vom Originalhersteller ungehemmt kopiert.¹²⁶

Auch vor Fälschungen kompletter Ladengeschäfte machen Produktpiraten nicht halt. So mussten Mitarbeiter der Fa. Hugo Boss in Hangzhou einen Laden schließen, der nicht nur Boss-Imitate fälschte, sondern mitsamt seiner Einrichtung ein Imitat war.¹²⁷

Ähnlich verhält es sich mit dem Fund großer Mengen hervorragender Imitationen von Golfschlägern der US-Marke Callaway in Dongguan, Provinz Guangdong. Ganze Golfschlägersets

¹²⁰ Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V., *Studie zu Produktpiraterie in der Investitionsgüterindustrie* (Zusammenfassung), September 2003, Frankfurt am Main, S. 1.

¹²¹ Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V. 2003, S. 7.

¹²² Vgl. Manik Mehta, „Produktpiraterie – China am Pranger“, 07.04.2005, Zugriff 05.08.2005, S. 1, (www.maschinenmarkt.de/fachartikel/mm_fachartikel_1862601.html).

¹²³ Vgl. Wieland Wagner, „Null Abweichungen“, in: *Spiegel Online*, 14.02.2005, Zugriff 25.02.2005, S. 1, (www.spiegel.de/spiegel/0,,1518,341435,00.html).

¹²⁴ Vgl. Wagner 14.02.2005, S. 1.

¹²⁵ Vgl. Wagner 14.02.2005, S. 2.

¹²⁶ Vgl. Wolfgang Schäfer, mündliche Mitteilung, 05.07.2005, Annweiler.

¹²⁷ Vgl. Ingo Mocek, „Jäger der verwässerten Ware“, in: *Neon-Magazin*, 11/2005, S. 30.

(„Big Bertha Driver“) wurden dort zu einem Preis von 275 US\$ verkauft, der Originalpreis in den USA beträgt ca. 3.000 US\$.¹²⁸

Selbst Bleistifte werden in großen Mengen nachgemacht. Ende Mai 2005, kurz vor den Hochschulaufnahmeprüfungen, wurden mehrere hunderttausend für die Examen zugelassenen Bleistifte mit der Härte 2B entdeckt. Die Prüfgeräte konnten die mit falschen Bleistiften angekreuzten Fragebogen nämlich nicht auswerten. Die Originalbleistifte der Marke „Zhonghua“ kosten pro Stück zwischen zwei und fünf Cent, die gefälschten waren für rund einen Cent zu erstehen.¹²⁹

Schätzungen ausländischer Produzenten zufolge sind mindestens 30% ihrer Markenprodukte (z.B. Marlboro, Gillette, Nike, diverse Biermarken) in China Fälschungen.¹³⁰ Dies scheint eine vorsichtige Hochrechnung zu sein: Ergebnisse aktueller Untersuchungen legen den Schluss nahe, dass für den gesamten chinesischen Konsum- bzw. Verbrauchsgütermarkt das Verhältnis zwischen Imitaten und Originalen gegenwärtig bei ca. zwei zu eins liegt.¹³¹ Selbst der Kundenmanager des *China United Intellectual Property Protection Centres* (CUIPPC) in Peking, das als China-Büro des CIB der ICC fungiert, räumte ein, dass früher ein Verhältnis von drei Fälschungen auf sieben echte Produkte im Markt zu beobachten gewesen sei und dass sich diese Relation heute umgekehrt hätte.¹³²

Insbesondere die chinesische Software-, Verlags-, Film- und Musikindustrie sind von hohen wirtschaftlichen Schäden durch massive Urheberrechtsverletzungen im eigenen Lande betroffen.¹³³ Besonders gravierend ist der Marktanteil von Software-Raubkopien. Zahlen des APM zufolge sind in China 94% der neu installierten Standardapplikationen Raubkopien.¹³⁴ Die Hersteller dieser Software erleiden jährlich Umsatzeinbußen in Höhe von rund 12 Mrd. US\$ weltweit; im asiatisch-pazifischen Raum beläuft sich der Schaden auf ca. 4 Mrd. US\$, allein in China auf etwa 1,7 Mrd. US\$.¹³⁵

Im Bereich der audiovisuellen Produkte wie Musik-CDs oder Film-DVDs beschlagnahmen die chinesischen Behörden immer wieder und meist öffentlichkeitswirksam riesige Mengen an raubkopierten Datenträgern, die mit Bulldozern u.ä. überrollt und damit zerstört werden. Allein im Jahre 2001 sollen 114 Mio. raubkopierte CDs und DVDs festgesetzt worden sein, einschließlich 48 Mio. CDs, die von Hongkong und Macau nach China geschmuggelt wurden. Im August 2001 wurden im Rahmen einer „öffentliche begangenen Zeremonie“ 16,4 Mio. CDs, DVDs und VCDs in der Provinz Guangdong zerstört.¹³⁶ Dies ist jedoch nur die Spitze des Eisberges und die Geschwindigkeit und das Ausmaß, mit der in riesigen Mengen Raubkopien von Filmen und Musikwerken hergestellt und vertrieben werden bzw. von den Behörden zerstörte Raubkopien ersetzt werden, ist enorm.

Jiang Wei, der Geschäftsführer der Filmgesellschaft New Pictures Inc., ließ Folgendes verlauten: „After the release, we often have only three days before the pirate copies hit the market. The industry can't survive that.“¹³⁷ Im Falle der Episode III von Star Wars kursierten bereits am Premie-

¹²⁸ Vgl. Bob Simon, „The World's Greatest Fakes“, 28.01.2004, Zugriff 08.02.2005, S. 1, (www.cbsnews.com/stories/2004/01/26/60II/printable595875.shtml)

¹²⁹ Johnny Erling, „China fälscht China“, in: *Die Welt*, 28.06.2005, Zugriff 29.07.2005, S. 2, (www.welt.de/data/2005/06/28/7380892.html?prx=1).

¹³⁰ Vgl. Hoffmann, Fritz, „China's Pirates, It's not just little guys – state-owned factories add to the plague of fakes“, in: *Business Week*, 5th June 2000, S. 30.

¹³¹ Vgl. Jan Hachenberger, Technologieabfluss und Produktimitationen auf dem chinesischen Markt, in: Michael Nippa (Hrsg.) *Markterfolg in China*, Heidelberg 2004, S. 75.

¹³² Zitiert nach Erling, 28.06.2005, S. 1.

¹³³ Vgl. Joyce Barnathan, „By fighting fakes, China wins, too.“, 31.01.2005, Zugriff 08.02.2005, S. 2, (www.businessweek.com/bwdaily/dnflash/jan2005/nf20050131_3133.htm).

¹³⁴ Vgl. APM 2001, S. 1.

¹³⁵ Vgl. Department of State, „World Trade Organization: Analysis of China's Commitments to Other Members,“ in: *General Accounting Office Report*, 03.10.2002, Zugriff 19.02.2003, S. 1, (<http://usinfo.state.gov/regional/ea/iplrcn/20021003.htm>).

¹³⁶ Vgl. Daniel C.K. Chow, *The legal system of the People's Republic of China in a nutshell*, St. Paul 2003, S. 435.

¹³⁷ Zitiert nach Kock, Vortrag am 09.10.2003.

rentag in Peking die ersten raubkopierten DVDs.¹³⁸ Nur etwa 10% der mit Musik-CDs in China getätigten Umsätze sollen in China auf legalen Pressungen beruhen.¹³⁹

Selbst Herausgeber wissenschaftlicher Fachzeitschriften werden regelmäßig Opfer von Urheberrechtsverletzungen in China. Es wird geschätzt, dass über die Hälfte aller Fachzeitschriften in allen Universitätsbibliotheken des Landes raubkopiert sind.¹⁴⁰

Auch „Harry Potter“ wurde bereits Opfer von chinesischen Urheberrechtsverletzern. Vor dem offiziellen Erscheinungsdatum waren in China bereits Raubkopien in chinesischer Übersetzung auf dem Markt.¹⁴¹ Und obwohl bisher erst sechs Bände erschienen sind, kann der Leser in China schon mehr als zehn chinesische Harry Potter Bände erwerben.¹⁴² Chinesische Plagiatoren beweisen Phantasie und arbeiten mit diversen Verlagshäusern zusammen, wie z.B. mit dem Sichuaner Volksverlag.¹⁴³

Diese im Fall „Harry Potter“ beschriebene illegale „Weiterentwicklung“ von Original-Produkten ist in China kein Einzelfall. Wie Erling berichtet, werden auf Pekings Hongqiao-Markt, einem großen Kaufhaus für gefälschte Luxusprodukte, Uhren verkauft, die es eigentlich gar nicht gibt. So fände sich im Ziffernblatt eines Chronometers der Firma „A. Lange & Söhne“ ein spielbares Roulette in Miniaturgröße. Dieses Modell wird vom Originalhersteller gar nicht produziert.¹⁴⁴

Wie gut die Fälscher organisiert sind, zeigt der folgende Fall: Nur ein Monat nach der Veröffentlichung der Memoiren von Bill Clinton wurde in China in Millionenausgabe eine unlizenzierte chinesische Übersetzung des Buches verkauft.¹⁴⁵ Raubkopierte DVDs bereits mit chinesischen Untertiteln sind wenige Tage nach der Premiere (oder manchmal auch schon davor) zu erstehen. Im Falle des oben erwähnten Uhrenmarktes wurde von einer Verkäuferin glaubhaft versichert, dass sie Kopien aller 1.096 Zeitmesser, die in dem Katalog „Watch & Jewelry – China Version 2005“ abgebildet sind, innerhalb von 48 Stunden beschaffen könne.¹⁴⁶

Einer Meldung des Daja-Net¹⁴⁷ zufolge nutzt auch die Guangdonger Provinzregierung diese Imitate, um ihren Haushalt zu entlasten. Sie verschenkte zum sechzigsten Jahrestag des Ende des Zweiten Weltkrieges im Jahre 2005 den noch in Kanton lebenden Kriegsveteranen ein besonderes Geschenk, eine Urkunde und eine hochwertige Uhr der Marke „Tudor“. Später stellte sich heraus, dass diese Uhren gefälscht waren. Nachfragen der Beschenkten ergaben, dass die Provinzregierung gezielt diese Fälschungen eingekauft hat.¹⁴⁸

Selbst zwei Jahre nach Einführung des chinesischen Urheberrechtsgesetzes im Jahre 1990 wurde von chinesischer rechtswissenschaftlicher Seite beklagt, dass in China nach wie vor ein Bewusstsein vorhanden sei, dass es erlaubt sei, Aufsätze durchweg abzuschreiben. Er führt weiter aus, dass insbesondere bei Büchern mit Titeln wie „Vollständige Sammlung...“ oder „Wörterbuch“ Geschäftstüchtigkeit und Plagiat vielfältige Verbindungen eingingen.¹⁴⁹ „From Poetry to patents“, so heißt es in einer Stellungnahme, „individual creativity in China is being sabotaged by an illicit and apparently uncontrollable industry that shamelessly profits from other people's ideas.“¹⁵⁰ Es werden

¹³⁸ Vgl. Erling, 28.06.2005, S. 2.

¹³⁹ Vgl. Pattloch, 05.05.2004, S. 1.

¹⁴⁰ Vgl. Chow 2003, S. 435.

¹⁴¹ Vgl. Pattloch, 05.05.2004, S. 2.

¹⁴² Die gefälschten Bände heißen u.a. „Harry Potter und der Leopardendrachen“ oder „Harry Potter und der große Trichter“. Vgl. FH Ludwigshafen (Hrsg.), *Xiu Cai*, Fachzeitschrift des Ostasieninstituts, 08.03.2003, Ludwigshafen.

¹⁴³ Vgl. FH Ludwigshafen, 08.03.2003, S. 1.

¹⁴⁴ Vgl. Erling, 28.06.2005, S. 1.

¹⁴⁵ Vgl. „Headlines of Life in China“, in: *Fiducia China Focus*, Online-Medium (Rundmail), Dezember 2004, S. 2.

¹⁴⁶ Vgl. Erling, 28.06.2005, S. 1.

¹⁴⁷ Die Internetseite namens *Daja-Net* (www.daja.net.cn) müsste eigentlich *Dajia-Net* (*Dajia* bedeutet sinngemäß „Kampf gegen Fälschungen“) heißen. Dort findet man verschiedene Meldungen rund um das Thema Produktpiraterie und auch einige Berichte über missglückte IP-Rechtsdurchsetzungen.

¹⁴⁸ Vgl. „Kangri laogan bu huo zeng shijie ming yiao shi jiumao chanpin“, 25.09.2005, Zugriff 25.09.2005, S. 1, (www.daja.net.cn/HTML/2005/pgt/200517138.html).

¹⁴⁹ Zitiert nach Robert Heuser, *Einführung in die chinesische Rechtskultur*, Mitteilungen des Instituts für Asienkunde 315, Hamburg 2002 (A), S. 411.

¹⁵⁰ Zitiert nach Heuser, 2002 (A), S. 411.

jedoch nicht nur Bücher hemmungslos nachgedruckt und unlizenziert vertrieben, sondern Namen berühmter bzw. beliebter Autoren missbraucht, indem fremde Publikationen mit dem bekannten Autorennamen versehen und damit aufgewertet werden.¹⁵¹

Wie leicht Fälscher arbeiten können, und dass dies häufig ohne größere Investitionen möglich ist, zeigt das folgende Beispiel: Fälscher kaufen leere Kunststoff-Flaschen in großen Mengen von bestimmten Produzenten sowie literweise Shampoo einfachster Qualitätsgüte zu einem äußerst niedrigen Preis. Die Herstellung von Labels von Markennamen und bekannten Produkten wird extern in Auftrag gegeben. Nun kann der Fälscher – häufig zuhause in seinem Wohnzimmer – die einzelnen „Vorprodukte“ zu einer Produktfälschung zusammenfügen und zu einem höheren Preis verkaufen. Falls der Fälscher Beziehungen zu einem Mitarbeiter aus der Produktion des Herstellers von Originalverpackungen unterhält und dieser die eine oder andere Palette unterschlagen kann, ist die Herstellung der gefälschten Produkte noch einfacher.

Aber nicht nur ausländische Marken bzw. deren Produkte werden Opfer von Fälschern und Plagiatoren, auch chinesische Unternehmen werden selbst vermehrt Ziel von Counterfeiting im eigenen Land. Gerade Marken aufstrebender chinesischer Großunternehmen wie „Haier“ werden gerne gefälscht. Einer der führenden chinesischen Hersteller von energiesparenden Kühlschränken, namentlich „Freshtech Electric Company“ wurde von anderen chinesischen Produzenten bereits in mehrere gerichtliche Streitigkeiten involviert, da Freshtech fremde Technologie illegal nutzte.¹⁵²

Einem Bericht der *State Administration of Industry and Commerce* (SAIC) zufolge wurden im Jahre 2001 22.813 Handelsmarkenverletzungen registriert, von denen in 2.500 Fällen ausländische Markeninhaber betroffen waren.¹⁵³ Die meisten Fälle ereigneten sich dabei in den Provinzen Zhejiang (4.523), in Guangdong (2.051), Jiangsu (1.843) und Anhui (1.323). Es handelt sich, außer bei der Provinz Anhui, dabei um wirtschaftlich vergleichsweise weit entwickelte Provinzen. Für das Jahr 2002 verzeichnete selbige Behörde 39.105 Fälle von Waren- und Markenzeichenverletzungen, 1.291 Fälle von Patentstreitigkeiten und 6.201 Urheberrechtsklagen vor Gericht.¹⁵⁴

Dass Fälschungen und Imitate hauptsächlich in wirtschaftlich relativ weit entwickelten Regionen Chinas angetroffen werden, belegt auch die Befragung der IHK Pfalz. Auf die Frage, wo in China bisher rechtsverletzende Produkte seitens des Rechtsinhabers entdeckt wurden, zeigt sich, dass diese vor allem in Ballungsräumen, wie Shanghai, Beijing, Guangzhou, Shenzhen, Changchun sowie in den Provinzen Zhejiang (Wenzhou: Produktion, Yiwu: Handel), Guangdong/Perlflussdelta, Jiangsu, Fujian, Henan, Jiangxi und Anhui entdeckt wurden.¹⁵⁵ Die UDF geht davon aus, dass die Provinzen Zhejiang, gefolgt von Guangdong, die beiden Fälscherhochburgen innerhalb Chinas darstellen.¹⁵⁶

3.2 Sicherheitsrelevante Produktfälschungen

Zu den sicherheitsrelevanten Produktfälschungen zählen Plagiate von Lebens- und Genussmitteln wie Alkoholika und Tabak,¹⁵⁷ Chemikalien, Düngemittel, Säuglingsnahrung, Kinderspielzeug, Fahrzeug-, Eisenbahn- und Flugzeugersatzteile, Handy-Batterien, sicherheitsrelevante Teile von Maschinen, Aufzügen und Verkehrswegesystemen sowie elektronische Produkte wie beispielsweise

¹⁵¹ Vgl. Heuser 2002 (A), S. 411.

¹⁵² Vgl. Schüller, Dezember 2003, S. 1451.

¹⁵³ Zit. n. European Union Chamber of Commerce in China, Intellectual Property Rights Working Group, „Position Paper 2002/2003“, Zugriff 20.07.2003, S. 2, (www.euccc.com.cn/english/docs2003/intellectual_property_rights_wg.pdf).

¹⁵⁴ Vgl. Margot Schüller, „Vereinzelte Fortschritte beim Copyright-Schutz für ausländische Investoren“, in: *China aktuell*, Dezember 2003, S. 1451.

¹⁵⁵ Siehe Anhang.

¹⁵⁶ Vgl. Union des Fabricants 2003, S. 7.

¹⁵⁷ Vgl. „Counterfeiting. Imitating is theft“, 15.03.2003, S. 1.

Sicherungsschutzschalter oder ähnliches. Des weiteren werden Pharmazeutika, Kondome¹⁵⁸ und medizintechnische Geräte als Fälschungsobjekte immer beliebter.

Joseph Johnson vom niederländisch-britischen Konzern Unilever klagt: „Ohne Zweifel: Die Situation in China ist schlimmer als in jedem anderen Land“.¹⁵⁹ Auch der Economist hält fest: „The international capital of counterfeiting is undoubtedly China“.¹⁶⁰ Den Fahndern des Lebensmittelkonzerns Unilever gelang es, eine Untergrundfabrik auszuheben, die unter unsäglichen hygienischen Verhältnissen Erdnussbutter unter dem Markennamen Unilever produzierte.

Besonders dramatisch war der Fall von gefälschter Säuglingsnahrung, der im April 2004 in der Provinz Anhui, einer der ärmsten Regionen Chinas, 13 Säuglinge zum Opfer fielen und weitere 171 Babies erkrankten. Die Säuglinge verhungerten regelrecht, da sie mit gefälschtem minderwertigem Milchpulver gefüttert worden waren, in dem sich so gut wie keine Proteine und Mineralien befanden.¹⁶¹ Zwar unterliegen auch in China alle Lebensmittelprodukte Qualitätskontrollen, aber es scheint gängige Praxis zu sein, dass wenn die Produkte nicht die Qualitätskontrollen passieren, sich die Hersteller der minderwertigen Ware die notwendigen Zertifikate und Bescheinigungen von anderen Betrieben ausleihen oder kopieren.¹⁶²

Erling berichtet obendrein von gefälschten Insektiziden und Düngemitteln, die viele Bauern in China bereits aufgrund von Ernteausfällen ruiniert hätten.¹⁶³

Ferner wurde in letzter Zeit das „refilling“ von Alkoholika beliebt. Teuere Original-Spirituosen, z.B. französischer Cognac, werden in andere Behälter zum Eigengebrauch oder Weiterverkauf umgefüllt, durch billigen Fusel aus inländischer Produktion ersetzt und mit einem nachgemachten Verschluss als „Original“ verkauft. Dieses Produkt wird – wenn überhaupt – erst nach dem „Genuss“ als Fälschung entlarvt.¹⁶⁴

Ein Interview¹⁶⁵ mit einem aus Goa stämmigen indischen Produzenten von Etiketten ergab, dass er selbst unbewusst in illegale Machenschaften chinesischer Produktfalscher hineingezogen wurde. Eine Delegation chinesischer Mitarbeiter der Whisky produzierenden Firma „Black Label“, vergab an ihn einen Großauftrag zur Fertigung von diversen Etiketten für Whiskey-Flaschen. Da sich die chinesische Delegation durch Firmenpässe, Akkreditive und Briefbögen als offizielle Mitarbeiter des Traditionssunternehmens ausgewiesen hatte, wurden Zweifel über die tatsächliche Zugehörigkeit der Auftraggeber zu besagter Firma aus dem Weg geschafft. Doch der indische Auftragnehmer gab an, dass er etwa ein Jahr später von der Firmenzentrale darüber informiert worden sei, dass er es nicht mit regulären Mitarbeitern der Firma zu tun gehabt hätte, sondern mit Mitgliedern chinesischer Fälscherbanden, die in großen Mengen billigen Fusel unter dem Markennamen „Black Label“ vertrieben hätten.

Selbst die britische Regierung musste wegen chinesischer Fälscherbanden ihre Pläne zur Einführung eines „Whisky Tax Labels“ wieder einfrieren. Mit der Einführung eines Hologrammstreifens auf versteuerten Whisky-Flaschen sollte Steuerhinterziehung unterbunden werden. Die britischen Zollbehörden hatten jedoch erfahren, dass chinesische und osteuropäische Banden innerhalb kürzester Zeit diese Steuerstreifen perfekt nachgemacht hatten.¹⁶⁶

In China ist es unter Geschäftspartner üblich, qualitativ hochwertige alkoholische Getränke zu verschenken. Diese werden jedoch nicht immer selbst getrunken, sondern in Anbetracht des vergleichsweise hohen Wertes oder anderer geschmacklicher Präferenzen an spezielle Geschäfte ver-

¹⁵⁸ Vgl. Mocek, 11/2005, S. 33.

¹⁵⁹ Lorenz 2002, S. 167.

¹⁶⁰ „Counterfeiting. Imitating is theft“, 15.03.2003, S. 2.

¹⁶¹ Vgl. Andreas Lorenz, „Baby sterben an „Große-Kopf-Krankheit“, Spiegel Online 22.04.2004, Zugriff 24.04.2004, S. 1, (www.spiegel.de/panorama/0,1518,druck-296230,00.html).

¹⁶² Vgl. Andreas Lorenz, 22.04.2004, S. 1.

¹⁶³ Vgl. Erling, 28.06.2005, S. 1.

¹⁶⁴ Vgl. Süggeler, Rainer Felix, „Brand Protection. A systematic approach from a banknote printer’s perspective“, Vortrag im Rahmen des Plagiarius Workshops am 17.03.2003, Oficina de Armonización del Mercado Interior, Alicante.

¹⁶⁵ Vgl. NN, Interview im Rahmen der Messebeteiligung Shoes & Leather, 02.06.2005, Guangzhou.

¹⁶⁶ Vgl. „Forgers beat whisky tax with holograms“, 07.03.2004, Zugriff 29.07.2005, S. 1, (www.scotchwhisky.net/news/forgers.php).

kauft, die mit diesen Geschenken handeln. Dabei kommt es häufig vor, dass gefälschte Produkte in Umlauf geraten. Eine Verkäuferin in Jinjiang, einer Stadt in der Provinz Fujian, gab laut einer Meldung des Daja-Net zu, dass sich gefälschte Alkoholika sehr gut verkaufen ließen. Sie würden im Vergleich zur Originalware zum halben Preis angeboten, und da die Getränke sowieso verschenkt werden würden, sei es den Käufern egal, dass es sich dabei um gefälschte Ware handele.¹⁶⁷ Im selben Ort wurde bei einer Razzia, die durch die lokale *Administration of Industry and Commerce* mit Unterstützung der Polizei durchgeführt wurde, gefälschter Remy Martin sowie weitere nachgemachte Markenspirituosen entdeckt. Insgesamt wurden der Meldung zufolge 560 Flaschen beschlagnahmt.¹⁶⁸

Ähnlich verhält es sich mit anderen Genuss- und Nahrungsmitteln, die sich bei Fälschern zunehmender Beliebtheit erfreuen. Es wurde beispielsweise ein Fall bekannt, bei dem große Mengen gefälschter Pflaumen von China nach Thailand exportiert wurden.¹⁶⁹ Auch der traditionelle chinesische Mondkuchen, der beim jährlichen Zhongqiu (Herbstfest) in familiärer Runde gereicht wird, ist Zielscheibe illegaler Machenschaften. Im Kreis Mashan der Provinz Guangxi gibt es einer Meldung des Daja-Net zufolge viele Hersteller, die gefälschte Mondkuchen produzieren. Die illegalen Produzenten könnten die gewünschte Verpackung jeder berühmten Mondkuchenmarke dort beziehen und damit ihre eigenen ungeprüften und unqualifizierten Erzeugnisse vertreiben.¹⁷⁰

Waren des täglichen Bedarfs werden besonders häufig Opfer von IP-Verletzungen. David Taylor, General Manager von Procter & Gamble China, teilte im Dezember 2004 während eines Interviews mit, dass seine Firma jährlich ca. 150 Mio. US\$ Umsatz durch Produkt- und Markenpiraterie in China verliere.¹⁷¹ Besonders häufig würden die Produkte „Head & Shoulders Shampoo“ und „Safeguard Soap“ nachgemacht und in großem Stil in Verkehr gebracht. Die Marktdurchdringung in China betrage mindestens 40%.¹⁷² Taylor berichtete, dass sein Unternehmen allein im Jahre 2004 600 Razzien durchführen ließ und dabei 790.000 gefälschte Produkte aufdeckte.¹⁷³

Michael Kock, Patentbeauftragter für China der BASF AG in Ludwigshafen, berichtete im Rahmen eines Interviews über das breite Spektrum der IP-Rechtsverletzungen in China.¹⁷⁴ Es seien Produkte mit gefälschter Verpackung ohne, bzw. mit einem anderen oder minderwertigen Wirkstoff in China aufgegriffen worden, ebenso Produkte mit BASF-Originalverpackung, jedoch mit verdünntem bzw. gar keinem Wirkstoff. Außerdem würde das BASF-Logo auch für die „Aufwertung“ von fremden Produkten missbraucht. Des Weiteren fänden Patent- und Markenverletzungen statt, indem patentgeschützte BASF-Produkte inkl. oder exklusiv BASF-Markennamen eins zu eins imitiert bzw. Konkurrenzprodukte unter dem BASF-Markennamen vertrieben würden.¹⁷⁵

Einer Einschätzung des ABB-Kontaktmanns für Technologietransfer Peter Flohr zufolge erreichen nachgemachte Elektroinstallationsprodukte, insbesondere sogenannte FI-Schutzschalter in China einen Marktanteil von rund 60%, wobei die meisten der Fälscherschmieden sogar die ISO-Norm 9000 – bestätigt durch ausländische Zertifizierer – erreichen.¹⁷⁶

Auch der Siemens-Konzern, der eigens eine spezielle Abteilung zur Aufspürung und Bekämpfung von Produktpiraten in China unterhält, klagt ebenso über gefälschte Sicherungen, Schalter und Relais, Tachographenscheiben, Lampen aller Art und Mobiltelefonzubehör.¹⁷⁷

¹⁶⁷ Vgl. „Ming jiu shou dian. Zhuan dao mao pai huo“, 19.11.2004, Zugriff 21.09.2005, S. 1, (www.daja.net.cn/HTML/2005/pgt/200517062.html).

¹⁶⁸ Vgl. „Ming jiu shou dian. Zhuan dao mao pai huo“, 19.11.2004, S. 1.

¹⁶⁹ Vgl. Simon 28.01.2004, S. 2.

¹⁷⁰ Vgl. „Guangxi mashan xian ming pai yue bing ru ci zhi zhao“, 30.08.2005, Zugriff 30.08.2005, S. 1, (www.daja.net.cn/html/2005/08/20050830145008-1.htm).

¹⁷¹ Vgl. Jo Lusby, „Faking It“, 07.12.2004, Zugriff 23.02.2005, S. 1, (www.cityweekend.com.cn/en/features/2001_13/Cover_Fakes)

¹⁷² Vgl. Clark 04.04.2003, S. 7.

¹⁷³ Vgl. Lusby 07.12.2004, S. 2.

¹⁷⁴ Vgl. Michael Kock, „Durchsetzung von Schutzrechten in der VR China“, Vortrag im Rahmen des Seminars „China-Essential Tools Nr. 7“, IHK Pfalz, Ludwigshafen, 21.10.2004.

¹⁷⁵ Vgl. Michael Kock, mündliche Mitteilung, 21.10.2004.

¹⁷⁶ Vgl. Sturm, Thomas, „Wenn's ums Geld geht“, in: *OAV-Report*, 02.07.2001, S. 2.

¹⁷⁷ Vgl. Engels 2003, S. 3.

Das multinationale Unternehmen Daimler-Chrysler hat in China mit vielen Formen von Produkt- und Markenpiraterie sowie dem Missbrauch des eigenen Know-how zu kämpfen: Kfz-Ersatzteifälschungen, Geschmacksmusterverletzungen, Lizenzmissbrauch und Marken-vergehen. Beate Lalk-Menzel, eine für IP-Schutz zuständige Syndikus-Anwältin der Daimler-Chrysler AG, berichtete in Stuttgart im März 2005 darüber ausführlich. In China gäbe es viele Geschäfte, die ganz offen, d.h. mit entsprechenden Werbetafeln Mercedes- und BMW Ersatzteile zum Verkauf anbieten.¹⁷⁸ Es fände sich dort eine große Auswahl an meist gefälschten Kfz-Ersatzteilen, z.B. Bremsbelägen, die in täuschend echten Verpackungen, ausgestattet mit Marke, Seriennummern, gefälschten Labels und Sicherheitshologrammen verkauft würden. Daimler-Chrysler ließ darüber hinaus im Rahmen einer Razzia in Nanjing im Januar 2003 rund 2.000 gefälschte Windschutzscheiben beschlagnahmen. Ferner gelang es, bei einer Durchsuchung im Mai 2003 in Dongguan und im Juli 2004 in Zhuhai weitere 650 gefälschte Mercedes-Benz Windschutzscheiben zu zerstören.¹⁷⁹ Doch das Problem betrifft nicht nur Daimler-Chrysler. Die *International Anti-Counterfeiting Coalition* (IACC) geht davon aus, dass der Marktanteil gefälschter Autozulieferteile in China zwischen 30% und 70% liegt.¹⁸⁰ Laut einer Umfrage der Commercial Times, die im November 2002 in China durchgeführt wurde, berichteten 56% der befragten Fahrzeughalter, gefälschte Kfz-Teile in ihrem Auto entdeckt zu haben.¹⁸¹

Einer chinesischen Internetmeldung zufolge sei der chinesische Kfz-Teilemarkt tatsächlich in erheblicher Weise von Fälschungen durchdrungen. Nach Angaben von VW China betrage der Umsatz des gesamten chinesischen Kfz-Ersatzteilmarktes rund 1,4 Mrd. Euro pro Jahr. Lediglich ein Drittel davon würden Originalteile ausmachen, zwei Drittel seien gefälscht. Seit 1997 habe das *Technology Supervision Bureau* (TSB), eine Behörde, die Verletzungen gewerblicher Schutzrechte ahnden kann, bei mehr als 700 Fabriken Razzien durchgeführt und gefälschte Kfz-Teile in großen Mengen beschlagnahmt. Bis Ende 2000 habe das Shanghaier VW-Werk rund 1,5 Mio. PKW in China abgesetzt, aber im ganzen Land seien nur 500 offizielle Vertragswerkstätten vorhanden (ca. 3.000 PKW pro Werkstatt). Deshalb nutzten die meisten PKW-Halter freie Werkstätten, wo sie meistens gefälschte Ersatzteile eingebaut bekämen. Ein Originalscheinwerfer von VW koste rund 33 Euro, eine qualitativ gute Produktfälschung lediglich ca. drei Euro. Laut dieser Meldung seien aufgrund dieser hohen Preisunterschiede die chinesischen Kfz-Versicherungen dazu übergegangen, nur noch die Kosten für gefälschte Ersatzteile zu ersetzen.¹⁸²

Der illegale Nachbau von Kfz-Ersatzteilen ist lukrativ. Müssen Originalhersteller für ihre Modellpalette Zehntausende von unterschiedlichen Ersatzteilen vorhalten und lagern, so beschränken sich die Fälscher auf diejenigen Teile, die häufig benötigt werden. Dadurch können Größenvorteile genutzt und Lagerkosten gespart werden. Entwicklungs- und Prüfkosten muss der Fälscher ebenso kaum aufbringen. Das Marketing übernimmt automatisch und kostenfrei der Originalhersteller und eine komponentenspezifische Zertifizierung kann er ebenfalls umgehen. Deshalb sind im Bereich Kfz-Ersatzteile beträchtliche Gewinnmargen vorhanden.¹⁸³ Die Gefahren sind jedoch erheblich: Mangelhafte Schweißarbeiten, schwache Scharniere, Stoßfänger, die nur einen Bruchteil der Impulsenergie absorbieren und Bremsen, die erhebliches Fading aufweisen oder sogar zu brennen be-

¹⁷⁸ Vgl. Beate Lalk-Menzel, „Produktpiraterieprobleme in China“, Vortrag im Rahmen der Veranstaltung „Image in China“, Landesbank Baden-Württemberg, Stuttgart, 10.03.2005.

¹⁷⁹ Vgl. Lalk-Menzel, mündliche Mitteilung, 10.03.2005.

¹⁸⁰ Vgl. IACC, „Letter to Mrs. Gloria Blue, Office of the United States Trade Representative“, 10.09.2003, Zugriff 18.12.2003, S. 3, (<http://publish.iacc.org/teampublish/uploads/USTRChinaFR7-03Final.pdf>)

¹⁸¹ Zitiert nach Eugen von Keller/Jian Wei/Hubertus Drinkuth, „Intellectual Property Protection in China: Playing Weiqi, the Game of Enclosures“, 04.02.2005, Zugriff 30.07.2005, S. 14, (www.rolandberger.com/pdf/rb_press/public/RB_China_IP_Protection_20050204.pdf).

¹⁸² Vgl. „Qi pei: zhong guo qi che gong ye de zui hou fang xian“, 06.12.2000, Zugriff 19.08.2005, S. 3, (<http://finance.sina.com.cn/d/26750.html>).

¹⁸³ Vgl. Jean-Pierre Brut, „Car Parts Counterfeiting. A crime against intellectual property rights which threatens the economy and people's safety“, in: *International Criminal Police Review*, Number 476-477/1999, S. 10.

ginnen, gefährden die Sicherheit von Kraftfahrzeugführern aber auch die der im Straßenverkehr befindlichen Fußgänger und Radfahrer.¹⁸⁴

Folgender Tatbestand gibt ein Hinweis auf das massiv um sich greifende Ausmaß von Produktpiraterie in der Kfz-Ersatzteilbranche in China. Der Hersteller gefälschter Mercedes-Benz-Windschutzscheiben mit Sitz in Zhuhai, der von einer Razzia heimgesucht wurde, bat einige Zeit nach der Razzia Daimler-Chrysler selbst um Hilfestellung beim Kampf gegen chinesische Produktpiraten. Der ehemalige Fälscher war selbst Opfer von Counterfeiting geworden und erleide bereits beträchtliche Verluste in Form von rund 20-prozentigen Umsatzeinbußen.¹⁸⁵

Eine weitere Form der Markenverletzung begeht der erste Joint Venture Partner Daimler-Chrysler in China Norinco bereits seit längerer Zeit. Norinco entwickelte eine eigene Marke, die der von Mercedes-Benz ausgesprochen ähnelt. Ferner hätte Daimler-Chrysler in China unter einigen schwerwiegenden Design-Verletzungen gelitten. Das Design des Reisebusses „Setra Top Class 400“ sei von einem chinesischen Hersteller in großem Stil erfolgreich kopiert worden. Letzterer sei Sponsor der Miss World Wahl 2003 gewesen, die im Badeort Sanya auf der südchinesischen Insel Hainan stattgefunden hatte.¹⁸⁶

Zu einem weiteren Beispiel zählt der Prototyp einer C-Klasse-Kopie namens „Geely MR300“. Die Fahrzeugfront ähnelt dem neuen Modell der Mercedes C-Klasse, das Fahrzeugheck der aktuellen 5-er-Reihe von BMW. Doch die Qualitäts- und Preisunterschiede dieses Prototyps, dessen Markteinführung Daimler-Chrysler gerade noch verhindern konnte, wären enorm gewesen. Der „Geely MR300“ wäre zu einem Verkaufspreis von rund 15.000 Euro in China angeboten worden, während Daimler-Chrysler Mercedes C-Klasse für ca. 80.000 Euro zu erwerben ist. Der chinesische Hersteller Geely, der derzeit viertgrößte private PKW-Hersteller Chinas mit Sitz in der Provinz Zhejiang, hatte jedoch bereits erfolgreich das Design des alten C-Klasse-Modells kopieren können und sein Modell „Geely Meilu“ in Verkehr gebracht, da es Daimler-Chrysler versäumt hatte, sich rechtzeitig das eigene Design in Form einer Geschmackmusteranmeldung in China zu sichern.¹⁸⁷

Der Daimler-Chrysler Konzern wurde auch von Know-how Abfluss in einer anderen Weise betroffen: Im Jahre 1997 investierte der Automobilkonzern rund 100 Mio. US\$ in ein Bus-Joint-Venture im südchinesischen Yangzhou. Yaxing-Benz, so der Name des Gemeinschaftsunternehmens, sollte jährlich 7.000 Busse und 12.000 Chassis herstellen. Doch die örtlichen Partner kopierten die deutsche Technologie, bauten ein Werk in unmittelbarer Nähe und stellten dort in Eigenregie Busse her. So liefen anstatt der geplanten 7.000 Busse bei Yaxing-Benz im Jahr 2000 nur 300 Busse vom Band, ein Jahr später nur noch 110 Busse. Dagegen stellt der chinesische Partner Yangzhou Yaxing Motor Coach mit der Daimler-Technik etwa 8.000 Busse pro Jahr her.¹⁸⁸ Trotzdem blieb es Daimler-Chrysler bis heute verwehrt, das brach liegende Joint-Venture wenigstens zu liquidieren.¹⁸⁹

Ein weiterer Fall von „Joint Venture-Substitution“ wurde in einem anderen Bereich sicherheitsrelevanter Produkte im Frühling 2005 bekannt: Ein französisches Unternehmen der Kellereiwirtschaft hatte ein Joint Venture mit einem chinesischen Partner zur Herstellung von Wein gegründet. Es wurde bekannt, dass der chinesische Partner auf der anderen Straßenseite den Weinkeller – Bauabschnitt für Bauabschnitt – eins zu eins kopierte. Als dieser fertiggestellt wurde, wurden die Weinbauern, mit denen das Joint Venture im Vertrag stand, bestochen, die Weintrauben an die nachgebaute Kellerei zu liefern. Das Joint Venture konnte nicht mehr mit der Weinproduktion beginnen.¹⁹⁰

Zurückkehrend zu Daimler-Chrysler ist ferner festzuhalten, dass der Konzern auch Opfer einer besonders perfiden Art der Markenpiraterie ist – der Dienstleistungsfälschung. Es befänden sich laut Lalk-Menzel verstreut über die entwickelten Regionen Chinas gefälschte Daimler-Chrysler

¹⁸⁴ Vgl. Brut 1999, S. 11.

¹⁸⁵ Vgl. Lalk-Menzel, mündliche Mitteilung, 10.03.2005.

¹⁸⁶ Vgl. Lalk-Menzel, mündliche Mitteilung, 10.03.2005.

¹⁸⁷ Vgl. Lalk-Menzel, mündliche Mitteilung, 10.03.2005.

¹⁸⁸ Vgl. Sieren/Kamp 2004, S. 50.

¹⁸⁹ Vgl. Sieren, Frank, „Langer Atem“, in: *Wirtschaftswoche*, 14.07.2005, S. 50.

¹⁹⁰ Vgl. Martin Staudinger, Redakteur des österreichischen Magazins *Profil*, mündliche Mitteilung am 28.06.2005.

Servicestationen, die häufig mehr als 15 Kfz-Mechaniker beschäftigten und die in gefälschter Mercedes-Berufskleidung Wartungs- und Reparaturarbeiten an Mercedes-Fahrzeugen verrichteten. Ferner sei die Fassaden- und Innenraumgestaltung bis hin zu Briefbögen und Rechnungen mit dem Mercedes-Stern versehen.¹⁹¹

General Motors Daewoo beklagt Kopien seines PKW „Spark“ durch das Staatsunternehmen Chery, mit Sitz in Wuhu, Provinz Anhui, das sich teilweise im Besitz der Lokalregierung befindet. Der PKW mit dem Namen „Chery QQ“ ähnelt dem „Spark“ in verblüffender Weise. Nachdem mehrere professionelle technische Organisationen die Fahrzeuge untersucht haben, kamen sie unabhängig voneinander zu dem Ergebnis, dass die starke Ähnlichkeit kein Zufall sein kann. Das Außen- und Innendesign, die Fahrzeugstruktur und Schlüsselkomponenten seien nahezu identisch. Besonders auffällig sei, dass fast alle Teile des Fahrzeugs gegeneinander funktionstüchtig austauschbar seien.¹⁹² Ferner wurde Chery von GM Daewoo beschuldigt, es habe eine getarntes Originalfahrzeug von GM Daewoo als eigenes Crashtestfahrzeug missbraucht, um die chinesischen Sicherheitsnormen zu erfüllen.¹⁹³ GM Daewoo er hob im Mai 2005 Klage gegen das Unternehmen Chery wegen der Verletzung von Geschäftsgeheimnissen und Urheberrechten und verlangte rund 10 Mio. US\$ Schadensersatz.¹⁹⁴ Das Verfahren endete Ende November 2005 in einem Vergleich, dessen Konditionen nicht veröffentlicht wurden. Malcom Bricklin, ein Fahrzeughändler, der beabsichtigt, ab 2007 PKW von Chery in die USA zu importieren, ließ jedoch öffentlich verlautbaren, dass GM von Chery keine Entschädigungsleistungen zu erwarten habe.¹⁹⁵ GM Daewoo befürchtet, dass ab 2006 Chery bestrebt sein wird, den „Chery QQ“ in die USA zu einem Endpreis zu verkaufen, der trotz Zollabgaben um 30% niedriger sein wird als derjenige vergleichbarer US-Fahrzeuge.¹⁹⁶ Die Befürchtungen des Originalherstellers sind berechtigt. Im Mai 2004 brachen die Verkaufszahlen des Originalfahrzeugs auf 329 ein, während der „Chery QQ“ sich im gleichen Zeitraum 4.387-mal absetzen ließ. Der Automobilbauer Chery hatte bereits 2001 mit dem VW-Konzern Dispute ausgefochten, da das erste produzierte Chery-Modell wie eine identische Kopie des „Jetta“ aussah.¹⁹⁷

Ford gibt an, dass Counterfeiting weltweit für den Automobilhersteller rund 2 Mrd. US\$ Schaden durch Umsatzverluste verursache. Neulich beschlagnahmte Ford im Rahmen einer Fabrik-durchsuchung in China 7.000 Paar gefälschte, aus Sägemehl bestehende Bremsbeläge.¹⁹⁸

Toyota beklagt Markenfälschungen in China dergestalt, dass Geely seinem Modell „Merry“ auf Motorhaube, Lenkrad, Radkappen und Kofferraum ein Logo verpasst, das dem von Toyota (stiliertes „T“) zum Verwechseln ähnelt.¹⁹⁹ Toyota verklagte Geely im August 2003 auf Unterlassung und Schadensersatz in Höhe von 1,7 Mio. US\$. Grundlage dafür war u.a., dass in einer Umfrage, die in Peking von der Shaohai Market Investigation Company durchgeführt wurde, 67% der Befragten angaben, dass Fahrzeuge mit dem Merry-Logo aus dem Hause Toyota stammen müssten.²⁰⁰

¹⁹¹ Vgl. Lalk-Menzel, mündliche Mitteilung, 10.03.2005.

¹⁹² Vgl. „China pressed to forcefully attack intellectual property theft“, 13.01.2005, Zugriff 27.07.2005, S. 4, (<http://usinfo.state.gov/ei/Archive/2005/Jan/14-57930.html>).

¹⁹³ Vgl. „GM Resolves Piracy Lawsuit with Chery Automobile“, 18.11.2005, Zugriff 13.12.2005, S. 1, (www.finwin.com/finwin/home/headlinesdisplay.cfm?story=8658552&id=997)

¹⁹⁴ Vgl. „GM claim for RM80 Mln Compensation from Chery“, 08.05.2005, Zugriff 28.07.2005, S. 1, (<http://en.chinabroadcast.cn/2600/25005-5-8/87@234870.htm>).

¹⁹⁵ Vgl. „GM and Chery settle legal action“, 19.11.2005, Zugriff 13.12.2005, S. 2, (<http://msnbc.msn.com/id/10102211/>).

¹⁹⁶ A.T. Kearney, „The Counterfeiting Paradox“, 2005, Zugriff 05.08.2005, S. 3, (www.atkearney.com/shared_res/pdf/Counterfeiting_Paradox.pdf).

¹⁹⁷ Vgl. Markus Gärtner, „Turbo-Kapitalismus oder Planwirtschaft“, in: *Asia Bridge*, 8/2004, S. 15.

¹⁹⁸ Vgl. Joann Muller, „Counterfeiting cars in China“, 01.02.2004, Zugriff 14.04.2004, S. 1, (<http://msnbc.msn.com/id/4131724/>).

¹⁹⁹ Vgl. Angela Köhler, „Ist der Honda ein Honda? – Verwirrung in China“, in: *Stuttgarter Zeitung* 03.01.2004, zitiert nach Chinaintern, Zugriff 21.02.2005, S. 1, (www.chinaintern.de).

²⁰⁰ Vgl. „Car logos trial gears up“, in: *China Daily Online*, 07.08.2003, Zugriff 11.03.2005, S. 1, (www.chinadaily.com.cn/en/doc/2003-08/07/content_252629.htm).

Honda hat derselben Quelle zufolge Probleme mit drei chinesischen Motorenherstellern, die ihre Produkte unter dem Namen „Hongda“ vertreiben. Auch hier sind Verwechslungen mit dem japanischen Konzern beabsichtigt. Honda klagte seit 1997 bereits in China 53-mal gegen Kopien seiner Fahrzeuge. 43 dieser Verfahren schweben noch heute.²⁰¹ China hat sich zu einem der größten Produzenten gefälschter Automobilersatzteile weltweit entwickelt, was für die betroffenen Hersteller rund 12 Mrd. US\$ pro Jahr an Schäden bedeutet.²⁰²

Eine Umfrage des japanischen Verbandes der elektrotechnischen Industrie aus dem Jahre 2001 zeigte auf, dass bereits zu diesem Zeitpunkt 67% der japanischen Unternehmen, die sich an der Befragung beteiligt hatten, unter IP-Verletzungen in China litten.²⁰³ Angaben von Kong zufolge wurden in China im Jahre 2002 rund 1,4 Mio. Motorräder produziert, die Geschmacksmuster verletzten.²⁰⁴ Laut Hochrechnungen sind fünf von sechs sich auf dem chinesischen Markt befindlichen Yamaha-Motorrädern gefälscht.²⁰⁵ Yamaha schätzte im Jahr 2000, dass unter den 135 chinesischen Motorradherstellern 62 regelmäßig Markenrechte verletzen und 104 Urheberrechte missachten. Ganze Motorräder oder Teile werden kopiert. Die Rechtsverletzer setzen auf dem chinesischen Markt rund 30-mal mehr ab als Yamaha und verkaufen ihre Produkte zu einem Drittel des Preises der Originale.²⁰⁶

Neben Artikeln des täglichen Bedarfs stehen Medikamente auf der Prioritätenliste der Fälscher ganz oben. Mehreren Quellen zufolge soll China bereits zum weltweit größten Lieferanten gefälschter Pharmazeutika avanciert sein.²⁰⁷ Laut einer Umfrage der WHO aus dem Jahr 1999 erreichten die Entwicklungsländer der Region „Westpazifik“ (darunter China, Vietnam und die Philippinen) eine Marktdurchringungsquote gefälschter Pharmazeutika von rund 49%. Dies ist deutlich die höchste Rate weltweit.²⁰⁸

Generell kann an einem verkaufsfertigen Medikament alles gefälscht werden: Wirkstoffe, Dosierung, Verpackung, Herstellername, Verfallsdatum sowie die Dokumentation bezüglich Qualitätskontrollen. Es gibt grundsätzlich vier Arten von Arzneimittelfälschungen: Unter die erste Kategorie fallen die perfekten Kopien, die auch hinsichtlich Wirkstoff und Zusammensetzung dem Original entsprechen. Sind diese Arzneimittelfälschungen unter hygienischen Bedingungen hergestellt, so weisen sie keine Risiken für Verbraucher auf. Zu der zweiten Kategorie zählen gefälschte Medikamente, die zwar auch in identischen Verpackungen und unter selbiger Marke verkauft werden, jedoch nur einen Bruchteil des angegebenen Wirkstoffes enthalten. Neben mangelhafter Wirksamkeit droht vor allem im Bereich Antibiotika eine Resistenzentwicklung. Die dritte Art von Arzneimittelfälschung sieht zwar dem Original zum Verwechseln ähnlich, enthält aber keinerlei Wirkstoffe, z.B. nur Milchpulver. Diese Placebos können keine Verbesserung des Gesundheitszustandes der ahnungslosen Verbraucher bewirken. In Fällen, in denen Patienten auf bestimmte Medikamente angewiesen sind, ist dies besonders gefährlich. Die vierte Kategorie birgt die größten Gefahren – nicht nur für Verbraucher, sondern auch für die regulären pharmazeutischen Hersteller, und zwar dann, wenn sie die Herkunft ihrer Originalprodukte nicht eindeutig belegen können: Es handelt sich um Produkte, die giftige Substanzen beinhalten.²⁰⁹

²⁰¹ Vgl. Wagner 14.02.2005, S. 3.

²⁰² „IP Theft Funding Organized Crime and Terrorism“, 30.04.2004, Zugriff 21.01.2005, S. 1, (www.aplf.org/mailers/issue191.html)

²⁰³ Vgl. Kong Qingjiang, „Japanese Chauvinism or Chinese Nationalism? Protection of Intellectual Property in China and its Implications for Sino-Japanese Economic Relations“, in: *The Journal of World Intellectual Property*, Nr. 5, 2003, S. 670.

²⁰⁴ Zitiert nach Kong 2003, S. 671.

²⁰⁵ Vgl. „China's Piracy Plague“, in: *Business Week*, 5. Juni 2000, S. 47.

²⁰⁶ Vgl. Masayuki Hosokawa, „Advancement into China and Infringement of Intellectual Property Rights“, Beijing 2000, Zugriff 27.12.2004, S. 1, (www.sri.or.jp/asia/7th/3e-Hosokawa.pdf)

²⁰⁷ Vgl. Goodman, Peter S., „China's Killer Headache: Fake Pharmaceuticals“, in: *Washington Post Foreign Service*, 30.08.2002, Zugriff 04.03.2003, S. 1, (www.washingtonpost.com).

²⁰⁸ Vgl. Albert I. Wertheimer/Thomas M. Santella/Nicola M Chaney, „Counterfeit Pharmaceuticals – Update on Current Status and Future Projections“, 2004, Zugriff 21.03.2005, S. 2, (www.briefings.com/pdf/955/ACFB49F.pdf)

²⁰⁹ Vgl. German Pharma Health Fund e.V., „What is being counterfeited? Four types of medicine counterfeiting“, Zugriff 21.03.2005, S. 1, (www.gphf.org/web_en/projekte/minilab/hintergrund_arzneimittelfaelschungen.htm#Typen)

Belegte Beispiele für gefälschte Pharmazeutika sind Antibiotika, die nur Talkumpuder enthielten, Anti-Baby-Pillen, gefüllt mit Reismehl, Asthmamittel aus Kerosin oder Kopfschmerztabletten aus Zement und Herztabletten aus Milchpulver. Der Fall von durch Fenfluramin verseuchten Diätpillen, die in Japan zu mindestens vier Todesfällen aufgrund Leberversagens führten und 160 Menschen teils schwer Erkrankten, erregte internationales Aufsehen. Die Betroffenen hatten die Schlankmacher via Internet aus China bezogen. Der zunächst verdächtigte Hersteller mit Sitz in Huizhou in der Provinz Guangdong konnte jedoch belegen, dass es sich um gefälschte Pillen handelte, die nicht aus seiner Produktion stammten. Die chinesischen Täter hatten gezielte Desinformationstaktiken angewandt.²¹⁰

Klaus Gronwald, Kriminalkommissar des BKA in Wiesbaden, berichtete im Rahmen eines Interviews von Todesfällen in den USA aufgrund gefälschter Vorprodukte für das Antibiotikum Gentamycin, das aus chinesischer Produktion stammte.²¹¹ Über 190.000 Menschen starben laut Shenzhen Evening News im Jahre 2001 an gefälschten Medikamenten, die durch Giftstoffe oder Bakterien verseucht waren.²¹² Im Jahr 2001 wurden in China bereits 1.300 Fabriken, die gefälschte Medikamente herstellen, von den Behörden geschlossen.²¹³

Dennoch bleibt die Situation für die IP-Rechtsinhaber wie für die Verbraucher weiterhin bedrohlich. Denn gefälschte Medikamente sind sehr leicht herzustellen, da die tatsächlichen Inhaltsstoffe für den Patienten nicht zu erkennen sind. Ferner werden die notwendigen Verpackungen entweder bei den Herstellern in China zugekauft, die auch die Originalhersteller beliefern oder sie werden ebenso kopiert. In China wurden darüber hinaus viele Fälle von illegalem Handel mit gebrauchten Klinikverpackungen bekannt: Die leeren Verpackungen wurden nicht regelrecht entsorgt, sondern gelangten in den freien Handel, um Counterfeits zu verpacken. Dies ist für Originalhersteller wie Patienten besonders problematisch, weil es sich bei diesen Verpackungen um Originale handelt. Ein Erkennen der gefälschten Medikamente ist somit erheblich erschwert bzw. für den Verbraucher schlichtweg unmöglich.²¹⁴ Es ist also ein Leichtes, mit illegalen Pharmazeutika schnell viel Geld zu verdienen: „All you need to counterfeit drugs is a person with access to a small laboratory, a propensity for theft and a total disregard of human dignity.“²¹⁵

Besonderes Aufsehen erregte der Fall „Richard J. Adler“, einem US-Bürger mit Sitz auf Mallorca, der rund 400 Internet-Seiten in Europa betrieb, um Kopien von Lifestyle-Medikamenten, wie Viagra (Pfizer), Reductil (Abbott) oder Xenical (Roche) in großen Mengen illegal zu vertreiben. Adler beschaffte sich die gefälschten Medikamente nachweislich in der VR China und errichtete kleine Vertriebslager in ganz Europa, darunter auch im bayerischen Wertingen.²¹⁶

Im Bereich der Pharmazie haben IP-Inhaber neben dem hohen Marktdurchdringungsgrad von gefälschten Medikamenten und verkürzten Schutzfristen aufgrund zu langer Patentanmeldungsverfahren weitere brachenspezifische Probleme in China zu erleiden. Der Begriff „gefälschtes Medikament“ ist unter chinesischem Recht äußerst eng definiert und bezieht sich auf die Produktqualität, d.h. ein Medikament, das echten Wirkstoff in richtiger Menge enthält, gilt nicht als Fälschung.²¹⁷ Dieses Verständnis zeigt erhebliche Unterschiede zum universell akzeptierten Standard auf, in dem die Fälschung von Medikamenten als willentliche Falschauszeichnung hinsichtlich Herkunft, Identität, Handelmarke und Logo betrachtet wird.²¹⁸

²¹⁰ Vgl. „Chinese diet pill casualties mount“, 21.07..2002, Zugriff 13.1.2005, S. 2, (<http://archives.cnn.com/2002/WORLD/asiapcf/east/07/21/japan.pills/>).

²¹¹ Vgl. Klaus Gronwald, mündliche Mitteilung, 29.4.2005.

²¹² Vgl. Goodman 30.08.2003, S. 1.

²¹³ Vgl. Wertheimer/Santella/Chaney 2004, S. 3.

²¹⁴ Vgl. Geoff Power, „Pharmaceutical Counterfeiting“, in: *International Criminal Police Review*, Number 476-477/1999, S. 16.

²¹⁵ Milton Silverman, zitiert nach German Pharma Health Fund e.V. 2005, S. 1.

²¹⁶ Vgl. „Spinne im Netz“, 04.07.2005, Zugriff 01.08.2005, S. 1, (www.spiegel.de).

²¹⁷ Vgl. American Chamber of Commerce in PRC, „2004 White Paper. American Business in China. Pharmaceuticals“, 2004, Zugriff 21.03.2005, S. 1, (www.amcham-china.org.cn/publications/white/2004/en-36.htm).

²¹⁸ Vgl. American Chamber of Commerce in PRC 2004, S. 1.

Pfizer, der Hersteller des Potenzmittels Viagra, berichtete im Jahre 2002 nicht nur von einem Umsatzverlust durch Produktfälschungen von rund 135 Mio. US\$ in Ostasien, sondern auch, dass in vielen Regionen Chinas Viagra-Fälschungen weit vor der regulären Einführung die Märkte erreicht hätten.²¹⁹ Laut einer Marktstudie, die die Corporate Security Abteilung von Pfizer 2001 durchgeführt hatte, waren 88% der außerhalb von Krankenhäusern gehandelten Viagra-Pillen gefälscht.²²⁰ Die Ungültigkeitserklärung des Pfizer-Patents vom 5. Juni 2004 hat darüber hinaus in Fachkreisen weltweit besonders großes Aufsehen erregt. Aufgrund „unzureichender Offenlegung“ wurde das von der SIPO bereits erteilte Patent vom *Patent Review Board* (PRB) des SIPO für unwirksam erklärt – und zwar aufgrund neuer Richtlinien, die erst *nach* der Erteilung des Patents erlassen worden waren. Ferner wurde dem Patentinhaber keine Möglichkeit eingeräumt, die neuen Datenstandards zu erfüllen.²²¹

Textilien, bearbeitet mit toxischen Färbemitteln, Zigaretten mit erheblich über dem zulässigen Wert liegenden Nikotinanteil oder leicht entflammbare Teddybären stellen ein erhebliches Sicherheitsrisiko für den Verbraucher dar.²²² Dies trifft auch auf gefälschte Rauchmelder aus China zu. Aldi musste jene im Dezember 2004 per Rückruf aus dem Sortiment nehmen.²²³

Verschärft wird die Missbrauchssituation, weil Kopien und Fälschungen immer besser werden. Vielfach sind sie bereits mit Strichcodes, Waren- und Sicherheitszeichen wie z.B. Echtheitshologrammen ausgestattet und machen dem Kunden das Erkennen von Fälschungen nicht leicht. „Selbst aufwändige technische Sicherheitsmerkmale wie Hologramme, Farbcodes, digitale Signaturen oder Mikroschriften gewähren nur einen temporären Schutz. Sie besitzen häufig nur eine „Halbwertszeit“ von einem halben bis zu zwei Jahren. Das Kennzeichnen von Produkten läuft auf ein Katz- und Mausspiel hinaus,“ so Robert Eck, Geschäftsführer einer auf Anti-Counterfeiting spezialisierten Unternehmensberatung.²²⁴

3.3 Counterfeiting-induzierte Verluste und Export von rechtsverletzenden Produkten

Die mikroökonomischen Gefahren von Counterfeiting können sich für die betroffenen Unternehmen in Umsatzeinbußen, Goodwill-Verlusten bzw. Reputationsschäden sowie unberechtigten Produkthaftungsklagen und Schadensersatzforderungen manifestieren. Ferner sind die Kosten für die Bekämpfung von Fälscher-Aktivitäten zu nennen. Wie bereits erwähnt, geben die weltweit 500 größten Unternehmen jährlich durchschnittlich zwei bis vier Millionen US\$ für die Gründung von Sonderabteilungen, Sicherheitskennzeichnungen, Rechtsbeistand, Zusammenarbeit mit Detektiven und die Prozesskosten vor Gericht aus. Rund die Hälfte des diesbezüglichen weltweiten Anti-Counterfeiting-Budgets setzen die Unternehmen davon allein in der VR China ein.²²⁵

Um Umsatzeinbußen durch Counterfeiting zu schätzen, werden häufig die Zollbeschlagnahmestatistiken herangezogen. Diese können jedoch lediglich Hinweise geben: Erstens legt der US-Zoll bzw. die Zollbehörden der Länder der Europäischen Union bei einer Beschlagnahme nur den tatsächlichen Materialwert eines Produktes für die Statistik zugrunde – dies entspricht jedoch nicht dem Verlust eines Originalherstellers, der bei einer Kaufsubstitution durch eine Fälschung entsteht.

Zweitens kann der Zoll lediglich 3-5% der Warenimporte tatsächlich kontrollieren. Zwar liegt die tatsächliche Quote durch Risikoeinschätzungen, d.h. durch eine Konzentration der Kontrollmaßnahmen des Zolls auf bestimmte Waren aus Ursprungsländern, die für Marken- und Produktfäl-

²¹⁹ Vgl. Clark 2003, S. 10.

²²⁰ Vgl. Clark 2003, S. 7.

²²¹ Vgl. American Chamber of Commerce in PRC 2004, S. 2.

²²² Vgl. Möller 2004, S. 3.

²²³ Vgl. „Funktionsuntüchtige Rauchmelder im Umlauf“, Zugriff 06.01.2004, S. 1, (www.wdr.de/themen/_config/_mediabox/index.jhtml?seite=2&mkat=1&mid=795).

²²⁴ Robert Eck, „Ganzheitliches Anti-Counterfeiting“, Vortrag im Rahmen des Seminars „Internationales strategisches Produkt- und Markenschutzmanagement – Schwerpunkt VR China“ am 13.05.2002, IHK Pfalz, Ludwigshafen.

²²⁵ Vgl. Lusby 7.12.2005, S. 1.

schungen bekannt sind, etwas höher. Es ist jedoch kein Geheimnis, dass enorme Warenmengen ohne physische Kontrolle den Zoll passieren können.

Drittens arbeitet nur eine Minderzahl der Rechtsinhaber (es handelt sich dabei lediglich um Bruchteile von einem Promille der Rechtsinhaber) mit dem US-Zoll aktiv zusammen. Diese Umstände treffen in gleicher Weise auch auf die EU-Zollbehörden zu.

Einer Schätzung zufolge verlieren westliche Unternehmen rund 16 Mrd. US\$ Umsatz in China pro Jahr.²²⁶ Da aber allein der US-Zoll bereits im Jahr 2001 bei insgesamt 694 Beschlagnahmen aus China Waren im Wert von rund 15 Mio. US\$ sicherstellten konnte, scheint der tatsächliche Wert heute erheblich höher zu liegen. Eine andere Hochrechnung des U.S. Commerce Department aus dem Jahre 2004 geht deshalb von Verlusten in Höhe von rund 50 Mrd. US\$ allein für US-amerikanische Unternehmen aus.²²⁷

Verschärft wird die Situation dadurch, dass die gefälschten Produkte eben nicht nur in China abgesetzt, sondern auch auf dem Weltmarkt vertrieben werden. Selbst Unternehmen, die sich bisher nicht im chinesischen Markt engagierten, sind davon zunehmend betroffen. Denn ein Fernbleiben vom chinesischen Markt schützt nicht davor, Opfer von chinesischen Produkt- und Markenpiraten zu werden. Dies belegt folgender Fall: Ein Schleifmaschinenhersteller in Süddeutschland, der bisher noch keine asiatischen Märkte bearbeitet hatte, wurde von einem chinesischen Kunden kontaktiert, der bei ihm ein Ersatzteil bestellen wollte. Da dies dem Hersteller, der noch nie eine Maschine nach China geliefert hatte, stutzig machte, schickte der chinesische Kunde ein Bild der besagten Schleifmaschine. Diese hatte zwar Ähnlichkeit mit den Originalmaschinen des deutschen Herstellers, war aber eine Produktfälschung, die dessen Markenemblem trug.²²⁸

Im Rahmen der Befragung der IHK Pfalz antworteten 87% der von Counterfeiting betroffenen Unternehmen auf die Frage, ob sie Fälschungen bzw. Plagiate ihrer Produkte auch außerhalb des Reichs der Mitte gefunden hätten, mit „ja“. Der weltumspannende Vertrieb chinesischer Piraterieware ist ein Indiz dafür, dass kriminelle Banden involviert sein müssen. Die weltweiten Umsatzerluste der Originalhersteller, die durch chinesische Piraterieware verursacht werden, sind außerordentlich bedeutend.

Die folgende Darstellung veranschaulicht die Destinationen chinesischer Plagiate und Produktfälschungen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass es sich erstens um deutsche Unternehmen handelt, die befragt wurden, d.h. diese Unternehmen werden per se den deutschen und die angrenzenden Märkte am besten überblicken können. Zweitens ist nicht davon auszugehen, dass alle befragten Unternehmen über ausreichende Informationen über die Marktanteile chinesischer Imitate und Fälschungen ihrer Produkte weltweit verfügen. Dennoch bietet diese Aufstellung ein grobes Raster:

²²⁶ Vgl. Gärtner, Markus, „Chinas Schattenboxen gegen die Produktpiraten“, in: *Handelsblatt*, 03.05.2002, S. 5.

²²⁷ Vgl. „The new Chinese counterfeit game“, in: *International Herald Tribune – The IHT Hotline*, 15.11.2004, Zugriff 16.11.2004, S. 1, (www.iht.com/bin/print_ipub.php?file=/articles/2004/11/14/business/chiip.html).

²²⁸ Vgl. Sabine Dietlmeier, GIC Deutschland, mündliche Mitteilung, 30.12.2004.

Abbildung 2: Fundort von Fälschungen und Imitaten außerhalb der VR China²²⁹

Fundort von Fälschungen und Imitaten	In Prozent der befragten betroffenen Unternehmen
Deutschland	42%
Mittlerer Osten (v.a. Dubai, Kuwait, VAE, Iran, Pakistan)	34%
Großbritannien	26%
Frankreich	21%
Italien	21%
Benelux	21%
Indonesien	21%
USA, Osteuropa, Malaysia, Afrika	je 18%
Naher Osten, Südamerika, Taiwan, Singapur	je 16%
Griechenland, Thailand	je 8%
Skandinavien, Türkei	je 5%

Die Schätzungen der Befragten (IHK Pfalz-Befragung) hinsichtlich der konkreten Umsatzeinbußen, die durch Counterfeiting aus China entstehen, variieren in einer Spannbreite von „kaum messbar“ bis „mehrere 100% des Eigenumsatzes“ in China. Der größte Teil der Befragten kann dazu keine genauen Angaben machen, schätzt den Umsatzverlust jedoch zwischen 30-80% seines eigenen Warenumschlages in China ein. Zwei Unternehmen lieferten genaue Hochrechnungen des wertmäßigen Verlustes (1 Mio. RMB pro Jahr bzw. 215 Mio. Euro pro Jahr, jeweils alleine für den chinesischen Markt). Ein anderes Unternehmen äußerte, dass sich durch chinesische „Fakes“ der eigene Umsatz in der Region Nahost um mindestens 30% verringert habe.

Während die Befragten bisher in wenigen Fällen in unberechtigte Produkthaftungsklagen bzw. Schadensersatzforderungen verwickelt wurden, bewerten die betroffenen Unternehmen den durch Counterfeiting verursachten Reputationsschaden zu 78% als mindestens „bedeutend“ (19% als „sehr hoch“, 12% als „hoch“, 47% als „bedeutend“ und 22% als „marginal“).

3.4 Struktur und geographischer Wirkungskreis der Produktpiraten

Im ersten Halbjahr 2002 wurde vom *Foreign Economic Research Department* des *Development Research Centers*, das dem chinesischen Staatsrat unterstellt ist, eine Umfrage namens „Survey on the Effects of Counterfeiting on the National Economy“ durchgeführt, an der sich 213 Unternehmen beteiligten. Zu den Unternehmen zählten reine Staatsbetriebe (37,2%), Unternehmen, an denen der Staat Anteile hält (33,8%), Unternehmen mit Auslandskapital (16,4%), Privatunternehmen (7,2%) sowie Betriebe anderer Eigentumsformen.²³⁰

Laut dieser Umfrage, der 209 Datensätze zugrunde liegen und die schwerpunktmäßig Staatsunternehmen interviewte, sind vor allen Dingen kleine und mittelgroße Unternehmen sowie Individuen in Aktivitäten der Produkt- und Markenpiraterie verwickelt. Zu der größten Fälschergruppe zählen Privatunternehmen sowie illegale Produzenten ohne Gewerbegenehmigung. Es sei jedoch der Trend festzustellen, dass immer mehr Unternehmen in Counterfeiting-Aktivitäten involviert seien.²³¹ 87% der befragten Firmen gaben an, dass Kopien ihrer Produkte von Unternehmen und nicht von Individuen hergestellt werden würden. Dabei handele es sich in 62% der Fälle um Unter-

²²⁹ Qualitative Befragung der IHK Pfalz, November 2004.

²³⁰ Vgl. Development Research Center (DRC), „Survey on the Effects of Counterfeiting on the National Economy. DRC Report 2002-2003“, 2002, Zugriff 08.08.2005, S. 3, (www.qbpc.org.cn/en/about/references/drcreports/2002-2003drcreport).

²³¹ Vgl. Development Research Center 2002, S. 5.

nehmen, die legale und illegale Waren, darunter Plagiate und Produktfälschungen, parallel produzierten.

Der Umfrage zufolge gaben 74% der Befragten an, dass das Kapital zur Herstellung von Plagiaten privaten Quellen entspringt und 81% nahmen an, dass Produktpiraten Geldmittel von Dritten aufstreben, um ihre illegalen Aktivitäten zu finanzieren.²³² Hinsichtlich der Beweggründe der Fälscher erklärten 95% der Befragten, dass erstgenannte vor allen Dingen hohe Gewinne anstreben, ferner sahen 64% der Interviewten die Motivation in einer Reduzierung der Kosten für Entwicklung und Werbung an. Nur 52% glauben, dass das Ziel der Fälscher Steuerhinterziehung sei.²³³

Abbildung 3*: Struktur der IP-Rechtsverletzer in China

Beschaffenheit der IP-Rechtsverletzer	„Treffer“ (max. 209)	Anteil in % (209 = 100%)
Staatsunternehmen oder Unternehmen mit staatlicher Kapitalbeteiligung	18	9,4
Städtische und dörfliche Kollektivunternehmen	76	39,8
Unternehmen mit beschränkter Haftung	20	10,5
Privatunternehmen	144	75,4
Unternehmen mit Auslandskapital	5	2,6
Unternehmen, die von Kapitalgebern aus Hongkong, Taiwan und Macao finanziert werden	9	4,7
Individuen	143	74,9
Illegale Hersteller (ohne Gewerbegenehmigung)	151	79,1

* vgl. Development Research Center 2002, S. 6.

Die gleiche Umfrage ging auf die Gründe ein, weshalb chinesische Fälscher hohe Anreize haben, trotz einer etwaigen Abstrafung oder Verurteilung, Counterfeiting-Aktivitäten immer wieder zu betreiben. Folgende Abbildung führt die Ursachen analog der Ergebnisse der Umfrage zusammen:

Abbildung 4*: Gründe für wiederholtes Counterfeiting

Fälscher werden motiviert durch...	„Treffer“ (max. 209)	Anteil in % (198 = 100%)
exorbitante Gewinne	159	80,3
leichte Bestrafung	137	69,2
Lokalprotektionismus	124	62,6
Verhängung von Verwaltungsstrafen anstatt strafrechtlicher Sanktionen	62	31,3
Schwache administrative Rechtsdurchsetzung	52	26,3
Bewusster Kauf von Fälschungen durch Konsumenten	35	17,7
Schwaches Logistikmanagement/Lückenhafte „Supply Chain“	11	5,6
Andere Faktoren	6	3,0

* angelehnt an Development Research Center 2002, S. 16.

Laut der Umfrage werden die rechtsverletzenden Produkte weitestgehend in den normalen Handel eingeschleust, d.h. die Waren gelangen über große Handelsmärkte via Großhändler in die Auslagen vieler Einzelhändler. In Shenzhen bestünden beispielsweise ganze Warenhäuserkomplexe, die (fast)

²³² Vgl. Development Research Center 2002, S. 6.

²³³ Vgl. Development Research Center 2002, S. 6.

ausschließlich Produktfälschungen feilböten. So gäbe es z.B. ein Stockwerk, in dem ausschließlich gefälschte Gucci-Handtaschen von unterschiedlichen Herstellern ausgestellt würden.²³⁴

Der Vertrieb der chinesischen Fälschungen ist geographisch kaum eingegrenzt, wobei es für verschiedenen Produkte diverse „Produktions- bzw. Handelszentren“ gibt. Insgesamt tritt Counterfeiting in den entwickelten Küstenprovinzen u.a. aufgrund der höheren Kaufkraft der Konsumenten verstärkt auf.²³⁵ Eine Umfrage des QBPC bei ihren Mitgliedsunternehmen ergab, dass der größte Teil der Produktion, des Handels und des Exports in bzw. von den Provinzen Zhejiang und Guangdong stattfände bzw. ausginge.²³⁶

3.5 Diebstahl von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen

Der Diebstahl geistigen Eigentums kann jedoch nicht nur durch Verletzungen gewerblicher Schutzrechte, sondern auch durch direkten Raub von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen erfolgen. Gernade im Bereich der nicht patentierbaren Verfahrenstechnologie sind viele Unternehmen äußerst verwundbar, da ihnen nur sehr begrenzte Möglichkeiten zur Verfügung stehen, ihr Know-how zu schützen: Leitende chinesische Mitarbeiter verbleiben in China in der Regel nur kurz im Unternehmen, um durch einen Arbeitgeberwechsel das erworbene Know-how quasi an die Konkurrenz zu verkaufen. Ferner ist der Schutz von Geschäftsgeheimnissen anhand des chinesischen Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb rechtlich problematisch durchzusetzen. Außerdem bestehen gewisse Risiken des Verlustes an Know-how durch gesetzliche Vorgaben. Hier sind staatliche Zertifizierungsverfahren, wie z.B. die seit Mai 2002 verpflichtende CCC-Zertifizierung (China Compulsory Certificate) in dessen Rahmen alle technischen Details offen gelegt werden müssen und bereits einige Fälle des Diebstahls von Know-how nachgewiesen werden konnte, zu nennen.²³⁷ Unter gesetzliche Vorgaben, die den Abfluss von Know-how beschleunigen, zählen u.a. auch Regularien im Lizenzrecht, die einseitig zulasten des Lizenzgebers formuliert sind, prohibitive Einfuhrbeschränkungen für gebrauchte Maschinen, weitreichende Offenlegungsvorschriften beim Import von Kfz-Teilen nach China („Decree 125“), ein gesetzlich stark limitierter Einsatz von Sicherheitstechnologien und dem Zwang, bei der Planung von Fabriken und Industrieparks chinesische Designinstitute einzuschalten.

Der eigentliche Untersuchungsgegenstand dieser Studie ist zwar Produkt- und Markenpiraterie im Sinne einer Verletzung gewerblicher Schutzrechte. Da aber der Abfluss von Know-how, Wirtschaftsspionage bzw. Konkurrenzaußspähung mit Produkt- und Markenpiraterie viele Berührungs-punkte aufweisen bzw. häufig nahtlos ineinander übergehen, soll kurz darauf eingegangen werden.

Das Ausspähen von Unternehmen mit dem Ziel, an deren technisches Know-how und Verfahrenswissen zu gelangen, ist häufig Basis für spätere Aktivitäten der Produktpiraterie. Für Produkte der Hochtechnologie ist es nämlich nicht immer möglich, anhand eines reinen „Re-engineerings“ nahezu perfekte Produktkopien oder Imitate zu erstellen, die auch die gleichen Funktionen und Qualitätsattribute aufweisen wie das Originalprodukt. Somit sind „weitergehende Recherche“ von-nötien.

Einer Studie zum Thema Wirtschaftskriminalität von PWC aus dem Jahre 2003 zufolge, an der sich weltweit 3.623 Unternehmen beteiligten, geht hervor, dass unter 100 Fällen entdeckter Wirtschaftskriminalität (Betrug/Untreue, Korruption, Cybercrime, Produktpiraterie und Industriespionage) nur ein Fall von Industriespionage belegt wurde. Dieses eine Prozent trägt jedoch zu rund 30% der durch Wirtschaftskriminalität verursachten Gesamtschäden bei. Die Produktpiraterie, die in vielen Fällen auf Erkenntnissen der Industriespionage aufbaut, hat einen Anteil von rund 6% der

²³⁴ Vgl. NN, leitender Mitarbeiter eines deutschen Chemiekonzerns, mündliche Mitteilung, 13.06.2005.

²³⁵ Vgl. Development Research Center 2002, S. 7.

²³⁶ Vgl. Joseph Simone, „Counterfeiting in China - 2004 in Review“, Januar 2005, Zugriff 10.08.2005, S. 3, (www.bakernet.com/NR/rdonlyres/3E8E5C03-D273-499B-8C49-3A3EFD59C941/37541/1092CounterfeitinginChina2004review.pdf)

²³⁷ Vgl. NN, leitender Mitarbeiter eines deutschen Chemiekonzerns, mündliche Mitteilung, 13.06.2005.

berichteten Fälle, macht aber dennoch einen vergleichsweise hohen Teil von 27% der insgesamt quantifizierbaren Schäden aus.²³⁸

Hinsichtlich der Informationsbeschaffung sollte differenziert werden zwischen den Begriffen Wirtschaftsspionage und Konkurrenzausspähung, die umgangssprachlich auch als „Industriespionage“ bezeichnet wird. Unter Wirtschaftsspionage versteht man die staatlich gelenkte oder gestützte, von fremden Nachrichtendiensten ausgehende Ausforschung von Wirtschaftsunternehmen und Betrieben.²³⁹ Dieser Bereich nachrichtendienstlicher Tätigkeit ist Aufgabe der Spionageabwehr der Verfassungsschutzbehörden. Als Konkurrenzausspähung (Industriespionage) bezeichnet man die Ausforschung, die ein meist konkurrierendes Unternehmen gegen ein anderes betreibt.²⁴⁰ Dies gehört explizit nicht zum Aufgabenbereich der Verfassungsschutzbehörden.

Die chinesische Wirtschaftsspionage wird operativ im Wesentlichen durch zwei Organisationen getragen. Es handelt sich erstens um das chinesische Ministerium für Staatssicherheit (*Guojia Anquan Anbu*), das dem Staatsrat unterstellt ist und als ziviler Dienst sowohl für die innere Sicherheit als auch für die Auslandsaufklärung zuständig ist. Die chinesische Auslandsaufklärung beschafft weltweit Informationen u.a. aus den Bereichen Wissenschaft und Wirtschaft, wobei hierzu auch Informationen zählen, die nicht offen zugänglich bzw. besonders sensibel sind. Ausgangspunkt solcher Spionageaktivitäten sind oftmals sogenannte „Legalresidenturen“²⁴¹ in diplomatischen und konsularischen Vertretungen sowie Luftfahrtgesellschaften, Außenhandelsunternehmen, Presseagenturen, chinesische Unternehmen und deutsch-chinesische Joint-Ventures.²⁴²

Die zweite Trägerorganisation chinesischer Wirtschaftsspionage ist die Zweite Abteilung des Generalstabs der Volksbefreiungssarmee (*Zhongchan Erbu*), die als der chinesische militärische Informationsdienst ständig bemüht ist, vielfältige Kontakte in den jeweiligen Einsatzländern zu knüpfen und Informationen zu sammeln, die u.a. für die Fortentwicklung und Modernisierung der chinesischen Rüstung von Bedeutung sind.²⁴³

Hartwig Möller, Leiter des nordrhein-westfälischen Verfassungsschutzes, verlautbarte in einem Radio-Interview, dass Mitarbeiter chinesischer Nachrichtendienste gezielt in deutsche Universitäten eingeschleust würden und diese kurz vor ihrer Rückkehr nach China ganze Festplatten der Institute abräumten. Denn es sei insbesondere für China, das sich in einem ungeheuren wirtschaftlichen Aufschwung befindet, lohnend zu spionieren, d.h. sich Industriegeheimnisse bzw. bestimmte Verfahrensprozesse zu beschaffen anstatt sie selbst zu entwickeln.²⁴⁴

Im Januar 2003 wurden zwei Fälle von Industriespionage in den USA bekannt: Vertreter zweier chinesischer Firmen hatten versucht, Informationen über das Design von Computer Chips sowie von Codes für Softwareapplikationen zu stehlen, mit deren Hilfe die Suche nach Öl und Gas erleichtert werden kann.²⁴⁵ Und im November 2004 versuchten chinesische Spitzingenieure auf illegale Weise, Details der deutschen Transrapid-Technologie auszuspähen. Die Chinesen hatten sich in die Shanghaier Transrapid-Wartungsstation eingeschlichen, um Teile der Trag- und Führungstechnologie zu vermessen. Dabei wurden Sie von einem deutschen Mitarbeiter heimlich gefilmt. Der öffentlich als „Forschungs- und Entwicklungsaktion“ deklarierte Fall von Industriespionage zeigt, dass auch diese Art des Diebstahls von Know-how politisch protegiert wird. Der Fall

²³⁸ Vgl. PriceWaterhouseCoopers, „Wirtschaftskriminalität 2003. Internationale und deutsche Ergebnisse“, 8/2003, Zugriff 12.01.2005, S. 9+12, (www.pwcglobal.com/gx/eng/cfr/gecs/PwC_GECS03_Germany.pdf).

²³⁹ Vgl. Bundesamt für Verfassungsschutz für die Verfassungsbehörden in Bund und Ländern, *Wirtschaftsspionage. Information und Prävention*, Düsseldorf 2003, S. 2.

²⁴⁰ Vgl. Bundesamt für Verfassungsschutz für die Verfassungsbehörden in Bund und Ländern 2003, S. 2.

²⁴¹ „Legalresidenturen: zu Spionagezwecken missbrauchte diplomatische Einrichtungen oder unter staatlicher Kontrolle stehende Medien- und Wirtschaftseinrichtungen“ (Bundesamt für Verfassungsschutz für die Verfassungsbehörden in Bund und Ländern 2003, S. 12).

²⁴² Vgl. Bundesamt für Verfassungsschutz für die Verfassungsbehörden in Bund und Ländern 2003, S. 12.

²⁴³ Vgl. Bundesamt für Verfassungsschutz für die Verfassungsbehörden in Bund und Ländern 2003, S. 12.

²⁴⁴ Vgl. Claudia Sanders, „Die Bilanz der Geheimdienste. Internationale Wirtschaftsspionage“, Radiosendung des Deutschlandfunk, 26.9.2004, Zugriff 12.1.2005, S. 4, (www.dradio.de/dlf/sendungen/hiwi/306713/).

²⁴⁵ Vgl. „FBI untersucht mögliche Hightech-Spionage aus China“, in: *Computerwoche online*, 16.01.2003, Zugriff 17.01.2003, S. 1, (www.computerwoche.de/index.cfm?pageid=254&artid=44734).

steht im Zusammenhang mit der Verlängerung der Transrapidstrecke im Rahmen der Vorbereitungen auf die Expo 2010, die in Shanghai stattfinden wird.²⁴⁶

Auf weitere Details chinesischer Informationsbeschaffung und Konkurrenzausspähung soll im Rahmen dieser Studie nicht näher eingegangen werden.

3.6 „First to File“ – wie Originalhersteller zu Produktpiraten werden

Manche Produktpiraten gehen jedoch noch einen Schritt weiter. Sie machen sich das chinesische System zum Schutz geistiger Eigentumsrechte zunutze und melden Marken oder Patente, bzw. leicht modifizierte gewerbliche Schutzrechte ausländischer Unternehmen, die noch nicht auf dem chinesischen Markt präsent sind bzw. deren IP-Rechte in China noch nicht geschützt sind, als eigene Marke bzw. eigenes Gebrauchsmuster in China an. Dadurch werden sie – zumindest in China – rechtmäßiger Inhaber der Immaterialgüter, die im Falle der Gebrauchs- und Geschmacksmuster lediglich aufgrund formaler Prüfung auch in China vergleichsweise schnell und unkompliziert erteilt werden.²⁴⁷

Die Strategie, die damit verfolgt wird, ist die folgende: Die „Marken“- bzw. „Patent-Piraten“ erhoffen sich entweder eine beträchtliche Geldsumme, die sie als „Auslöse“ vom originären IP-Inhaber verlangen oder einen Zeitvorsprung, innerhalb dessen sie ungestraft ausländische Marken und Patente missbräuchlich für eigene Produkte und Prozesse nutzen können. Diese „Schonfrist“ kann von wenigen Monaten über mehrere Jahre bis „unendlich“ dauern. Letzteres kann dann der Fall sein, wenn das betroffene ausländische Unternehmen kein IP-Management in China betreibt, oder – falls es zu einem Gerichtsverfahren in China kommt – das chinesische Gericht entscheidet, dass die von chinesischen Marken- oder Patentpiraten leicht modifizierte Marke oder das nur geringfügig veränderte Gebrauchs- oder Geschmacksmuster eine eigenständige Entwicklung darstellt. Gerade für Hersteller von Produkten mit einem geringen Produktlebenszyklus, wie beispielsweise Computerchips, Software oder Trend- und Modeprodukte, kann dies einen Totalverlust bedeuten.

Aufgrund der im chinesischen Marken- und Patentrecht üblichen Regelung des „first to file“²⁴⁸ und nicht wie international meistens üblich des „first to invent“²⁴⁹ kann derjenige, der sich z.B. ein Markenzeichen zuerst eintragen lässt, dieses für sich in Anspruch nehmen, auch wenn es ein anderer bereits schon lange nutzt.²⁵⁰ So können Marken- und Produktpiraten mit eigenen Anmeldungen fremder IP-Rechte die legale Basis schaffen, Originalhersteller wegen „Counterfeiting“ in China zu verklagen, bzw. deren Waren beim Import nach China zu beschlagnahmen. Eine Gegenklage unter Zuhilfenahme der entsprechenden WIPO-Konventionen (z.B. Madrider Markenabkommen, Internationales Patentkooperationsabkommen) ist in China langwierig, kostspielig und führt nicht zwingend zum Erfolg.

Ralph Koppitz, ein auf IP-Durchsetzung in China spezialisierter Anwalt, stellte fest, dass selbst vergleichbar einfach zu entscheidende diesbezügliche Markenlöschverfahren in der Regel zwei bis drei Jahre oder auch länger in Anspruch nehmen. Ein Patentlöschverfahren könne noch ungleich länger dauern.²⁵¹

Angesichts der in China qualitativ und quantitativ in enormen Ausmaß und so gut wie in allen Branchen stattfindenden Verletzungen geistiger Eigentumsrechte, der hohen Aktions- und Reaktionsgeschwindigkeit sowie des ausgeprägten Organisationsgrades der Verletzeraktivitäten, des Ex-

²⁴⁶ Vgl. „Transrapid. Technologie ausgespäht“ in: *Wirtschaftswoche*, 02.12.2004, S. 8.

²⁴⁷ Vgl. *International Herald Tribune – The IHT Hotline*, 15.11.2004, S. 1.

²⁴⁸ „First to file“ bedeutet, dass derjenige, der als erstes IP-Rechte in China gesichert hat, in der Regel Recht zugesprochen bekommt.

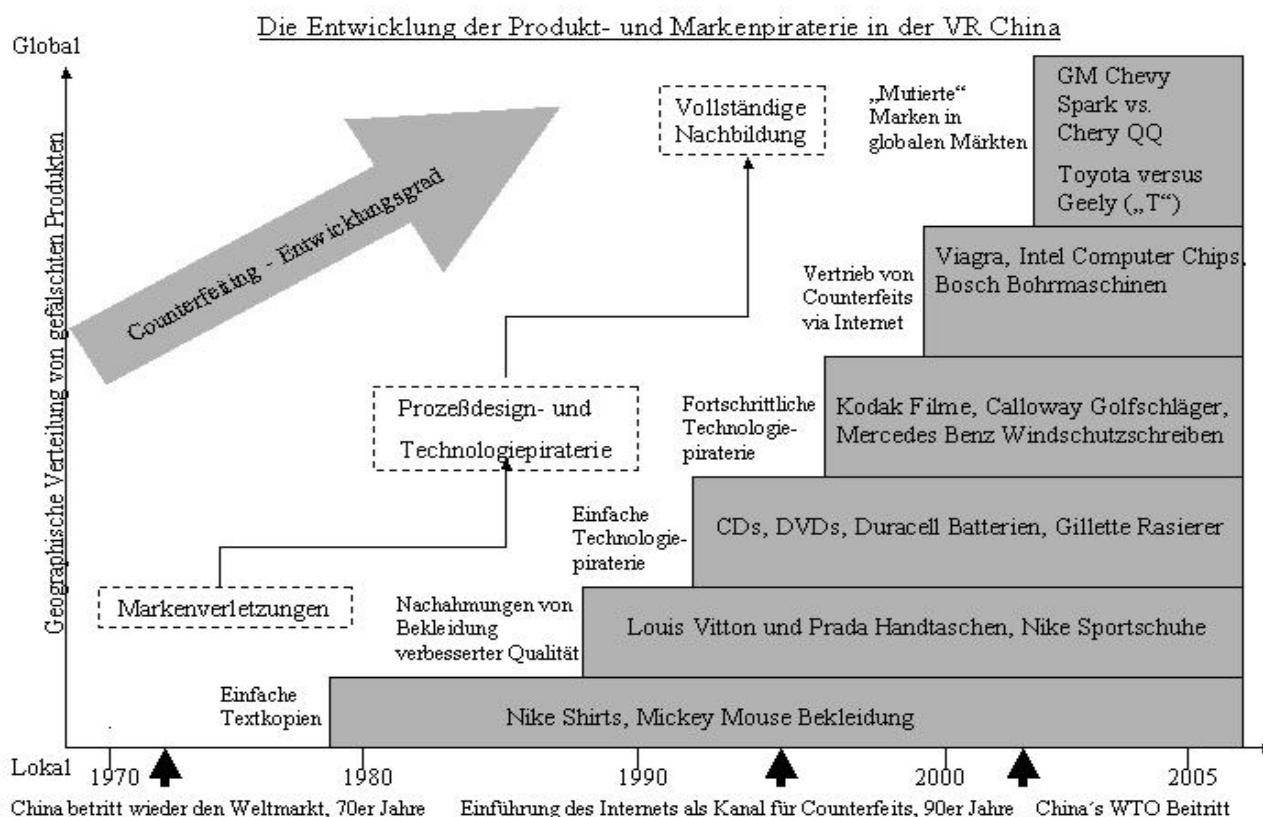
²⁴⁹ „First to invent“ bedeutet, dass derjenige, der belegen kann, dass seine Marke, sein Patent, etc. zuerst entwickelt wurde, Recht bekommt.

²⁵⁰ Vgl. Luther Menold Rechtsanwaltsgeellschaft (Hrsg.), *Ausländische Geschäftsaktivitäten in China*, Köln 2005, S. 100.

²⁵¹ Vgl. Ralph Vigo Koppitz, „Das ABC des IP-Schutzes in China“, Vortrag im Rahmen der Veranstaltung „Image in China“, Landesbank Baden-Württemberg, Stuttgart, 10.03.2005.

ports der Plagiats in nahezu alle ausländischen Märkte und der ausgesprochenen Findigkeit, IP-Rechte missbräuchlich zu nutzen, scheint Chows dramatische Einschätzung richtig, dass es sich derzeit beim Phänomen Produkt- und Markenpiraterie in und aus China um „the most serious counterfeiting problem in the history of the world“²⁵² tatsächlich handelt. Erlings Behauptung, China sei zum „globalen Epizentrum der Produktpiraterie“²⁵³ geworden, scheint demnach zuzutreffen. Das Geschäft mit den „verwässerten Waren“ (*shui huo*), wie Pirateriewaren in China umgangssprachlich genannt werden, habe sich zu einer regelrechten „zweiten Wirtschaft“ entwickelt.²⁵⁴ Die folgende Abbildung fasst die Entwicklung der Produktpiraterie in China graphisch nochmals zusammen:

Abbildung 5*: Die Entwicklung der Produkt- und Markenpiraterie in der VR China



*Graphik angelehnt an A.T. Kearney, „The Counterfeiting Paradox“, 2005, Zugriff 05.08.2005, S. 2, (www.atkearney.com/shared_res/pdf/Counterfeiting_Paradox.pdf).

²⁵² Chow 2000, S. 3.

²⁵³ Erling, 28.06.2005, S. 1.

²⁵⁴ Vgl. Erling, 28.06.2005, S. 1.

4. Anhang

a) Fragebogen



UMFRAGE der IHK Pfalz / überregionale Schwerpunktkammer für die VR China, Geschäftsbereich International, Ludwigsplatz 2-4, 67059 Ludwigshafen, Tel: 0621 5904-1920, Mail: andreas.blume@pfalz.ihk24.de

Produkt- und Markenpiraterie in der VR China: Ausmaße, Recht & Rechtsdurchsetzung, Strukturen

Ihre Daten Angaben werden vertraulich behandelt. Es findet keine Veröffentlichung Ihrer unternehmensbezogenen Daten statt. Sollten Sie einzelne Angaben nicht machen wollen, so tragen Sie an der diesbezüglichen Stelle bitte „k.A.“ für „keine Angaben“ ein. Vielen Dank.

Bitte „_____“ ausfüllen bzw. Betreffendes unterstreichen oder ankreuzen – gerne handschriftlich. Abkürzung „IP“ steht für „intellectual property“.

Unternehmen: (fakultativ) _____ Branche: _____

Produkte: _____ in China aktiv: ja / nein

Mitarbeiter in Deutschland: _____ Mitarbeiter in China _____

Vertriebsstandorte in China: _____

Produktionsstandorte in China: _____

Welche Schutzrechte hat Ihr Unternehmen in China gesichert?

Marken Patente Gebrauchsmuster Geschmacksmuster

Copyright Pflanzensortenschutz Topographien von Schaltkreisen

Andere: _____

Welche Schutzrechte wurden bisher verletzt?

Marken Patente Gebrauchsmuster Geschmacksmuster

Copyright Pflanzensortenschutz Topographien von Schaltkreisen

Andere: _____

In welcher Form traten die Verletzungen auf?

An welchen Orten in China wurden die Fälschungen / Plagiate entdeckt?

Wurden chinesische Plagiate / Fälschungen auch außerhalb Chinas entdeckt? ja / nein

Wenn ja, wo? _____

Konnten die Produzenten ermittelt werden? ja / nein

Wenn ja, wo? _____

Können Sie den Schaden in Form von potentiellen Umsatzverlusten beziffern? ja / nein
(Menge der aufgegriffenen oder bekannt gewordenen Plagiate / Fälschungen multipliziert mit dem Wert des Originalproduktes)

Wenn ja, wie hoch ist dieser Schaden in % Ihres China-Umsatzes? _____

Gab es schon unberechtigte Produkthaftungsfälle / Schadensersatzklagen? ja / nein

Wie schätzen Sie den Image- und Goodwillverlust ein, der Ihrem Unternehmen durch Produkt- und Markenpiraterie in/aus China zugefügt wird?

nicht vorhanden marginal bedeutend hoch sehr hoch

Wie schätzen Sie die Rechtslage zum Schutz geistiger Eigentumsrechte in China ein?
Bitte Schulnoten vergeben (1 = sehr gut, 6 = ungenügend): _____

Gibt es aus Ihrer Sicht besondere IP- Gesetzeslücken?

Wie schätzen Sie insgesamt die Durchsetzungsmöglichkeiten geistiger Eigentumsrechte in China ein?

Bitte Schulnoten vergeben (1 = sehr gut, 6 = ungenügend): _____

Welche Rechtsdurchsetzungsmöglichkeiten haben Sie schon in Anspruch genommen?

(1) Verwaltungsverfahren: Administration of Industry and Commerce ↗ in: _____

Technology Supervision Bureau ↗ in: _____

Administrative Authority for Patent Affairs ↗ in: _____

Lokale Copyright Bureaus der NCA ↗ in: _____

Andere ↗ in: _____

Wie verliefen die Verfahren über den Verwaltungsweg?

Bitte Schulnoten vergeben (1 = sehr gut, 6 = ungenügend): _____

Welche besonderen Schwierigkeiten ergaben sich bei der Rechtsdurchsetzung?

Falls Sie nicht zum Erfolg kamen, haben Sie eine Behörde auf höherem Verwaltungslevel um Hilfe gebeten? ja / nein War dies erfolgreich? ja / nein

Gab es Kompetenzgerangel zwischen einzelnen Behörden? ja / nein

Wurde von Behörden „Beschleunigungsgelder“ verlangt? ja / nein

Was sind Ihrer Erfahrung nach Erfolgsfaktoren für die Durchführung eines IP-Verwaltungsverfahrens in der VR China?

(2) Klage vor einem Zivilgericht: ja / nein

Wenn *ja*, wo?

Mit welchem Erfolg?

Mit welchen Problemen mussten Sie kämpfen?

Was sind Ihrer Erfahrung nach Erfolgsfaktoren für die Erhebung einer Klage vor einem Zivilgericht?

Gibt es lokale Unterschiede bei der Qualität der IP-Rechtsprechung bzw. der Richter?

(3) Zusammenarbeit mit der Polizei / Strafverfolgungsbehörden ja / nein

Wenn *ja*, wo?

Mit welchem Erfolg?

Mit welchen Problemen mussten Sie kämpfen?

Was sind Ihrer Erfahrung nach Erfolgsfaktoren für die Zusammenarbeit mit der Polizei bei der Bekämpfung von Fälschern?

Gibt es lokale Unterschiede bei der Qualität der Zusammenarbeit mit der Polizei / Strafverfolgungsbehörden?

(4) Zusammenarbeit mit dem chinesischen Zoll: ja / nein

Wenn ja, wo? _____

Mit welchem Erfolg? _____

Wie hoch war die Garantiesumme/Kaution? _____ €

Wieviel Prozent der gezahlten Kaution bekamen Sie nach Beschlagnahme erstattet? _____ %

Mit welchen Problemen mussten Sie kämpfen? _____

Was sind Ihrer Erfahrung Erfolgsfaktoren für die Zusammenarbeit mit dem chinesischen Zoll?

Gibt es lokale Unterschiede bei der Qualität der Zusammenarbeit mit den chinesischen Zollbehörden?

Was ist Ihr „Erfolgsrezept“ zur Durchsetzung Ihrer geistigen Eigentumsrechte in der VR China?

Welchen Eindruck haben Sie – wie hoch ist der Einfluss des Organisierten Verbrechens in der Produkt- und Markenpiraterie in und aus China?

nicht vorhanden marginal bedeutend hoch sehr hoch

Wie hoch ist der Organisationsgrad der Fälscher auf Ebene der Produzenten: nicht vorhanden marginal bedeutend hoch sehr hoch

Händler: nicht vorhanden marginal bedeutend hoch sehr hoch

Exporteure: nicht vorhanden marginal bedeutend hoch sehr hoch

Inwieweit ist das Organisierte Verbrechen aus Taiwan, Hongkong involviert?

Trendeinschätzung:

Die Rechtsdurchsetzungsmöglichkeiten haben sich in den letzten 2 Jahren:

Was hat sich verändert?

Das Ausmaß der Fälscheraktivitäten in China hat sich in den letzten 2 Jahren:

Welche Faktoren / Umstände müssten aus Ihrer Sicht gegeben sein, damit das Problem der Produkt- und Markenpiraterie in China gelöst bzw. gemildert wird?

b) Auswertung

Produkt- und Markenpiraterie in der VR China: Ergebnisse einer aktuellen Befragung, Ludwigshafen, im Dezember 2004

von Andreas Blume M.A., China-Referent der IHK Pfalz, Ludwigshafen

Die IHK Pfalz, überregionale Schwerpunktkammer für die Beratung im China-Geschäft, lancierte im Oktober/November 2004 eine bundesweite Umfrage zum Thema **Produkt- und Markenpiraterie in der VR China: Ausmaße, Rechtslage und Rechtsdurchsetzung, Strukturen**. Diese Umfrage wurde in Zusammenarbeit mit dem Aktionskreis Deutsche Wirtschaft gegen Produkt- und Markenpiraterie e.V. (APM), dem Ostasiatischen Verein e.V., r.o.l.a. Business Solutions und der Aktion Plagiarius e.V. durchgeführt.

Insgesamt erreichten die IHK Pfalz 52 Rückmeldungen von namhaften deutschen großen und mittelständischen Unternehmen in Form eines detailliert ausgefüllten fünfseitigen Fragebogens. Da die Grundgesamtheit nicht besonders hoch ist, handelt es sich hierbei nicht um eine repräsentative Umfrage, jedoch um eine vertiefte qualitative Befragung. Sie erlaubt die Wahrnehmung von Trends, diverse Einschätzungen und Rückschlüsse.

27% der befragten Unternehmen betreiben eine oder mehrere Produktionsstätten in China und vertreiben ihre Produkte dort. 47% der an der Befragung beteiligten Unternehmen unterhalten lediglich Vertriebsstrukturen in China, während 26% der Unternehmen in China nicht aktiv sind.

China zählt zu den weltweiten Zentren der Produkt- und Markenpiraterie. Betroffen sind bei weitem nicht nur Luxusartikel – kopiert werden Ersatzteile, chemische Erzeugnisse, elektrotechnische Produkte, Lebensmittel, Konsumartikel, Textilien bis hin zu kompletten Maschinen, Anlagen, gesamten Produktionslinien und Fahrzeugen.

56% der Befragten geben an, unter Verletzungen Ihrer eigenen Marke zu leiden. 35% der Befragten melden Patentmißbrauch, 27% berichten über Geschmacksmusterverletzungen, 13% über Vergehen gegen das Urheberrecht und 10% teilen mit, dass ihre Gebrauchsmuster bereits Opfer von Nachahmern in China geworden sind. Insgesamt melden dem Fragebogenrücklauf zufolge 77% der Befragten Probleme mit IP-Rechten.

Die Verletzungsarten, über die die Befragten berichten, sind sehr unterschiedlich: Sie reichen von klassischen Markenfälschungen, dem Missbrauch einer Marke, über Produktfälschungen („1:1-Kopie“) und sklavischer Nachahmung bis hin zur unerlaubten Imitation von Verpackungen. Auch Modelle werden nachgebaut.

Der Missbrauch von Patenten und Gebrauchsmustern („Mini-Patent“) spielt ebenso eine große Rolle wie Designkopien jeglicher Art. Ferner wird von Markenanmeldungen durch chinesische

Wettbewerber berichtet, die der Marke des deutschen Herstellers sehr ähnlich ist. Eine bewusste Irreführung der Verbraucher scheint hier die Intention des Wettbewerbers zu sein. Gleches gilt für Produkte weltweit bekannter Marken, die mit nur marginal verändertem lateinischem Schriftzug, vor allem beim chinesischen Kunden auf eine Verwechslung mit dem Originalprodukt abzielen.

Angaben der Befragten zufolge spielen auch Lizenzverletzungen eine bedeutende Rolle. Entweder wird eine größere Menge produziert als vereinbart wurde, d.h. auf die Differenzmenge werden keine Lizenzgebühren entrichtet, oder das lizenzierte Know-how wird vom Lizenznehmer illegal für die Produktion von Konkurrenzprodukten genutzt. Des Weiteren geben die Befragten an, dass Werbemittel und Kataloge von den Produkt- und Markenpiraten kopiert werden, um preisgünstig die eigenen Konkurrenzprodukte zu vermarkten. Ferner spielt das Internet als Vertriebsplattform für rechtsverletzende Produkte eine immer größere Rolle.

Darüber hinaus ist als bedenklicher Tatbestand festzuhalten, dass die Wahrscheinlichkeit, ein Produkt- und Markenpiraterie-Opfer zu werden, nicht direkt mit einer unternehmerischen Präsenz (Produktion / Vertrieb) vor Ort in China korreliert. Lediglich ein Viertel der befragten Unternehmen, die nicht in China präsent sind, melden keine Verletzungen geistiger Eigentumsrechte. D.h. ein Fernbleiben vom chinesischen Markt schützt keineswegs vor Produkt- und Markenpiraterie in und aus China.

Auf die Frage, wo in China bisher rechtsverletzende Produkte seitens des Rechteinhabers entdeckt wurden, zeigt sich ein einheitliches Bild. Ohne besondere Schwerpunkte werden die Fälschungen und Imitate überall entdeckt, hauptsächlich in wirtschaftlich prosperierenden Ballungsgebieten wie Shanghai, Beijing, Guangzhou, Shenzhen und Changchun sowie in den Provinzen Zhejiang (Wenzhou: Produktion, Yiwu: Handel), Guangdong / Perflussdelta, Jiangsu, Fujian, Henan, Jiangxi und Anhui.

Die Frage, ob Fälschungen und Plagiate chinesischer Herkunft auch außerhalb des Reiches der Mitte gefunden wurden, antworteten 87% der von Produkt- und Markenpiraterie Betroffenen mit „ja“. Dies bedeutet, dass Fälschungen und Imitate aus China in einer Vielzahl ausländischer Märkte vertrieben werden.

Die folgende Darstellung veranschaulicht die Destinationen chinesischer „Copycats“. Dabei ist zu berücksichtigen, dass es sich erstens um deutsche Unternehmen handelt, die befragt wurden, d.h. diese Unternehmen werden per se den deutschen und angrenzende Märkte am besten überblicken können. Zweitens ist nicht davon auszugehen, dass alle befragten Unternehmen über ausreichende Informationen über die Marktanteile chinesischer Imitate und Fälschungen weltweit verfügen. Dennoch bietet diese Aufstellung ein grobes Raster:

Fundort von Fälschungen und Imitaten	In Prozent der befragten von Produkt- und Markenpiraterie betroffenen Unternehmen
Deutschland	42
Mittlerer Osten (v.a. Dubai, Kuwait, VAE, Iran, Pakistan)	34
Großbritannien	26
Frankreich	21
Italien	21
Benelux	21
Indonesien	21
USA	18
Osteuropa	18
Malaysia	18
Afrika	18
Naher Osten	16
Südamerika	16
Taiwan	16
Singapur	16
Griechenland	8
Thailand	8
Skandinavien	5
Türkei	5

Die mikroökonomischen Gefahren von „Counterfeiting“ können sich für die betroffenen Unternehmen in Umsatzeinbußen, Goodwill-Verlusten bzw. Reputationsschäden sowie unberechtigten Produkthaftungs-klagen und Schadensersatzansprüchen manifestieren.

Die Schätzungen der Befragten hinsichtlich der Umsatzeinbußen, die durch Counterfeiting aus China entstehen, variieren in einer großen Spannbreite zwischen „kaum messbar“ bis mehrere 100% des Eigenumsatzes in China. Der größte Teil der Befragten kann dazu jedoch keine genauen Angaben machen, schätzt den Umsatzverlust jedoch auf 30-80% seines des eigenen China-Umsatzes. Zwei Unternehmen lieferten genauere Hochrechnungen des wertmäßigen Verlustes (1 Mio. RMB pro Jahr bzw. beachtliche 215 Mio. € pro Jahr). Ein anderes Unternehmen äußerte, dass durch chinesische Fakes der eigene Umsatz in der Region Nahost um mindestens 30% verringert hätte.

Während die Befragten bisher in wenigen Fällen in unberechtigte Produkthaftungsklagen bzw. Schadensersatzansprüche verwickelt wurden, bewerten die betroffenen Unternehmen den durch Counterfeiting induzierten Reputationsschaden zu 78% als mindestens „bedeutend“ (19% als „sehr hoch“, 12% als „hoch“, 47% als „bedeutend“ und 22% als „marginal“)

Rechtlage und Rechtsdurchsetzungsmöglichkeiten zum Schutz geistiger Eigentumsrechte

Recht haben und Recht bekommen ist nicht nur in China häufig zweierlei. In China klafft nach wie vor eine Lücke zwischen Rechtslage, d.h. Gesetzen zum Schutz geistiger Eigentumsrechte, und den effektiven Möglichkeiten zu deren Durchsetzung.

Die **Rechtslage** wurde von den befragten Unternehmen auf einer „Schulnotenskala“ von 1-6 durchschnittlich mit **4,3** - also „ausreichend“ bewertet. Als „Lücken im Gesetz“ wurde von den Befragten festgehalten:

- kein Schutz von sogenannten Teildesigns (z.B. Fahrzeugfront) möglich.
- Möglichkeit zur Anmeldung kollidierender Marken
- Die häufig ausschließlich in chinesischer Sprache stattfindende Publikation von neuen Gesetzen, Durchführungsverordnungen und Vorschriften
- Manipulierbare Kriterien (Gummiparagraphen) für ein strafrechtliches Vorgehen gegen Produkt- und Markenpiraten: Umstände müssen „serious“ bzw. die Menge gefälschter Produkte „relatively large“ sein, damit eine Strafverfolgung initiiert werden kann.
- Keine klaren Richtlinien für die Berechnung des Umsatzes des IP-Verletzers
- Sklavischer Nachbau ist in China keine Rechtsverletzung
- Lücken im chinesischen Produkthaftungsrecht

Die **Durchsetzungsmöglichkeiten** wurden im Durchschnitt von den Befragten mit der Note 4,7 - also „ausreichend-mangelhaft“ bewertet.

Von den Rechtsdurchsetzungsmöglichkeiten **via Verwaltungsverfahren** konnten die Umfrage-Teilnehmer bisher von Verfahren via Administration of Industry and Commerce (AIC – zuständige für Markenverletzungen/ unlauterer Wettbewerb) in Shenzhen, Shanghai, Guangzhou, Ningbo, Wenzhou, Cixi und Yiwu (Provinz Zhejiang), via Technology Supervision Bureau (TSB – zuständig für Produktpiraterie) in Yiwu sowie Administrative Authorities for Patent Affairs (AAPA – zuständige für Patentverletzungen) in Shanghai und Guangzhou berichten. Ferner wurde ein Fall von Urheberrechtsverletzung durch ein lokales Copyright Bureau der National Copyright Administration verfolgt. Zwei befragte größere Unternehmen besitzen bereits landesweit Erfahrungen mit den Verwaltungsbehörden zur Durchsetzung eigener IP-Rechte in China.

Obwohl einige der Verfahren zum Erfolg führten und von den Befragten sogar mit der Schulnote „2“ bewertet wurden (Beschlagnahme bzw. Zerstörung der rechtsverletzenden Ware, Verhängung von (geringfügigen) Strafen, etc.) nannten diese folgende **besondere Schwierigkeiten bei der Rechtsdurchsetzung**:

- Offensichtlicher Verletzungsfall wurde von der AIC nicht angenommen. Das Verfahren wurde daher eingestellt.
- Fachliche Unkenntnis der zuständigen Behörden in IP-Angelegenheiten.
- Mangelnde Bereitschaft der lokalen Behörden, bestehende Gesetze anzuwenden. Lippenbekenntnisse der Behörden ohne tatsächlichen Durchsetzungswillen.
- Die Ermittlung des Verletzers erwies sich als schwierig / unmöglich.
- Keine Unterstützung der Behörden bei der Beweisbeschaffung
- Bürokratismus
- Rechtsverletzende Produkte wurden nur beschlagnahmt, aber nicht glaubhaft vernichtet.
- Anstatt Vernichtung der Ware, Durchführung einer Auktion über die rechtsverletzenden Produkte. Diese kommen dann wieder in Umlauf.
- Das „Equipment“ zur Herstellung der rechtsverletzenden Ware wurde nicht zerstört.
- „Nichtzuständigkeitsflucht“ der Behörden bzw. ungeklärte Zuständigkeiten
- Kompetenzgerangel zwischen den Behörden
- Verfahren dauern zu lange / Verschleppungstaktiken
- Absurde Forderungen der Behörden hinsichtlich Beweisführung gegenüber Verletzern
- Hinweise auf Korruption der Behördenmitarbeiter
- Keine nachhaltige Abschreckung, da die verhängten Strafen sehr niedrig ausfielen. Keine adäquate Bestrafung der Fälscher.
- Die Behörden geben kaum Informationen über den Rechtsverletzer an den Antragsteller heraus, z.B. ob dieser bereits mehrfach als Produktpirat in Erscheinung

getreten ist. Dies macht eine strafrechtliche Verfolgung (was einen gewissen Abschreckungscharakter hätte) i.d.R. unmöglich.

- Es wurden in einigen Fällen „Beschleunigungsgelder“ verlangt. Diese wurde von den Behördenmitarbeiter als „Erfolgsprämie“ bzw. „Spende“ bezeichnet.
- Parteiische Behörden (Lokalprotektionismus): „Die Strafen durch die Behörden fielen zu gering aus, da die Verfilzung zwischen AIC und den Produzenten zu groß ist.“
- Erfolg abhängig davon, ob Beziehungen zwischen Behörden und Fälschern bestehen oder nicht.
- Aufwand und Ergebnis stehen in einem krassen Missverhältnis

Neben dem Durchsetzungsweg via Verwaltungsverfahren ist es in China des Weiteren möglich, eine **Zivilklage** zu erheben, mit der **chinesischen Polizei, den Strafgerichten** und dem **chinesischen Zoll** zusammenzuarbeiten.

Ein befragtes Unternehmen berichtet von einem **zivilrechtlichen Verfahren** in Shenzhen, das mit einem Vergleich zugunsten des Antragsstellers endete. Der zugesprochene Schadensersatz war jedoch eklatant niedrig. Häufige Gespräche mit den involvierten Beamten seien notwendig gewesen, um das Verfahren durchzuziehen.

Ein betroffener westlicher Konzern macht Angaben zu seinen Erfahrungen mit IP-Zivilverfahren in Beijing, Nanchang und Guangzhou. Der Antragsteller bekam Recht, der Verletzer musste seine Aktivitäten stoppen, für einen Teil der entstandenen Kosten und Schäden aufkommen und einen „Entschuldigungsbrief“ an den Rechtsinhaber verfassen. Trotz dieses Erfolges hatte das Unternehmen mit einer enorm engen Gesetzesauslegung des Richters zuungunsten des Rechtsinhabers sowie mit unzureichenden Beweiserhebungsmechanismen zu kämpfen.

Eine andere deutsche Firma reichte eine Klage beim Zivilgericht in Hangzhou ein – mit „befriedigendem Ergebnis“. Als besonderes Problem nannte der Kläger, dass es schwierig war, signifikante Verletzungsfälle aus der Kontrolle der lokalen Behörden zu ziehen.

Ein weiterer westlicher Konzern sammelte Erfahrungen hinsichtlich der IP-Rechtsdurchsetzung mit der **Polizei** in Shanghai, Guangzhou und Shenzhen. Dies führte zwar zu einer Bestrafung und kurzfristigen Festnahme der Verletzer; aufgrund mangelnder Bereitschaft der Polizei bzw. parteiischer Weise hinsichtlich der Berechnung der „illegal business amount“ war kein nachhaltiges strafrechtliches Vorgehen gegen die Produktpiraten möglich.

Ein anderes Unternehmen beschreibt seine Zusammenarbeit mit der Polizei in Peking (Public Security Bureau). Die Polizei führte eine Produktbeschlagnahmung im Rahmen einer Razzia durch. Es kam zu einer Verurteilung der Rechtsverletzer mit einer Bewährungsstrafe. Hier wurde von lokalprotektionistischen Barrieren für eine effektivere Rechtsdurchsetzung gesprochen.

Ähnliches widerfuhr einem Unternehmen, das in Hangzhou mit der Polizei zusammenarbeitete. Trotz des „befriedigenden bis guten Ergebnisses“ bekam das Unternehmen den „Einfluss der Fälscher“ zu spüren. In anderen Regionen sei die Zusammenarbeit mit den Polizeibehörden wenig erfolgreich, da diese die Fälscher regelrecht beschützen würden.

Ferner versuchte ein Unternehmen mit dem **Zoll** zusammenzuarbeiten. Es kam zu einer Beschlagnahme von gefälschter Ware. Der Originalhersteller musste eine Vorauszahlung für zu erwartende Kosten der Zollverwaltung (Kosten für Aufspüren, Lagerung, Vernichtung, Strafverfolgung) in Höhe von mehreren Tausend US\$ bezahlen, die nicht beim Schädiger geltend gemacht werden konnten. Es wurde vom Zoll keine Abrechnung vorgelegt. Somit erfolgt keine – auch nicht teilweise – Rückerstattung.

Ferner wurde berichtet, dass von Seiten der Zollbehörden keine Muster freigegeben wurden und dass Verfahren für den Rechtsinhaber vollständig intransparent abliefen.

Ein anderer deutscher Kläger berichtet von einer insgesamt sehr guten Zusammenarbeit mit den Zollbehörden in China. Die Kaution in Höhe von i.d.R. 60.000 RMB sei jedes Mal vollständig erstattet worden, jedoch seien die Kosten für Lagerhaltung der beschlagnahmten Ware dem Rechtsinhaber gesondert in Rechnung gestellt worden. Probleme bereiten aber nach wie vor die offizielle

und komplettete Zerstörung der rechtsverletzenden Ware und der Transfer des Falles an die Strafverfolgungsbehörden.

Die chinesische Organisierte Kriminalität & Produkt- und Markenpiraterie

Durch die groß angelegten Anti-Schmuggelkampagnen der Zentralregierung während der letzten Jahre haben sich viele Kriminelle reorientiert. Denn Schmuggel ist aufgrund intensiver Verfolgung, höchster Strafen und sinkender Zölle (WTO-Beitritt Chinas) immer weniger attraktiv geworden. Die Produktion, der Handel und Export von Raubkopien, Fälschungen und Imitaten jeglicher Art erlauben jedoch hohe Gewinne bei vergleichsweise geringen Strafen.

Auf die Frage, wie hoch der Einfluss des Organisierten Verbrechens auf die Produkt- und Markenpiraterie in und aus der VR China sei, antworteten 35% der Befragten mit „sehr hoch“, 29% mit „hoch“, 29% mit „bedeutend“ und lediglich 7% mit „marginal“.

Eine weitergehende Differenzierung des Organisationsgrades der involvierten Produzenten, Händler und Exporteure ergab ein sehr ähnliches, homogenes Bild. Von der Mehrheit der Befragten wird der Einfluss des Organisierten Verbrechens auf allen drei Ebenen als „hoch“ bis „sehr hoch“ geschätzt. Dabei wurde von mehreren Unternehmen der Verdacht geäußert, dass Hintermänner aus Taiwan und Hongkong in das Counterfeiting-Geschäft involviert seien. Der oben in diesem Bericht erwähnte vehement stattfindende Export von Fälschungen und Imitaten in alle Welt scheint diese besorgniserregende Einschätzung der Umfrageteilnehmer zu bestätigen.

Trendeinschätzung – wo geht es hin?

58% der Befragten sehen keine Verbesserungen der Rechtsdurchsetzungsmöglichkeiten in der VR China, die sich innerhalb der letzten 2 Jahre vollzogen haben. 42% der Rückläufer machen gewisse Verbesserungen aus, die sich im gleichen Zeitraum vor allen Dingen in einem verbesserten AIC-Verfahren niedergeschlagen hätte.

Auf die Frage, ob sich das Ausmaß der Fälscheraktivitäten innerhalb der letzten zwei Jahre verändert habe, gaben lediglich 3% der Befragten an, dass es sich verringert habe, für 22% habe sich keine nennenswerte Änderung ergeben, doch für die überwältigende Mehrheit (75%) der Umfrageteilnehmer hat sich das Ausmaß der Produkt- und Markenpiraterie in und aus China erheblich vergrößert.

Wege aus dem Dilemma – was müsste sich ändern, um dem Problem effektiv zu begegnen?

Auf die in der obigen Überschrift skizzierte Frage antworteten die befragten Unternehmen folgendes:

- Der staatliche Wille müsste eindeutig vorhanden sein, Produkt- und Markenpiraterie zu bekämpfen
- Der sog. Sklavische Nachbau müsste anerkannt und gesetzlich als Straftat normiert werden
- Androhung Ausschluss aus der WTO bei Nichteinhaltung der Regeln (TRIPS)
- Härtere Strafen auch für kleine Händler
- Die Strafverfolgungsbehörden müssten ein Eigeninteresse daran haben, Verfahren nachhaltig zu gestalten
- Es müsste ein Unrechtsbewusstsein geschaffen werden
- Es müsste ein Wertewandel in China stattfinden

- Die Verbraucher müssten über die fälschungsinhärenten Risiken aufgeklärt werden
- Die Korruption in den Behörden müsste ausgemerzt werden
- Behörden und Polizei müssten von sich aus aktiv werden, wie das in Deutschland der Fall ist (Offizialdelikt).
- Hohe Haft- und Geldstrafen
- Reduzierung des Einflusses lokaler Behörden
- Weltweiter Importbann von Plagiaten und Fälschungen
- Klare Durchführungsverordnungen und Interpretationen der IP-Gesetze
- Ermächtigung der Rechtsinhaber, Aktiva von Fälschern zu beschlagnahmen (einschließlich Bankkonten und Immobilien)
- Konsequenzen, die Produktpiraterie unwirtschaftlich machen

Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen

China ist eine weltweite Hochburg der Produkt- und Markenpiraterie. Gefälscht und nachgeahmt werden fast alle erfolgreichen Produkte - und dies mit steigender Tendenz.

Markenverletzungen sind besonders häufig, gefolgt von Patentverletzungen, Verstöße gegen Geschmacksmuster und Urheberrecht. Die Verletzungsarten sind vielschichtig und weitreichend. Ein Fernbleiben vom chinesischen Markt schützt nicht davor, Opfer chinesischer Produkt- und Markenpiraten zu werden. Chinesische Fälschungen und Imitate werden in alle bedeutenden Märkte auf fünf Kontinenten exportiert. Die Umsatzverluste und Reputationsschäden, die deutsche Unternehmen durch Counterfeiting in und aus China erleiden sind erheblich.

Trotz WTO-Beitritt Chinas im Dezember 2001 und der damit einhergehenden Anpassung an die Trade-Related Intellectual Property Rights (TRIPS), finden sich nach wie vor Lücken in der chinesischen IP-Gesetzgebung. Noch größer sind jedoch die Mängel in der Rechtsdurchsetzung. Nur unter einem erheblichen finanziellen und personellen Kraftakt ist i.d.R. Recht zu bekommen. Dabei haben sich die diversen Verwaltungsverfahren zur Rechtsdurchsetzung noch als einfachsten Weg bewiesen.

Die Organisierte Kriminalität hat Counterfeiting für sich entdeckt. Ein großer Anteil der Fälscheraktivitäten wird organisiert gesteuert (Produzenten, Händler, Export). Dies erfährt in vielen Fällen auf lokaler Ebene politischen Protektionismus.

Handlungsempfehlungen an die chinesische Seite

- Strafgesetzbuch: Mindeststrafen für IP-Verletzungen im chinesischen Strafgesetzbuch einführen, klare Kriterien für strafrechtliche Verurteilung festlegen
- Strafgerichtsbarkeit: Höhere und vor allen Dingen regelmäßig Haftstrafen verhängen
- Strafrechtliche Verfolgung der Produkt- und Markenpiraterie in China als Offizialdelikt
- Bessere personelle und finanzielle Ausstattung der Mitarbeiter der Verwaltungsbehörden
- Um Lokalprotektionismus zu verhindern, sollten die Mitarbeiter der Strafverfolgungsbehörden nicht von den Lokalregierungen entlohnt werden, sondern zentral aus Peking.
- Abschaffung der „case fee“, der „Eintrittsgebühr“, die Verwaltungsbehörden verlangen, damit die Behörde gegen Rechtsverletzer tätig wird (kann bis zu 10.000 € betragen).
- Aufklärungskampagnen gegenüber Verbrauchern großflächig durchführen / Unrechts- und Gefahrenbewusstsein schärfen.
- Vorhandene Gesetzeslücken schließen (siehe Bericht)
- Veröffentlichung neuer Gesetze und Durchführungsverordnungen regelmäßig auch in englischer Sprache
- Weiterführung und Intensivierung der Modernisierung des chinesischen Justizsystems

Da zunehmend auch chinesische Unternehmen von Counterfeiting betroffen sind, dienen die oben umrissenen Maßnahmen nicht nur ausländischen Unternehmen. Im Jahr 2004 meldeten mehr chinesische als ausländische Unternehmen Marken und Patente an. Es bleibt abzuwarten, ob dieser Trend auch dazu führen wird, dass chinesische Unternehmer verstärkt einen effektiven Schutz geistiger Eigentumsrechte nachfragen werden.

5. Erweitertes Literaturverzeichnis

A Primär- und Sekundärliteratur

Aktion Plagiarius, Informationsdokument „Terminologie“, Elchingen 2003

Aktionskreis Deutsche Wirtschaft gegen Produkt und Markenpiraterie e.V. (APM) (Hrsg.), Infobroschüre *Produkt- und Markenpiraterie in Zahlen*, Bonn 2001

American Chamber of Commerce in PRC, „2004 White Paper. American Business in China. Pharmaceuticals“, Zugriff 21.03.2005, (www.amcham-china.org.cn/publications/white/2004/en-36.htm)

Arentzen, Ute, *Gabler-Wirtschafts-Lexikon*, Wiesbaden 1997

Asien-Pazifik-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft, *Anliegen der deutschen Wirtschaft in der VR China*, Berlin 2004

Asien-Pazifik-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft, *VR China: Umsetzung der WTO-Bestimmungen und Verletzungen internationaler Handelsregeln. Anliegen der deutschen Wirtschaft für den Transitional Review Mechanism der WTO im Jahr 2005*, Berlin, 04.08.2005

A.T. Kearney, „The Counterfeiting Paradox“, 2005, Zugriff 05.08.2005, (www.atkearney.com/shared_res/pdf/Counterfeiting_Paradox.pdf)

Auswärtiges Amt, „China. Beziehungen zwischen der Europäischen Union und China“, März 2005, Zugriff 18.07.2005, (www.auswaertiges-amt.de/www/de/laenderinfos/laender/laender_ausgabe_html?land_id=32&type_id=15#4)

Baggot, Breffni X., „Toyota loses Trademark Lawsuit in PFC Court“, in: *Chicago Business*, 09.02.2004, Zugriff 01.08.2005, (www.chibus.com/global_user_elements/printpage.cfm?storyid=606562)

Baratta, Mario von (Hrsg.), *Der Fischer Weltalmanach 2002*, Frankfurt am Main 2001

Barnathan, Joyce, „By fighting fakes, China wins, too.“, 31.01.2005, Zugriff 08.02.2005, (www.businessweek.com/bwdaily/dnflash/jan2005/nf20050131_3133.htm)

Baron, Stefan, „Einblick. Der Diebstahl geistigen Eigentums ist Teil des chinesischen Entwicklungsmodells“, in: *Wirtschaftswoche*, 30.06.2005, S. 3

Baum, Charles, „Trade Sanctions and the Rule of Law: Lessons from China“, in: *Stanford Journal of East Asian Affairs*, Spring 2001, Vol. 1, S. 46-74

Benedek, Wolfgang, *Die Welthandelsorganisation (WTO). Alle Texte einschließlich GATT (1994), GATS und TRIPS*, München 1998

Bezmen Trisha L./Depken Craig A., II, „The impact of Software Piracy on Economic Development“, ohne Jahresangabe, Zugriff 15.12.2005, S. 4, (www.uta.edu/depken/P/piracyhdi.pdf)

Bfai, „Deutsche Wirtschaft fordert verbesserten Schutz geistigen Eigentums in der VR China“, 16.11.2005, CD-ROM zur Außenwirtschaft, Köln 2005

Bfai, „VR China – Wirtschaftsdaten aktuell – Beziehungen zu Deutschland“, 20.05.2005, CD-ROM zur Außenwirtschaft, Köln 2005

Bialek, Catrin, „Unternehmen wehren sich gegen Produktfälschungen“, in: *Handelsblatt*, 17.07.1999, S. 7

Blume, Andreas, *Chinas Beitritt zur Welthandelsorganisation aus Sicht der Neuen Politischen Ökonomie des Protektionismus*, Hamburg 2002

Blume, Andreas, „German-Chinese Economic Relations from a Macro and Micro Perspective“, in: *German Foreign Policy in Dialogue*, Vol. 6, No. 16, 23.06.2005, S. 23-29

Bottenschein, Florian, „Die Bekämpfung der Markenpiraterie in der Volksrepublik China und Honkong“, in: *GRUR Int.*, Heft 2, 2005, S. 121-126

Botschaft der Volksrepublik China in der Bundesrepublik Deutschland, „China und die USA bekämpfen gemeinsam Produktpiraterie“, 16.08.2004, Zugriff 04.08.2005, (www.china-botschaft.de/det/jj/t147369.htm)

Braun, Edwin, *Produktpiraterie. Rechtsschutz durch Zivil-, Straf- und Verwaltungsrecht sowie ausgewählte Probleme der Rechtsdurchsetzung*, Köln, Berlin, Bonn et al 1993

Brut, Jean-Pierre, „Car Parts Counterfeiting. A crime against intellectual property rights which threatens the economy and people's safety“, in: *International Criminal Police Review*, Number 476-477/1999, S. 7-13

Bundesamt für Verfassungsschutz für die Verfassungsbehörden in Bund und Ländern, *Wirtschaftsspionage. Information und Prävention*, Düsseldorf 2003

Bundesministerium der Finanzen, *Gewerblicher Rechtsschutz. Jahresbericht 2004*, Berlin 2005

Bundesministerium der Justiz der Bundesrepublik Deutschland, „Deutsch-Chinesische Vereinbarung zu dem Austausch und der Zusammenarbeit im Rechtsbereich“, 30.06.2000, Zugriff 14.07.2005, (www.bundesregierung.de/Anlage254834/Deutsch-Chinesische+Vereinbarung+zu+dem+Austausch+und+der+Zusammenarbeit+im+Rechtsbereich+.pdf)

Bundesministerium der Justiz der Bundesrepublik Deutschland, „Synopse: Projekte des Rechtsstaatsdialogs mit der VR China (2003-2005)“, März 2005, (www.bmj.bund.de/media/archive/882.pdf) Chen Fengying, „Gewinne und Ausgewogenheit“, in: *Beijing Rundschau*, 02/2004, Zugriff 22.07.2005, (www.bjrundschau.com/2004-02/2004.02-tbhd-2.htm)

Chen Jianfu, „Market economy and the internationalisation of civil and commercial law in the people's republic of China“, in: Jayasuriya, Kanishka, *Law, Capitalism and Power in Asia*, London/New York 1999, S. 69-94

Cheung, Gordon C. K., „The Political Economy of Social Cost Analysis in Sino-American Disputes over Intellectual Property Rights, in: *The Journal of World Intellectual Property: Law, Economics, Politics*, Band 2, 1999, S. 189-207

Chung, Jae Ho, *Central Control and Local Discretion in China. Leadership and Implementation During Post-Ma De-collectivisation*, Oxford 2000

Chow, Daniel C. K., „Counterfeiting in the People's Republic of China“, in: *Washington University Law Quarterly*, Vol. 78, No. 1, 2000, S. 1-57

Chow, Daniel C. K., *A Primer on Foreign Investment Enterprises and Protection of Intellectual Property in China*, Den Haag 2002

Chow, Daniel C. K., *The legal system of the People's Republic of China in a nutshell*, St. Paul 2003

Chrocziel, Peter, *Einführung in den Gewerblichen Rechtsschutz und das Urheberrecht*, München 2002

Clark, David, „The many meanings of the rule of law“, in: Jayasuriya, Kanishka, *Law, Capitalism and Power in Asia*, London / New York 1999, S. 28-44

Clark, David J., „Product Counterfeiting in China and One American Company's Response“, 04.04.2003, Zugriff 08.02.2005, (www.ndu.edu/sdcfp/2003reports/Pfizer2003.doc)

Clark, Douglas, „IP rights protection will improve in China – eventually“, in: *China Business Review*, May-June 2000, S. 22-29

Commission of the European Communities, *Green Paper. Combating Counterfeiting and Piracy in the Single Market*, Brussels 1998

Conrad, Gala, „Deutsche Mittelständler in China“, in: *VDE Dialog*, März/April 2005, S. 8

Conrad, „VDE verstärkt Präsenz in Asien“, in: *VDE Dialog*, März/April 2005, S. 9

Counterfeiting Intelligence Bureau (CIB), *Counterfeiting in China*, Barking 1995

Counterfeiting Intelligence Bureau (CIB), „Life-threatening product fakes are on the rise“, 09.01.2002, Zugriff 17.11.2003, (www.iccwbo.org/home/news_archives/2001/counterfeit.asp)

Consulate General of Switzerland in Shanghai, Commercial Section, „The Intellectual Property Protection in China“, in: *Shanghai Flash*, Nr. 7, November/2002, Zugriff: 25.05.2003, (www.sinoptic.ch/shanghaiflash/texts/pdf/200207_Shanghai.Flash.pdf)

Cooper, Helen/Chen, Kathy, „China averts trade war with the U.S., promising a campaign against piracy“ in: *Wall Street Journal*, 27.02.1995, S. 3-4

Coudert Brothers, „PRC General Customs Administration Issues Implementation Measures on Customs Protection of Intellectual Property Rights“, Client Alert, Juli 2004, Zugriff 10.7.2005, (www.coudert.com/news/client_advisory/040722_31_IPRProtection_cb.pdf)

Department of Homeland Security, „FY 2004 Top IPR Commodities Seized“, 22.10.2004, Zugriff 14.12.2005, (www.cbp.gov/linkhandler/cgov/import/commercial_enforcement/ipr/seizure/trading/top_seizures_04.ctt/top_seizures_04.pdf)

Department of State, „World Trade Organization: Analysis of China's Commitments to Other Members,“ in: *General Accounting Office Report*, 03.10.2002, Zugriff 19.2.2003, (<http://usinfo.state.gov/regional/ea/iplrcn/20021003.htm>)

Deutsche Botschaft Peking, *Jahreswirtschaftsbericht VR China 2004*, Peking, 10.06.2005

Deutscher Industrie- und Handelskammertag, *Memorandum Schutz geistigen Eigentums in China*, Berlin, November 2004

Deutsch-Chinesisches Institut für Rechtswissenschaft, „Praxis“, Zugriff 13.07.2005, (<http://lehrstuhl.jura.uni-goettingen.de/kontakte/praxis1.html>)

Deutsch-Chinesische Juristenvereinigung e.V., „Zielsetzung“, Zugriff 14.07.2005, (www.zchinr.de)

Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit GmbH, „Commercial law“, Zugriff 14.07.2005, (www.gtz-legal-reform.org.cn/en/projects.php?id=3)

Development Research Center (DRC), „Survey on the Effects of Counterfeiting on the National Economy. DRC Report 2002-2003“, 2002, Zugriff 08.08.2005, (www.qbpc.org.cn/en/about/references/drcreports/2002-2003drcreport)

deWolf Paine, Jennifer, „Counterfeiting. The Problem with Counterfeiting“, 15.09.2003, Zugriff 21.01.2005, (www.inta.org/membersonly/bulletin/A.asp?I=93&S=44)

Endeshaw, Assafa, *Intellectual Property in China. The Roots of the Problem of Enforcement*, Singapore 1996

Erling, Johnny, „China: Die Macht der Monokultur“, in: *Die Welt*, 03.03.2005, Zugriff 09.03.2005, (www.welt.de)

Erling, Johnny, „China fälscht China“, in: *Die Welt*, 28.06.2005, Zugriff 29.07.2005, (www.welt.de/data/2005/06/28/738092.html?prx=1)

Esler, Lindsay/Gao, Gordon, „New rules of evidence established for intellectual property cases in China“, in: *Global IP Rights Management*, 2002, S. 19-21

EU Chamber of Commerce in China, „Working Groups. Intellectual Property Rights“, Zugriff 18.07.2005, S. 1, (www.euccc.com.cn/groups/workinggroups.php?workgroups=24)

EU-Kommission, „Organised Crime“, 29.12.1998, Zugriff 20.01.2005, (<http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/l33077.htm>)

EU-Kommission, „Produktnachahmung und Markenpiraterie: Statistics recorded at the external borders of the EU“, Zugriff 15.12.2005, S. 1, (http://europa.eu.int/comm/taxation_customs/resources/documents/customs_controls/counterfeit_piracy/statistics/counterf_comm_2004_en.pdf)

Europäisches Patentamt, "EU-China Intellectual Property Rights Cooperation Programme: Programme Technical Overview", 2000 (A), Zugriff 18.07.2005, (www.european-patent-office.org/intcop/ipr_china/protech1.htm)

Europäisches Patentamt, "EU-China Intellectual Property Rights Cooperation Programme: Programme Beneficiaries", 2000 (B), Zugriff 18.07.2005, (www.european-patent-office.org/intcop/ipr_china/probenif.htm) European Union Chamber of Commerce in China, Intellectual Property Rights Working Group, "Position Paper 2002/2003", Zugriff: 20.07.2003, (www.euccc.com.cn/english/docs2003/intellectual_property_rights_wg.pdf)

Fan Ying, „Questioning guanxi: definition, classification and implications“, in: *International Business Review*, 11/2002, S. 543-561

Feng, Peter, *Intellectual Property in China*, Hongkong/Singapore 1997

Fewsmith, Joseph, China and the WTO: "The Politics behind the Agreement", (NBR Publications, NBR Analysis 5/1999), Seattle 1999, Zugriff 17.05.2000, (www.nbr.org/publications/analysis/vol10no5/essay2.html)

FH Ludwigshafen (Hrsg.), Xiu Cai, Fachzeitschrift des Ostasieninstituts, 8.03.2003, Ludwigshafen Findlay, Mark, „Independence and the judiciary in the PRC“, in: Jayasuriya, Kanishka, *Law, Capitalism and Power in Asia*, London/New York 1999, S. 281-299

Fischer, Alexander, „Lektion 7: Rechtliche Rahmenbedingungen für die Durchsetzung Gewerblicher Schutzrechte“, in: Euroforum (Hrsg.), *Erfolgreiche Geschäfte in China*, Düsseldorf 2005, S. 1-73 (Publikation noch nicht veröffentlicht, Seitenzahl des Beitrages)

Fischer, Stefan/Dörner, Steffen, Sicherheit in der Logistik als Wettbewerbsfaktor, Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie in der Automobilindustrie, in: *Jahrbuch der Logistik 2003*, Düsseldorf 2003, S. 196-199

Fischer, Stefan/Eck, Robert/Richter, Hans-Jörg, „Was sich gegen Produkt- und Markenpiraterie tun lässt“, in: *Harvard Business manager*, Nr. 1/2002, S. 80-89

Fischer, Stefan, „Unter falscher Flagge“, in: *Automobil-Industrie: Management, Entwicklung, Konstruktion, Fertigung*, Heft 7/8 2001, S. 18-21

Frank Sieren/Matthias Kamp, „Nur Lippenbekenntnisse“, in: *Wirtschaftswoche*, 09.12.2004, S. 46-50

Freshfields Bruckhaus Deringer, „International IP Update“, Winter 2003/2004, Zugriff 01.08.2005, (www.freshfields.com/practice/ipp/publications/newsletters/ip-update/7394.pdf)

Fourtou, Jean-Rene, „Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy“, 26.11.2002, Zugriff 11.01.2005, (www.iccwbo.org/home/news_archives/2004/bascap_speech.asp)

Fowler, Geoffrey A., „Intellectual Property, Movie Pirates Go Mobile“, in: *Far Eastern Economic Review*, 25.09.2003, S. 44-46

G+J, „Märkte + Tendenzen: Schuhe“, Nr. 9, April 2005, (www.gujmedia.de/_content/20/37/203782/mt_0509.pdf)

Gärtner, Markus „Chinas Schattenboxen gegen die Produktpiraten“, in: *Handelsblatt*, 3.5.2002, S. 5-6

Gärtner, Markus, „Turbo-Kapitalismus oder Planwirtschaft“, in: *Asia Bridge*, 8/2004, S. 14-15

General Administration of Customs, „Customs Seizure of Infringing Goods“, 2004, Zugriff 04.12.2005, S. 1, (<http://english.customs.gov.cn/Portals/191/IPR/Figures%20of%20seizures.pdf>)

German Pharma Health Fund e.V., "What is being counterfeited? Four types of medicine counterfeiting", Zugriff 21.03.2005, (www.gphf.org/web_en/projekte/minilab/hintergrund_arzneimittelfaelschungen.htm#Typen)

Gernet, Jacques, *Die chinesische Welt*, Frankfurt 1988

Ghosh, Rishad Aiyer, „Licence fee and GDP per Capita“, October 2004, Zugriff 15.12.2005, S. 1-3, (www.uta.edu/depken/P/piracyhdi.pdf)

Gräber, Berrit, „Einfuhr von Plagiaten. Ein bisschen was geht immer noch“, in: *Spiegel Online*, 08.07.2005, Zugriff 10.08.2005, (www.spiegel.de/reise/aktuell/0,1518,364318,00.html)

Goodman, Peter S., "China's Killer Headache: Fake Pharmaceuticals", in: *Washington Post Foreign Service*, 30.08.2002, Zugriff 04.03.2003, (www.washingtonpost.com)

Goodman, Peter S., "China a weak Ally on Piracy", in: *Washington Post*, 04.06.2005, Zugriff 01.08.2005, (www.washingtonpost.com/wpdyn/content/article/2005/06/03/AR2005060301835.html)

Guo Nei, „Authorities: Viagra patent found invalid“, in: *China Daily*, 09.07.2005, Zugriff 01.08.2005, (www2.chinadaily.com.cn/English/doc/2004-07/09/content_346766.htm)

Hachenberger, Jan, *Intellektuelles Eigentum im Zeitalter von Digitalisierung und Internet*, Wiesbaden 2003

Hachenberger, Jan, Technologieabfluss und Produktimitationen auf dem chinesischen Markt, in: Michael Nippa (Hrsg.), *Markterfolg in China*, Heidelberg 2004, S. 69-86

Handschoch, Konrad/Koenen, Krisztina, „Produktfälschung. Weit verbreitet“, in: *Wirtschaftswoche*, 29.05.2003, S. 66-69

Harke, Dietrich, „Gewerblicher Rechtsschutz“, Dokument der Fachhochschule Darmstadt, Fachbereich Sozial- und Kulturwiss., 2000, Zugriff 07.02.2003, (www.fbsuk.fh-darmstadt.de)

Harte-Bavendamm, Henning, *Handbuch der Markenpiraterie in Europa*, München/Wien/Bern 2000

Heberer, Thomas, *Korruption in China. Analyse eines politischen, ökonomischen und sozialen Problems*, Opladen 1991

Heilmann, Sebastian/Gras, Isabelle/Kupfer, Kristin, *Chinas politisch-ökonomisches Schattensystem: Schmuggelnetzwerke und der Beitritt zur WTO*, China-Analysis No. 2, Trier, August 2000

Heilmann, Sebastian, *Das politische System der Volksrepublik China*, Wiesbaden 2002

Heilmann, Sebastian, *Das politische System der Volksrepublik China*, Wiesbaden 2004

Heilmann, Sebastian, „Modernisierung ohne Demokratie? Zukunftsperspektiven des politischen Systems und der Kommunistischen Partei“, in: Herrmann-Pillath, Carsten/Lackner, Michael (Hrsg.): *Länderbericht China. Politik, Wirtschaft und Gesellschaft im chinesischen Kulturraum* (Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung, Band 351), Bonn 1998, S. 186-205

Heilmann, Sebastian, „Verbände und Interessenvermittlung in der VR China: Die marktinduzierte Transformation eines leninistischen Staates“, in: Merkel, Wolfgang/Sandschneider, Eberhard (Hrsg.) *Systemwechsel 4. Die Rolle von Verbänden im Transformationsprozess*, Opladen 1999, S. 279-321

Herbermann, Jan D., „Immer mehr Medikamente werden gefälscht“, in: *Handelsblatt*, 28.05.2002, S. 8

Herrmann-Pillath, Carsten/Zhu Qiuxia, *Stille Föderalisierung oder kalte Desintegration? Zum institutionellen Wandel des chinesischen Steuerstaates* (Duisburger Arbeitspapiere zur Ostasienwirtschaft Nr. 45), Duisburg 1998

Heuser, Robert, „Der Weg des „chinesischen Rechtsstaats“: In neuen Schuhen auf alten Pfaden?“, in: *China aktuell*, November 2004, S. 1221-1224

Heuser, Robert, *Einführung in die chinesische Rechtskultur*, Mitteilungen des Instituts für Asienkunde 315, Hamburg 2002 (A)

Heuser, Robert, „Kurzbeitrag. Das chinesische Rechtssystem zum Zeitpunkt des Beitritts der VR China zur WTO“, in: *Juristenzeitung*, Band 57, Heft 2/2002, S. 83-84 (B)

Hetzer, Wolfgang, „Godfathers and Pirates: Counterfeiting and Organized Crime“, in: *European Journal of Crime, Criminal Law and Criminal Justice*, Vol. 10/4, 2002, S. 303-320

Hetzer, Wolfgang, „Mafia und Marke – Produktpiraterie und Organisierte Kriminalität“, in: *Zeitschrift für Zölle und Verbrauchssteuern*, Heft 12, Band 78, 2002, S. 398-407

Hoffmann, Fritz, „China's Pirates, It's not just little guys – state-owned factories add to the plague of fakes“, in: *Business Week*, 5th June 2000, S. 30

Holbig, Heike, „Lokalverwaltung in der VR China. Zum Wandel parteistaatlicher Kontrollstrukturen seit 1979“, in: *China aktuell*, Februar 2001, S. 153-168

Hosokawa, Masayuki, „Advancement into China and Infringement of Intellectual Property Rights“, Beijing 2000, Zugriff 27.12.2004, (www.sri.or.jp/asia/7th/3e-Hosokawa.pdf)

International Intellectual Property Protection Forum (IIPPF), „Mission dispatched to China to exchange opinions on IP protection“, 2004, Zugriff 19.07.2005, (www.iippf.jp/en/sem_feb20_05.html)

IIPPF, „Inauguration Ceremony of the International Intellectual Property Protection Forum“, 2004, Zugriff 19.07.2005, (www.iippf.jp/en/ic_apr16_02.html)

Information Office of the State Council of the People's Republic of China, „New Progress in China's Protection of IPR“, April 2005, Zugriff 08.08.2005, (www.chinadaily.com.cn/english/doc/2005-04/21/content_436276.htm)

International Anti-Counterfeiting Coalition (IACC), „Facts on Fakes“, 2003, Zugriff 17.11.2003, (www.iacc.org/teampublish/uploads/factsupdated.pdf)

International Anti-Counterfeiting Coalition (IACC), „Facts on Fakes“, 2004, Zugriff 12.01.2005, (www.iacc.org/teampublish/uploads/factsupdated.pdf)

International Anti-Counterfeiting Coalition (IACC), „Letter to Mrs. Gloria Blue“, Office of the United States Trade Representative, Washington D.C, 10.09.2003, Zugriff 13.12.2003, (<http://publish.iacc.org/teampublish/uploads/USTRChinaFR7-03Final.pdf>)

International Anti-Counterfeiting Coalition (IACC), „Letter to Mrs. Gloria Blue, Office of the United States Trade Representative“, 10.09.2003, Zugriff 18.12.2003, (<http://publish.iacc.org/teampublish/uploads/USTRChinaFR7-03Final.pdf>)

International Anti-Counterfeiting Coalition (IACC), „Organized Crime and Product Counterfeiting“, 2003, Zugriff 17.11.03, (www.iacc.org/teampublish/109_476_1676.cfm)

International Trademark Association (INTA), *Report on Anticounterfeiting in Selected Countries*, New York, September 2004

Japan External Trade Organization, „Japan's outward FDI“, 2005, Zugriff 19.07.2005, (www.jetro.go.jp/en/stats/statistics/wfdi0501.xls)

Japan External Trade Organization, „Japan's Trade with China sets sixth straight records in 2004“, 21.02.2005, Zugriff 19.07.2005, (www.jetro.go.jp/en/news/releases/20050221305-news)

Jiang Zhipei, „Judicial protection of intellectual property in China and its prospects“, 20.06.2001, Zugriff 29.05.2003, (www.civillaw.com/cn/english/researches/5.asp)

Ji Wenhui, „Why has counterfeiting in China moved from copying brand name products to widespread sales of harmful products?“, 17.01.2001, Zugriff 08.02.2005, S. 1, (www.sinopolis.com/Archives/TOPSTORY/ts_010201_05.htm)

JICA, „ODA Update: Beijing. Protection of Intellectual Property Rights“, August 2001, Zugriff 19.07.2005, (www.jica.go.jp/english/publication/network/2001/net_vol13/03oda01.html)

Jones, William C., „Trying to understand the current Chinese legal system“, in: C. Stephen Hsu, *Understanding China's legal system*, New York 2003, S. 7-45

Joud, Myrna/Nell, Stephanie, *Wirtschaftshandbuch China, Band 2*, Frankfurt 2002

Kan Zu, „Anti-Counterfeiting in China“, 2001, Zugriff 27.09.2003, (www.ip.net.cn/luntan/zhkan.htm)

Katzenberger, Paul/Kur, Annette, „TRIPS and Intellectual Property“, in: Friedrich-Karl Beier, Friedrich-Karl/Schricker, Gerhard, *From GATT to TRIPS* (IIC-Studies 18/1996), Weinheim/New York/Basel et al. 1996

Keller, Eugen von/Jian Wei/Drinkuth, Hubertus, „Intellectual Property Protection in China: Playing Weiqi, the Game of Enclosures“, 04.02.2005, Zugriff 30.07.2005,
 (www.rolandberger.com/pdf/rb_press/public/RB_China_IP_Protection_20050204.pdf)

Kessler, Florian/Qiao Wenbao, „Aktuelle Entwicklungen im Patent- und Markenrecht der Volksrepublik China“, in: *Recht der Internationalen Wirtschaft*, Heft 3/2003, S. 174-183

Kirsch, Guy, *Neue Politische Ökonomie*, Düsseldorf 1997

Köhler, Angela, „Ist der Honda ein Honda? – Verwirrung in China“, in: *Stuttgarter Zeitung* 03.01.2004, zitiert nach *Chinaintern*, Zugriff 21.02.2005, S. 1, (www.chinaintern.de)

Kommission der Europäischen Gemeinschaften, „The EU’s relations with China“, Zugriff 18.07.2005,
 (http://europa.eu.int/comm/external_relations/china/intro/)

Kommission der Europäischen Gemeinschaften, „Grünbuch zur Bekämpfung von Nachahmungen und Produkt- und Dienstleistungspiraterie im Binnenmarkt, Brüssel, 1998, Zugriff 18.07.2005,
 (http://europa.eu.int/comm/internal_market/en/indprop/piracy/lvconde.pdf)

Kommission der Europäischen Gemeinschaften, „Mitteilung der Kommission an den Rat, das Europäische Parlament und den Wirtschafts- und Sozialausschuss“, 17.11.2000, Zugriff 18.07.2005,
 (http://europa.eu.int/comm/internal_market/en/indprop/piracy/com789de.pdf)

Kong Qingjiang, „Intellectual Property Rights Protection in Post-WTO China: Still an Incurable Blight on Sino-U.S. Trade Relations?“, in: *Issues & Studies*, Vol. 38, No. 3, September 2002, S. 59-79

Kong Qingjiang, „Japanese Chauvinism or Chinese Nationalism? Protection of Intellectual Property in China and its Implications for Sino-Japanese Economic Relations“, in: *The Journal of World Intellectual Property*, No. 5, 2003, S. 669-676

Koppitz, Ralph, Geistiges Eigentum in China – wie schützt man sich vor Rechtsverletzungen?, in: *China Nachrichten der AHST Peking*, 1/2002, S. 16-19

Kühl, Martin, „Chinesische Firmen erobern das Ausland“, in: *Financial Times Deutschland*, 01.12.2004, S. 15

Kyrer, Alfred, *Neue Politische Ökonomie 2005*, München/Wien 2001

Lehmkuhl, Ursula, *Theorien internationaler Politik*, München/Wien 1997

Lehner, Franz, *Einführung in die Neue Politische Ökonomie*, Königstein/Taunus 1981

Lehner, Franz, „Interessenstrukturen und Wirtschaftspolitik: Leistungen und Defizite von Olsons Theorie, in: Klaus Schubert (Hrsg.), *Leistungen und Grenzen politisch-ökonomischer Theorie: eine kritische Bestandsaufnahme zu Mancur Olson*, Darmstadt 1992, S. 79-87

Leung, T. K. P., *Guanxi and favor in the People’s Republic of China (PRC)*, 2003, Zugriff 04.09.2004,
 (www.sba.muohio.edu/abas/2003/brussels/leung_pb6322yhwong.pdf).

Li Bei/Drewes, Eva, „VR China geht strafrechtlich gegen Verletzung geistigen Eigentums vor“, in: *Rödl & Partner Auslandsbrief*, März 2005, S. 4-5

Li Qunying, „China Customs Protection of Intellectual Property Rights“, Februar 2001, Zugriff 04.12.2005,
 (www.sccp.org/sccplibary/meetings/February2001/intlprop.doc)

Li, Yuwen/Otto, Jan Michiel „Central and local law-making: studying China’s experience, in: Eduard B. Vermeer/Ingrid d’Hooghe, *China’s legal reforms and their political limits*, London 2002, S. 1-30

Loewenstein, Andrew B., „Chinese Fake-Out“, in: *Washington University Quarterly*, Spring 2000, Zugriff 29.07.2003,
 (www.foreignpolicy.com/issue_marapr_2001/gnsprint.html)

Lorenz, Andreas, „Baby sterben an „Große-Kopf-Krankheit“, in: *Spiegel Online*, 22.04.2004, Zugriff 24.4.2004,
 (www.spiegel.de/panorama/0,1518,druck-296230,00.html)

Lorenz, Andreas, „China. Echte Mutter“, in: *Der Spiegel*, 10/2002, S. 166-167

Lusby, Jo, „Faking It“, 7.12.2004, Zugriff 23.02.2005, (www.cityweekend.com.cn/en/features/2001_13/Cover_Fakes)

Luther Menold Rechtsanwaltsgesellschaft (Hrsg.), *Ausländische Geschäftsaktivitäten in China*, Köln 2005

Ma Jun/John Norregaard, „China’s fiscal decentralisation“, Oktober 1998, Zugriff 22.06.2005,
 (www.imf.org/external/pubs/ft/seminar/2000/1dn/china.pdf)

Maier, Astrid, „Chinesische Lauer“, in: *Financial Times Deutschland*, 30.04.2005, S. 25

Maurer, Jürgen, „Japan verstärkt den Kampf gegen gefälschte Produkte. VR China im Mittelpunkt der Aktivitäten“, bfai CD-ROM zur Außenwirtschaft, Köln, 22.07.2004

Maskus, Keith E., „Intellectual Property Rights in the WTO Accession Package: Assessing China’s Reforms“, 16.12.2002, Zugriff 01.09.2005, Boulder,
 (http://siteresources.worldbank.org/INTRANETTRADE/Resources/maskus_tips.pdf)

Meister, Herbert E., *Leistungsschutz und Produktpiraterie: Fragmente zu einem Phänomen*, Frankfurt am Main 1990

Meister, Herbert E., *Marke und Recht. Texte und Materialien*, Wiesbaden 1994

Mehta, Manik, „Produktpiraterie – China am Pranger“, 07.04.2005, Zugriff 05.08.2005,
 (www.maschinenmarkt.de/fachartikel/mmm_fachartikel_1862601.html)

Michael, David/Rivette, Kevin, *Facing the China Challenge. Using an Intellectual Property Strategy to Capture Global Advantage*, Boston Consulting Group Report, Boston 9/2004

Ministry of Commerce (MoC), Department of Treaty and Law, *Intellectual Property Protection in China*, Beijing, 3/2005

Ministry of Economy, Trade and Industry (METI), „China: Uniform administration, transparency, and judicial review“, 2004, Zugriff 21.07.2005, (www.meti.go.jp/english/report/downloadfiles/2004WTO/1-2Chinæ.pdf)

Mocek, Ingo, „Jäger der verwässerten Ware“, in: *Neon-Magazin*, 11/2005, S. 30-36

MOFTEC, “EU-China Intellectual Property Rights Cooperation Programme: A Message from the Vice Minister”, 2000, Zugriff 18.07.2005, (www.european-patent-office.org/intcop/ipr_china/chigov.htm)

Möller, Doris, Aktionskreis Deutsche Wirtschaft gegen Produkt- und Markenpiraterie, *Produkt- und Markenpiraterie*, Berlin 2004

Müller, Rudolf/Wabnitz, Heinz-Bernd/Janovsky, Thomas, *Wirtschaftskriminalität. Eine Darstellung der typischen Erscheinungsformen mit praktischen Hinweisen zur Bekämpfung*, München 1997

Müller, Stefan/Kornmeier, Martin, *Marken- und Produktpiraterie*, Dresdner Beiträge zur Betriebswirtschaftslehre, 37/00, Dresden 2000

Muller, Joann, „Counterfeiting cars in China“, 01.02.2004, Zugriff 14.04.2004, (<http://msnbc.msn.com/id/4131724/>)

National Criminal Intelligence Service, “United Kingdom threat assessment of serious and organised crime 2003-2. How serious and organised criminals operate”, Zugriff 19.12.2003, (www.ncis.co.uk/ukta/2003/threat02.asp)

Oberender, Peter, “Transformationsprozesse in der VR China aus ökonomischer Sicht”, 2003, Zugriff 22.06.2005, (www.hss-koord.cn/KOORD/Pub/KOORDDok/PDF/03/Oberender.pdf)

Oddi, A. Samuel, „The International Patent System and Third World Development: Reality or Myth?“, in: *Duke Law Journal*, 05.11.1987, S. 831-878

Oksenberg, Michael/Potter, Pitman B./Abnett, William B., *Advancing intellectual property rights: Information technologies and the course of economic development in china* (The National Bureau of Asian Research), Seattle 1996

Olson, Mancur, *Die Logik des kollektiven Handelns*, Tübingen 1992

Olsen, Göril Susanne, *Markenpiraterie. Erscheinungsformen, Bedeutung und Gegenmaßnahmen*, Diplomarbeit, Universität Mannheim, 2003

Orgalime (Liaison Group of the European mechanical, electrical, electronic and metalworking industries) (Hrsg.), *Wirksame Bekämpfung von Marken- und Produktpiraterie – ein praktischer Leitfaden für die europäische Investitionsgüterindustrie*, Oktober 2001

O’Shea, Caroline, „Nobel Prize Winner Joseph Stiglitz speaks on Globalization“, 11.04.2005, Zugriff 28.07.2005, (www.gobalpolicy.org/globaliz/econ/2005/0411stiglitz.htm)

Ostergard, Robert L., *The Development Dilemma. The Political Economy of Intellectual Property Rights in the International System*, New York 2003

Palmer, Scott J., “An Identity Crisis: Regime Legitimacy and the Politics of Intellectual Property Rights in China”, in: *Indiana Journal of Global Legal Studies*, Band 8, 2002, S. 449-478

Papageorgiou, Elliot, „Durchsetzung von gewerblichen Schutzrechten“, in: *Wirtschaftshandbuch China, Band 4*, Frankfurt 2002, S. 23-28

Paradise, Paul R. *Trademark Counterfeiting, Product Piracy, and the Billion Dollar Threat to the U.S. Economy*, Westport/Connecticut, London 1999

Pattloch, Thomas, “Lobbying Opportunity Against Counterfeitors in China”, 19.04.2005, Newsletter der Kanzlei Schulz Noack Bärwinkel

Pattloch, Thomas, „China Fälscher haben nach wie vor Hochkonjunktur“, 05.05.2004, CD-ROM der Bundesagentur für Außenwirtschaft, Köln

PriceWaterhouseCoopers, „Wirtschaftskriminalität 2003. Internationale und deutsche Ergebnisse“, 8/2003, Zugriff 12.01.2005, (www.pwecglobal.com/gx/eng/cfr/gecs/PwC_GECS03_Germany.pdf)

Power, Geoff, „Pharmaceutical Counterfeiting“ in: *International Criminal Police Review*, Number 476-477/1999, S. 14-18

QBPC, „Member Benefits Overview“, Zugriff 04.03.2003, (www.qbpc.org.cn/membership-recruiting/benefits.htm)

QBPC, „Our Mission“, Zugriff 04.03.2003, (www.qbpc.org.cn)

QBPC, „QBPC Newsletter“, April 2004, Zugriff 11.12.2005, S. 1+2, (www.qbpc.org.cn/en/about/newsletters/April2004Newsletter)

QBPC, „QBPC Releases Results of Groundbreaking Consumer Behaviors Survey on Counterfeiting“, 28.01.2002, Zugriff 18.10.2003, (www.qbpc.org.cn/press-room/28-jan-2002.htm)

QBPC, „Report on Counterfeiting in the People’s Republic of China – executive summary, Zugriff 10.07.2003, (www.qbpc.org.cn/about-qbpc/position-paper.htm)

QBPC, „Update on the State of Counterfeiting in China“, 16.09.2003, (www.bakerinfo.com/NR/rdonlyres/equqcwjg3id5c74uxh2dml14b2zcd5ytoeiy2fkxdv4dedu2fxor nabz2fi4vixwps6y3v46exvqec/2002-696.pdf)

Randt, Clark T., „Message from Ambassador Clark T. Randt“, Zugriff 27.07.2005, (www.usembassy-china.org.cn/ipr/ptr/randt.html)

Senti, Richard, „Product Counterfeiting and Interpol“, in: *International Criminal Police Review*, Number 476-477/1999, S. 98-101

Sanders, Claudia, „Die Bilanz der Geheimdienste. Internationale Wirtschaftsspionage“, Radiosendung des Deutschlandfunk, 26.09.2004, Zugriff 12.01.2005, (www.dradio.de/dlf/sendungen/hiwi/306713/)

Sandschneider, Eberhard, „Die Kommunistische Partei Chinas an der Macht: Politische Entwicklungen bis zum Ende der Ära Deng Xiaoping“, in: Herrmann-Pillath, Carsten/Lackner, Michael (Hrsg.), *Länderbericht China*, Band 351, Bonn 1998

Sieren, Frank, „Langer Atem“, in: *Wirtschaftswoche*, 14.07.2005, S. 48-50

Schäfer, Jochen, „Gewerblicher Rechtsschutz“, in: *Wirtschaftshandbuch China*, 4: Arbeitsrecht, Personal, Gewerblicher Rechtsschutz, Immobilien, Frankfurt a.M. 2002, S. 18-22

Schanz, Kai-Uwe, *Internationale Unternehmensstrategien in der neuen WTO—Welthandelsordnung* (Schweizerisches Institut für Außenwirtschafts-, Struktur- und Regionalforschung an der Hochschule St. Gallen, 35), Chur 1995

Scharrer, Barbara, „Anerkennung bekannter Marken jetzt auch in China“, in: *Rödl & Partner Auslandsbrief*, Juli 2003, S. 7

Schmidt, Stefanie „Chinas Fälscher haben nach wie vor Hochkonjunktur“, in: bfa CD-ROM, 05.05.2004

Schoser, Franz, „Oft kopiert, nie erreicht. Markenartikel im Visier der Produktpiraten“, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 27.06.2001, S. 6

Schramm, Matthias/Taube, Markus, *Institutionenökonomische Anmerkungen zur Einbettung von Korruption in das Ordnungssystem chinesischer Guanxi-Netzwerke*, Duisburger Arbeitspapiere zur Ostasienwirtschaft, Nr. 60/2001, Duisburg 2001

Schüller, Margot/Albrecht, Melanie, „Chinas Innovationskapazität auf dem Prüfstand“, in: *China aktuell*, Februar 2005, S. 21-31

Schüller, Margot, „Fortschritte beim Kampf gegen Copyright-Verletzungen“, in: *China aktuell*, Januar 2003, S. 18-19

Schüller, Margot, „Vereinzelte Fortschritte beim Copyright-Schutz für ausländische Investoren“, in: *China aktuell*, Dezember 2003, S. 1450-1451

Schulte-Kulkmann, Nicole, *Der Einfluss westlicher Rechtsberatung auf die Rechtsreformen in der Volksrepublik China: Zur Rolle von Akteuren und Interessen in der chinesisch-westlichen Rechtsberatung*, China Analysis No. 13, Trier, Juli 2002

Schulte-Kulkmann, Nicole, *Rechtszusammenarbeit im Kontext der europäisch-chinesischen Beziehungen*, China Analysis No. 24, Trier, Juni 2003

Schulte-Kulkmann, Nicole/Heilmann, Sebastian, *U.S.-China Legal Cooperation – Part I: The Role of Actors and Actors' Interests*, China Analysis 42, Trier, April 2005 (A)

Schulte-Kulkmann, Nicole/Heilmann, Sebastian, *U.S.-China Legal Cooperation – Part II: An Overview of American Governmental Legal Cooperation Initiatives*, China Analysis 43, Trier, April 2005 (B)

Schulte-Kulkmann, Nicole, *The German-Chinese Rule of Law Dialogue: Substantial Interaction or Political Delusion?*, China Analysis No. 47, Trier, June 2005

Schütz, Fred G., „Produkt- und Markenpiraterie in der Volksrepublik China. Alles wird gefälscht“, in: *Wirtschaftsmagazin Pfalz* (IHK Pfalz), Ludwigshafen, 7-8/2002, S. 24-26

Shi Shiwei, *Staat, Pfadabhängigkeit, Wechselwirkungen zwischen Wirtschaft und Politik im Transformationsprozess. Politische Ökonomie der Weltmarktoffnung der VR China 1978-1995* (Europäische Hochschulschriften, Reihe V, 2289), Frankfurt (Main) 1998

Sieren, Frank/Kamp, Matthias, „Nur Lippenbekenntnisse“, in: *Wirtschaftswoche*, 09.12.2004, S. 46-50

Sieren, Frank, „Böses Spiel“, in: *Wirtschaftswoche*, 19.06.2005, S. 26

Simon, Bob „The World's Greatest Fakes“, 28.01.2004, Zugriff 08.02.2005, (www.cbsnews.com/stories/2004/01/26/60II/printable595875.shtml)

Simone, Joseph, „Counterfeiting in China - 2004 in Review“, Januar 2005, Zugriff 10.08.2005, (www.bakernet.com/NR/rdonlyres/3E8E5C03-D273-499B-8C49-3A3EFD59C941/37541/1092CounterfeitinginChina2004review.pdf)

Sisci, Francesco, „Chinesische Piraten“, in: *NZZ Folio*, ohne Datumsangabe, Zugriff 03.06.2003, (www-x.nzz.ch/folio/archiv/1997/10/articles/sisci.html)

Siu, Noel Y. M./Hui, Alice S. Y./Lee, Betsy Y. Y., „An Empirical Investigation of the Ethical Beliefs of Consumers in China“, BRC Papers on China, Hongkong Baptist University, Juli 2001, Zugriff 28.12.2004, (<http://net2.hkbu.edu.hk/~brc/CP200103.pdf>)

Staiger, Brunhild, „Grundzüge der chinesischen Geschichte“, Zugriff 5.5.2005, (www.bpb.de/publikationen/TW6793,3,0,Grundz%FCge_der_chinesischen_Geschichte.html)

State Intellectual Property Office, „White Paper on the Intellectual Property Rights Protection in China in 2003“, 03.06.2004, Zugriff 06.07.2005, (www.sipo.gov.cn/sipo_English/ndbg/bps/t20040603_33986.htm)

Statistisches Bundesamt, „Länderprofil China 2004“, Zugriff 03.03.2005, (www.destatis.de/download/d/veroe/laenderprofile/lp_china.pdf)

Sturm, Thomas, „Wenn's ums Geld geht“, in: *OAV-Report*, 2.7.2001, S. 2

Taubmann, Wolfgang, „Naturräumliche Gliederung und wirtschaftsgeographische Grundlagen“, in: Carsten Herrmann-Pillath / Michael Lackner (Hrsg.), *Länderbericht China. Politik, Wirtschaft und Gesellschaft im chinesischen Kulturräum* (Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung, Band 351), Bonn 1998, S. 31-57

The American Chamber of Commerce in the People's Republic of China (Am-Cham China), „3.8: Intellectual Property Rights“, Zugriff 20.07.2003, (www.amcham-china.org.cn/publications/position/wto/wto_14.htm)

Trade Compliance Center, „PRC Implementation of the 1995 IPR Agreement“, 1996, Zugriff 25.06.2003, (www.tcc.mac.doc.gov/cgi-bin/doit.cgi?226:64:38970271:1:190.htm)

Trade Compliance Center, „PRC IPR MoU – Action Plan“, Zugriff 25.06.2003, (www.tcc.mac.doc.gov/cgi-bin/doit.cgi?204:64:51450297:192)

Trainer, Timothy P., „The Fight Against Trademark Counterfeiting“, in: *The China Business Review* 2002, Zugriff 27.09.2003, (www.chinabusinessreview.com/0211/trainer.html)

Transparency International, „TI 2005 Corruption Perceptions Index“, 26.10.2005, Zugriff 02.12.2005, S. 1, (www.transparency.org/cpi2005/cpi2005.sources.en.html)

Tullock, Gordon „Rents and Rent-Seeking“, in: Charles K. Rowley (Hrsg.), *The political economy of rent-seeking*, Boston/Dordrecht/Lancaster 1988

Union des Fabricants, „Counterfeiting & Organised Crime“, 2003, Zugriff 18.01.2005, (www.gacg.org/pdf/rapport_uk.pdf)

United States Trade Representative (USTR), “2002 Report to Congress on China’s WTO Compliance”, 11.12.2003, Zugriff 05.07.2003, (www.ustr.gov/regions/china-hk-mongolia-taiwan/2002-12-11-China_WTO_compliance_report.PDF)

United States Trade Representative (USTR), *National Trade Estimate Report 1996*, Zugriff 01.07.2003, (www.ustr.gov/reports/nte/1996/china.html)

United States Trade Representative (USTR), *National Trade Estimate Report 1995*, Zugriff 23.06.2003, (www.ustr.gov/html/1995_china.html)

United States Trade Representative (USTR), „2005 Special 301 Report. Positive List of Developments: May 2004 - April 2005, 29.04.2005, Zugriff 09.08.2005, (<http://hongkong.usconsulate.gov/uscn/trade/ipr/2005/042903.htm>)

U.S. Immigration and Customs Enforcement, „Strategy Targeting Organized Piracy (STOP!)“, 04.10.2004, Zugriff 27.07.2005, (www.ice.gov/graphics/news/factsheets/STOP_FS100404.htm)

Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V., *Studie zu Produktpiraterie in der Investitionsgüterindustrie*, September 2003, Frankfurt am Main, Zusammenfassung und Studie

Vereinigung zur Bekämpfung von Produktpiraterie (VBP), „Vereint in den Kampf gegen Produktpiraterie“, Zugriff 01.07.2003, (www.vbp.org/de/profil.html)

Wagner, Wieland, „Null Abweichungen“, in: Spiegel Online, 14.2.2005, Zugriff 25.2.2005, (www.spiegel.de/spiegel/0,,1518,341435,00.html)

Wang Chenguang/Zhang Xianchu, *Introduction to Chinese Law*, Hongkong/Singapore 1997

Wang Jing (Hrsg.), „New Judicial Opinion on Criminal Enforcement of IPR’s, in: *Wang Jing & Co. Legal Newsletter*, 01/2005, Zugriff 01.03.2005, (www.china.ahk.de/gic/biznews/law/WJ-Newsletter-January-2005.pdf)

Wang Jingchuan, „Intellectual Property: Expecting more mutual Understanding and Cooperation“, 18.05.2005, Zugriff 11.08.2005, (www.sipo.gov.cn/sipo_English/gfxx/zyhd/t20050523_48027.htm)

Wang Yong, „China’s Domestic WTO Debate“, in: *China Business Review*, 01/2000, S. 54-62

Weck-Hannemann, Hannelore, *Politische Ökonomie des Protektionismus. Eine institutionelle und empirische Analyse*, Frankfurt/New York 1992

Weeks, Ann M., “Practical Strategies companies can use to protect and enforce their intellectual property rights in China”, in: *China Business Review*, November-December 2000, S. 29-33

Wertheimer, Albert I./Santella, Thomas M./Chaney, Nicola M., „Counterfeit Pharmaceuticals – Update on Current - Status and Future Projections“, 2004, Zugriff 21.03.2005, S. 2, (www.bbriefings.com/pdf/955/ACFB49F.pdf)

Wikipedia. Die freie Enzyklopädie, „Reverse Engineering“, 27.10.2005, Zugriff 19.11.2005, (http://de.wikipedia.org/wiki/Reverse_Engineering)

Wikipedia, „Liste der Länder nach Bruttoinlandsprodukt pro Kopf“, April 2005, Zugriff 15.12.2005, (http://de.wikipedia.org/wiki/Liste_der_L%C3%A4nder_nach_Bruttoinlandsprodukt_pro_Kopf)

Wikipedia, „Liste der Länder nach Einkommensverteilung“, 2004, Zugriff 15.12.2005, (http://de.wikipedia.org/wiki/Liste_der_L%C3%A4nder_nach_Einkommensverteilung)

Wittmann, Klaus, „Dreiste Fälscher“, in: *Die Zeit*, 12.11.1998, S. 44

Wölfel, Helmut, *Rechtsfolgen von Markenverletzungen und Maßnahmen zur Bekämpfung der Markenpiraterie*, Bonn 1990

World Economic Forum, “Counterfeiting: A New Business Risk”, 27.01.2003, Zugriff 17.11.2003, (www.weforum.org/site/knowledgenavigator.nsf/Content/Counterfeiting:%20A%20New%20Business%20Risk_2003?open)

World Intellectual Property Organization, “What is WIPO”, Zugriff 27.03.2000, (www.wipo.int/eng/dgtext.htm)

World Intellectual Property Organization, “World Intellectual Property Day Activities”, 2001, Zugriff 11.08.2005, (www.wipo.int/about-ip/en/world_ip/2001/activities.htm)

World Trade Organization, „Intellectual Property. What are intellectual property rights?”, Zugriff 22.05.2000, (www.wto.org/wto/intellic/intell1.htm)

World Trade Organization, „TRIPS: Frequently asked questions“, Zugriff 19.02.2003, (www.wto.org//english/tratop_e/trips_e/tripfq_e.htm)

Yabuki, Susumu/Harner, Stephen M., *China’s New Political Economy*, Boulder 1999

Yuan Zheng Cao/Gang Fan/Wing Thye Woo, “Chinese Economic Reforms: Past Success and Future Challenges”, in: Wing Thye Woo/Stephan Parker/Jeffrey Sachs, *Economies in Transition: Comparing Asia and Eastern Europe*, London 1997, S. 20-27

Yu, Peter K., “From pirates to partners: Protecting intellectual property in China in the twenty-first century”, in: *American University Law Review*, Vol. 50:131, 2001, S. 131-243

Yu, Peter K. “An Action Plan to Reinvent U.S.-China Intellectual Property Policy”, 2002, Zugriff 25.07.2005, (www.peteryu.com/actionplann.pdf)

Yu, Peter K., „The cat and mouse game in China: Rethinking institutions, participation and processes“, 2003, Zugriff 11.07.2005, (www.peteryu.com/china_sscc.pdf)

Zhi Wei, „Rechtliche Grundlagen zum Schutz des geistigen Eigentums in China“, Tagungsband des Seminars „Erfolgsfaktor Kultur“, 10.3-12.03.2000, Beijing Daxue, Peking 2000

B Quellen ohne Verfasser/Herausgeber:

„Beijing’s Phony War on Fakes“, in: *Fortune Magazine Time*, 30.10.2000, Zugriff 27.09.2003, (www.qbpc.org.cn/press-room/fortune-magazine.htm)

„Car logos trial gears up“, in: *China Daily Online*, 07.08.2003, Zugriff 11.03.2005, (www.chinadaily.com.cn/en/doc/2003-08/07/content_252629.htm)

„China Amends Copyright Law“, 16.11.2001, Zugriff 18.07.2003, (www.china.org.cn/english/2001/Nov/22246.htm)

„China: Don’t blame us for piracy“, Reuters-Meldung vom 28.06.2005, Zugriff 25.07.2005, (http://cnnmoney.com/2005/06/28/news/international/china_piracy.reut/index.htm)

„China’s Piracy Plague“, in: *Business Week*, 5. Juni 2000, S. 44-48

„China takes new measures to fight counterfeiters“, in: *Managing Intellectual Property*, Oktober 2004, Zugriff 09.08.2005, (www.managingip.com/?Page=10&PUBID=34&ISS=12523&SID=472646&TYPE=20)

„China-US Joint Statement. October 29, 1997“, Zugriff 25.07.2005, (www.shaps.hawaii.edu/fp/us/us-china-je4.html)

„Chou yan da fan da jia gan bu“, 09.11.2001, Zugriff 30.08.2005, (www.people.com.cn/GB/shizheng/19/20011109/601456.html)

„Chinese diet pill casualties mount“, 21.07.2002, Zugriff 13.01.2005, (<http://archives.cnn.com/2002/WORLD/asiapcf/east/07/21/japan.pills/>)

„Commerce Chief urges China to protect intellectual property“, 07.06.2005, Zugriff 28.07.2005, (<http://216.71.84.120/e/p/tp-20050607-20.html>)

„Counterfeiting. Imitating is theft“, in: *Economist Online*, 15.03.2003, Zugriff 22.03.2005, (www.economist.com/PrinterFriendly.cfm?Story_ID=1780818)

„DIHT fordert härteren Kampf gegen Produktpiraten“, in: *Die Welt*, 04.04.2002, S. 14

„FBI untersucht mögliche Hightech-Spionage aus China“, in: *Computerwoche online*, 16.01.2003, Zugriff 17.01.2003, (www.computerwoche.de/index.cfm?pageid=254&artid=44734)

„Forgers beat whisky tax with holograms“, 07.03.2004, Zugriff 29.07.2005, (www.scotchwhisky.net/news/forgers.php)

„Funktionsuntüchtige Rauchmelder im Umlauf“, Zugriff 06.01.2004, (www.wdr.de/themen/_config/_mediabox/index.jhtml?seite=2&mkat=1&mid=795).

„Geistiges Eigentum: Kommission begrüßt Unterstützung des Europäischen Parlaments im Kampf gegen Nachahmung und Piraterie“, 09.03.2004, Zugriff 18.07.2005, (www.ige.ch/D/jurinfo/documents/j10703d.pdf)

„Geistiges Eigentum: Kommission begrüßt Verabschiedung der Richtlinie gegen Nachahmung und Piraterie“, 26.04.2004, Zugriff 18.07.2005, (<http://europa.eu.int/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/04/540&format=HTML&aged=0&language=DE&guiLanguage=en>)

„Gewerbliche Schutzrechte mit strafrechtlicher Unterstützung“, in: *China Telegramm der IHK Köln*, 06/2004, S. 9

„Gewerblicher Rechtsschutz. Nachahmung fremder Leistungen – so alt wie die Menschheit“, 04.03.2004, Zugriff 09.03.2005, (www.zoll.de/b0_zoll_und_steuern/d0_verbote_und_beschraenkungen/f0_gew_rechtsschutz/)

„GM and Chery settle legal action“, 19.11.2005, Zugriff 13.12.2005, (<http://msnbc.msn.com/id/10102211/>)

„GM claim for RM80 Mln Compensation from Chery“, 08.05.2005, Zugriff 28.07.2005, (<http://en.chinabroadcast.cn/2600/25005-5-8/87@234870.htm>)

„GM Resolves Piracy Lawsuit with Chery Automobile“, 18.11.2005, Zugriff 13.12.2005, S. 1, (www.finwin.com/finwin/home/headlinesdisplay.cfm?story=8658552&id=997)

„Guang xi ma shan xian ming pai yue bing ru ci zhi zhao“, 30.08.2005, Zugriff 30.08.2005, (www.daja.net.cn/html/2005/08/20050830145008-1.htm)

„Hartes Vorgehen gegen Drogenhandel“, in: *China aktuell*, Juni 2004, S. 613

„Headlines of Life in China“, in: *Fiducia China Focus*, Online-Medium (Rundmail), Dezember 2004

„LEGO company wins a landmark copyright case in China“, Zugriff 29.05.2003, (www.liu-shen.com/news02_en.asp)

„Mehr Branchen von Markenpiraterie betroffen“, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 1.10.1998, S. 20

„Ming jiu shou dian. Zhuan dao mao pai huo“, 19.11.2004, Zugriff 21.09.2005, (www.daja.net.cn/HTML/2005/pgt/200517062.html)

„New global business initiative to fight counterfeiting and piracy“, 2002, Zugriff 11.01.2005, S. 1, (www.iccwbo.org/home/news_archives/2004/bascap_launch.asp)

„Organisierte Kriminalität: Definitionen“, Zugriff 20.01.2005, (<http://people.freenet.de/kylampe/okdef.htm>)

„Pirates on the Information Age“, 05.03.2002, Zugriff 17.11.2003, (www.microsoft.com/issues/essays/2002/03-05piracy.asp)

„Plagiate“, Beitrag im Heute Journal des ZDF, gesendet am 09.08.2005

„Premier Wen Jiabao’s press conference“, 14.03.2005, Zugriff 30.04.2005, (www.dzdaily.com/english/pic/t20050314_995818.htm)

„Produktpiraten kapern das Internet“, in: *stil & markt*, 8/2002, S. 17

“Protecting your intellectual property rights (IPR) in China. A practical guide for U.S. companies”, Januar 2003, Zugriff: 07.03.2003, (www.mac.gov/China/Docs/BusinessGuides/IntellectualPropertyRights.htm)

“Qi pei: zhong guo qi che gong ye de zui hou fang xian”, 06.12.2000, Zugriff 19.08.2005, (<http://finance.sina.com.cn/d/26750.html>)

„Kang ri lao gan bu huo zeng shi jie ming biao shi jiu mao chan pin“, 25.09.2005, Zugriff 25.09.2005, (www.daja.net.cn/HTML/2005/pgt/200517138.html)

“Shi jia zhuang cha huo zhi shou jia xing ren lu da an“, 20.09.2004, Zugriff 21.09.2005, (www.daja.net.cn/HTML/2005/pgt/200516999.html)

“Si ren zhen shen diao cha ju bao zhi liang jian bu ju da jia jian yan jian yi, ju dang hei bao hu san yun nan da jia xing dong lian xing zheng zhi fa bu men jing gong kai dui lei”, 12.01.2004, Zugriff 17.08.2005, (www.c007.com/djwq/4002.htm)

„Spinne im Netz“, 04.07.2005, Zugriff 01.08.2005, (www.spiegel.de)

“Stepping up the war against piracy“, in: *Economist*, Zugriff 07.02.2003, (www.economist.com/agenda/displayStory.cfm?story_id=1560936)

“The gentle art of lobbying in China”, in: *The Economist*, 15.02.2001, Zugriff 20.05.2003, (www.economist.com/displayStory.cfm?Story_ID=505497)

„The infraction of intellectual property rights: only China’s fault?“, in: *China Economic Daily*, 29.04.2005, Zugriff 29.07.2005, (http://en.ce.cn/Insight/200504/29/t20050429_3731137.shtml)

“The new Chinese counterfeit game”, in: *International Herald Tribune – The IHT Hotline*, 15.11.2004, Zugriff 16.11.2004, (www.iht.com/bin/print_ipub.php?file=/articles/2004/11/14/business/chiip.html)

„Tickende Zeitbombe“, in: *Faktum Heute* (Online), 02.02.2004, Zugriff 20.03.2005, (www.faktum.at/jaos/page/main_heute.tmpl?article_id=10007542&offset=2620)

„Urheberrechtsgesetz der VR China“, 12/2001, Zugriff 18.07.2003, (www.jura.uni-goettingen.de/chinarecht/011027.htm)

“When can Counterfeiting Be Stopped?”, in: *China Economic Times*, 06.07.2000, Zugriff 20.07.2003, (www.qbpc.org.cn/press-room/china-economic-times.htm)

„Wirtschaftskriminalität: Fast 40 Prozent der deutschen Unternehmen sind betroffen“, 27.08.2003, Zugriff 19.04.2004, (www.pwccglobal.com)

“Wu Yi among Top 50 most influential figures in IP“, 21.07.2004, Zugriff 09.08.2005, (www.chinadaily.com.cn/english/doc/2004-07/21/content_350363.htm)

“Yao pin da jia wie he bu dian“, 25.10.2004, Zugriff 21.09.2005, (www.39.net/HotSpecial)

C Vorträge/Reden/Vorlesungen

Behrens, Till, „Die Ausbeutung von Innovationen“, Vortrag im Rahmen des Plagiarius-Workshops, Kulturbrauerei, 28.03.2003, Berlin

Bürglen, Volker, „Unterstützung durch das Quality Brand Protection Committee (QBPC) im Kampf gegen die Produktpiraterie. Erfahrungsbericht der Robert Bosch GmbH“, Vortrag im Rahmen des Seminars „Internationales strategisches Produkt- und Markenschutzmanagement – Schwerpunkt VR China“ am 13.05.2002, IHK Pfalz, Ludwigshafen.

Eck, Robert, „Ganzheitliches Anti-Counterfeiting“, Vortrag im Rahmen des Seminars „Internationales strategisches Produkt- und Markenschutzmanagement – Schwerpunkt VR China“, IHK Pfalz, Ludwigshafen, 13.05.2002

Eck, Robert, „Anti-Counterfeiting Strategien mittelständischer Unternehmen“, Vortrag im Rahmen des Seminars „China – Essential Tools Nr. 7“, IHK Pfalz, Ludwigshafen, 21.10.2004

Engels, Stephan, „Bekämpfung der Markenpiraterie aus Sicht eines Industriekonzerns“, Vortrag im Rahmen des Seminars „Effiziente Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie, marcus evans, Köln, 10.10.2003

Grant, Iain, Rede beim European Forum for the Prevention of Organised Crime, Brüssel, 30.01.2003, S. 1, (http://europa.eu.int/comm/justice_home/news/information_dossiers/forum_prevention_crime/doc/speech_iain_grant_300103_en.pdf)

Heilmann, Sebastian, *Grundelemente deutscher Chinapolitik*, China Analysis No. 14, Trier, August 2002

Heilmann, Sebastian, „Produktpiraterie in China: Politische und gesellschaftliche Voraussetzungen“, Vortrag im Rahmen der Veranstaltung „Produkt- und Markenpiraterie in China – Hintergrund – Fakten – Fehler vermeiden“, DIHK, 26.04.2005, Berlin

Kock, Michael, „Durchsetzung von Schutzrechten in der VR China“, Vortrag im Rahmen des Seminars „Patentrecht China“, Management Circle, Köln, 09.10.2003

Kock, Michael, „Durchsetzung von Schutzrechten in der VR China“, Vortrag im Rahmen des Seminars „China – Essential Tools Nr. 7“, IHK Pfalz, Ludwigshafen, 21.10.2004

Koppitz, Ralph Vigo, „Das ABC des IP-Schutzes in China“, Vortrag im Rahmen der Veranstaltung „Image in China“, Landesbank Baden-Württemberg, Stuttgart, 10.03.2005

Lalk-Menzel, Beate, „Produktpiraterieprobleme in China“, Vortrag im Rahmen der Veranstaltung „Image in China“, Landesbank Baden-Württemberg, Stuttgart, 10.03.2005

Robertson, Tom, "Intellectual Property Protection in China. Progress and Potential", Vortrag im Rahmen des Seminars "Rieti Brown Bag Lunch Series", 18.10.2002, Zugriff: 24.05.2003, (www.rieti.go.jp/en/events/bbl/02101801.pdf)

Sack, Rolf, Vorlesung „Gewerblicher Rechtsschutz I: Zeichenrechte“, Universität Mannheim, Sommersemester 2005, 23.05.2005

Scharfenorth, Ralph, „Technische Instrumente im Kampf gegen Fälschungen“, Vortrag im Rahmen des Seminars „Internationales strategisches Produkt- und Markenschutzmanagement – Schwerpunkt VR China“ am 13.05.2002, IHK Pfalz, Ludwigshafen.

Söllner, Nico, "Assessment of Excellence in Procurement 2004. From Procurement to Value Chain Management", Vortrag im Arbeitskreis Einkauf, Materialwirtschaft und Logistik, IHK Rhein-Neckar. Mannheim, 15.02.2005.

Süggeler, Rainer Felix, „Brand Protection. A systematic approach from a banknote printer's perspective“, Vortrag im Rahmen des Plagiarius Workshops am 17.03.2003, Oficina de Armonization del Mercado Interior, Alicante.

Taube, Markus, "Aktuelle wirtschaftliche Rahmenbedingungen in China. Realitäten des China-Mythos“, Vortrag im Rahmen des Dialogforums China, Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz, Mainz, 08.11.2004

Winkels, Michael, „Wirtschaftsspionage. Wie deutsche Unternehmen von ausländischen Geheimdiensten ausgeplündert und ruiniert werden“, Vortrag FH Dortmund, Oktober 2004, Zugriff 12.1.2005, (www1.logistik.fh-dortmund.de/IT-Sicherheit/07_Wirtschaftsspionage.pdf)

D Mündliche Mitteilungen/Interviews

Anke, Lars, Regionalmanager Greater China, OAV, Hamburg, via Fernsprecher am 13.07.2005

Bode, Katrin, Public Relations der Fa. Koziol ideas for friends GmbH, Interview am 04.06.2003, Erbach

Böhle, Detlef, Referatsleiter Außenwirtschaft/Asien-Pazifik, Deutscher Industrie- und Handelskammertag, Berlin, mündliche Mitteilung via Fernsprecher am 02.03.2005

Dietlmeier, Sabine, German Industry and Commerce (GIC), Karlsruhe, mündliche Mitteilung via Fernsprecher am 30.12.2004

Fischer, Alexander, Rechtsanwalt, Coudert Brothers LLP, Frankfurt am Main am 23.08.2005 sowie via Fernsprecher am 05.08.2005 und 12.12.2005

Friedmann, Udo, Kriminalkommissar des Bundeskriminalamtes in Wiesbaden, via Fernsprecher am 17.03.2005

Gronwald, Klaus, Kriminalkommissar des Bundeskriminalamtes in Wiesbaden, am 29.04.2005, Wiesbaden

Kock Dr., Michael, Patente, Marken und Lizenzen, BASF AG am 03.08.2004 und 11.11.2004, Ludwigshafen

Koziol, Stephan, Geschäftsführer der Fa. Koziol ideas for friends GmbH, Interview am 04.06.2003, Erbach

Hoffmeister, Klaus, Leiter der Zentralstelle Gewerblicher Rechtsschutz (ZGR), München, via Fernsprecher am 05.10.2004

Lalk-Menzel, Beate, Daimler-Chrysler AG, Stuttgart, via Fernsprecher am 18.01.2005

Marohn, Ralf, Far Eastern Ltd, Ludwigshafen am 20.10.2004, Ludwigshafen

Mao Zuhui, Teson Trading, Heidelberg, via Fernsprecher am 01.08.2005

Medeke, Birgit, Zwilling J. A. Henckels AG, Solingen, mündliche Mitteilung via Fernsprecher am 11.1.2005 und mündliche Mitteilung am 02.12.2005 in Wuppertal

NN, Anti-Counterfeiting-Mitarbeiter eines deutschen Konzerns, mündliche Mitteilung via Fernsprecher, 22.4.2005

NN, China-Unternehmensberater aus der Pfalz, mündliche Mitteilung am 23.12.2005

NN, Teilnehmer eines Meetings beim Verein Hamburger Exporteure, mündliche Mitteilung am 19.09.2003, Hamburg

NN, Etiketten-Produzent aus Goa (Indien), mündliche Mitteilung im Rahmen der Messe Shoes & Leather, 02.06.2005, Guangzhou, VR China

NN, ein auf IPR spezialisierter Fachanwalt, mündliche Mitteilung am 07.02.2005 via Fernsprecher

NN, leitender Mitarbeiter eines deutschen Chemiekonzerns, mündliche Mitteilung am 13.06.2005

NN, deutscher Handelsvermittler und Investitionsförderbeauftragter einer chinesischen Provinz, mündliche Mitteilung, 16.08.2005, Ludwigshafen/Mail vom 08.09.2005

Schäfer, Wolfgang, Geschäftsführer der Stabila Messgeräte Gustav Ullrich GmbH, mündliche Mitteilung am 05.07.2005, Annweiler und via Fernsprecher am 23.08.2005

Simons, Rolf, Inhaber der Simons Druck- und Vertrieb GmbH, Nottuln, mündliche Mitteilung via Fernsprecher am 14.10.2004

Staudinger, Martin, Redakteur des österreichischen Magazins *Profil*, mündliche Mitteilung via Fernsprecher am 28.06.2005

Theinert, Markus, Hersteller von Tubas, Firma Miraphone, mündliche Mitteilung, 24.09.2005

Trapmann, Heinz, Oberfinanzdirektion Nürnberg, ZGR, mündliche Mitteilung am 02.12.2005 in Wuppertal

Birger Vinck, China-Unternehmensberater in Essen, mündliche Mitteilung via Fernsprecher am 20.12.2005

Wann, Tobias, VeriSign Deutschland GmbH, mündliche Mitteilung, 09.10.2003, Köln

E Selbst durchgeführte qualitative Befragung

Produkt- und Markenpiraterie in der VR China: Ausmaße, Rechtslage und Rechtsdurchsetzung, Strukturen, durchgeführt bundesweit im Oktober/November 2004, 52 Unternehmen antworteten