

ChinaContact

Das Außenwirtschaftsmagazin

Chinas Data Security Law
Basis für moderne Datenökonomie?

Chemielogistik
Milkyway wächst weiter

inklusive
ASIEN-PAZIFIK-
SPEZIAL

100

100 Fragen und 100 Antworten: China 2020

Schutz geistigen Eigentums

Markenschutz, Onlinehandel, Internetgerichte

Herr Jaeckel, wie ist die aktuelle Situation bei Verletzungen der Rechte an geistigem Eigentum (Intellectual Property Rights IPR) in China?

Eine positive Neuregelung ist hier das zum 1. Januar 2019 geschaffene Berufungsgericht für geistiges Eigentum beim Obersten Volksgericht in Peking, das landesweit unter anderem für Berufungen gegen Urteile in Verletzungsklagen zu technischen Schutzrechten zuständig ist. Die bisherige Praxis des Berufungsgerichts lässt hoffen, dass damit die Qualität der erstinstanzlichen Urteile in Patentsachen landesweit, insbesondere aber in der Provinz, verbessert wird.

Eine weitere positive Neuregelung im chinesischen Markengesetz trat zum 1. November 2019 in Kraft. Danach sind bösgläubige Markenmeldungen vom Markenamt zurückzuweisen, und Betroffene können darauf gestützt einen Markenwiderspruch erheben oder Löschungsantrag stellen. Vorschriften des Markenamts zur Vereinheitlichung von Markenmeldungen (in Kraft seit 01.12.2019) zählen beispielhaft folgende Indizien für Bösgläubigkeit auf: bisherige Anmeldungen und Geschäftsbereich des Anmelders, der Anmelder hatte bereits andere Marken bösgläubig angemeldet oder verletzt, die angemeldete Marke ist identisch oder ähnlich mit einer berühmten Marke beziehungsweise Personen- oder Firmennamen. Statistiken des Markenamts zeigen die wachsende Bedeutung von Zurückweisungen von Markenmeldungen wegen Bösgläubigkeit.

Damit deutsche Unternehmen diese Praxis des chinesischen Markenamts für ihr Geschäft in China nutzen können, empfehle ich, Markenmeldungen Dritter in China zu überwachen, um gegen Markenpiraten und Markenverletzer rechtzeitig vorzugehen.

Welche strategischen Überlegungen sollten Unternehmen vor ihrem Markteintritt bezüglich IPR-Verletzungen anstellen?

Wichtig ist, im Unternehmen schon vor dem Markteintritt in China eine IP-Strategie zur Absicherung der eigenen Technologie, des Know-hows und der Produktnamen zu haben. Die IP-Strategie sollte kostengünstige, internationale Anmeldeformen für Patente und Marken beinhalten. Aktiver Know-

how-Schutz im Unternehmen selbst, aber auch im Verhältnis zu Partnern gehört ebenfalls dazu.

Welche Möglichkeiten gibt es, geistiges Eigentum in China zu schützen?

Die Optionen zum Schutz geistigen Eigentums in China entsprechen im Wesentlichen internationalen Standards. Technische Erfindungen können Schutz als Patente oder Gebrauchsmuster erlangen, Gestaltungen als Designpatent oder Formmarke und Produktnamen als Marke geschützt werden. Empfehlenswert ist ein Mix aus diesen Optionen anhand der speziellen Bedürfnisse des Unternehmens.

Neben diesen gesetzlichen Schutzrechten sollten Unternehmen auch von vertraglichen Schutzmöglichkeiten in China Gebrauch machen. Intern sind arbeitsvertragliche Regelungen mit Mitarbeitern zur Geheimhaltung sinnvoll, extern sind Verträge mit Lieferanten und Vertriebspartnern auf IP-Schutz zu überprüfen.

Schließlich spielt auch der praktische IP-Schutz eine Rolle. Hier geht es um technische Sicherungen für Produkte, beschränkter Zugang zu Technologie und Wissen im Unternehmen oder die Trennung zwischen Schlüssel- und Basiskomponenten in einem internationalen Produktionsnetzwerk. Vertragspartner in China können einer regelmäßigen Due Diligence unterzogen werden, um hier lauernde Gefahren zum Beispiel durch unerlaubte Überproduktion rechtzeitig zu erkennen.

Was ist bei Forschungs- und Entwicklungskooperationen in China zu beachten?

F&E-Aktivitäten in China haben für deutsche Unternehmen eine große Bedeutung. Bei Verträgen zur Entwicklung, Übertragung oder Verwertung von Technologie in China sind auch die einschlägigen Regelungen im neuen chinesischen Zivilgesetzbuch (in Kraft ab 01.01.2021) zu beachten. Die Unternehmen müssen besonders darauf achten, dass sie bestehende Schutzrechte, Geschäftsgeheimnisse und neu entwickelte Erfindungen für sich wirksam schützen. Hier sollten die genannten gesetzlichen, vertraglichen und praktischen Möglichkeiten zum IP-Schutz eingesetzt werden.

Wie können Unternehmen gegen IPR-Verletzungen im Internet in China vorgehen?

Es ist damit zu rechnen, dass auch infolge der Coronapandemie der Onlinehandel weltweit gegenüber dem stationären Verkauf zunehmen wird. Dies betrifft neben klassischen Konsumgütern wie Bekleidung aktuell besonders Medikamente und Medizinprodukte. Der Ersatzteilemarkt ist auch stark betroffen. Leider nutzen die Fälscher den Onlinehandel, um große Mengen schnell, effektiv und weltweit zu verkaufen. China ist als wichtiger Produktions- und Absatzmarkt ein besonderer Fokus. Ich empfehle, den Risiken im Onlinehandel auch durch Online-Rechtsdurchsetzung zu begegnen.

Gesetz zum Onlinehandel und Internetgerichte

In China sind zwei Neuerungen relevant. Erstens regelt das Gesetz zum Onlinehandel (in Kraft seit 01.01.2019) die Haftung der Betreiber von Online-Handelsplattformen für dort begangene IP-Verletzungen. Deshalb können die Inhaber von IP-Rechten auf den Online-Handelsplattformen Maßnahmen

(„Notice and Takedown“-Verfahren) zur Durchsetzung ihrer IP-Rechte (insbesondere Marken- und Urheberrechte) einleiten, die von den Betreibern der Online-Handelsplattformen (zum Beispiel Alibaba) umgesetzt werden.

Zweitens hat China in den Jahren 2017 und 2018 drei Internetgerichte in Hangzhou, Peking und Kanton geschaffen. Die Internetgerichte führen das komplette Gerichtsverfahren (Klageerhebung, mündliche Verhandlung, Urteilsverkündung) online durch und sind unter anderem für Onlinekaufverträge und Verletzungen von Urheberrechten im Internet zuständig. Für Kläger ist es besonders hilfreich, dass sie die Beweise für Rechtsverletzungen im Internet mithilfe der Online-Prozessplattformen der Internetgerichte digital sichern und einreichen können. Aktuelle Auswertungen belegen, dass die Internetgerichte effektiv und schnell arbeiten.

Christoph Jaeckel

ist Rechtsanwalt bei Prüfer & Partner in München.

Jaeckel@pruefer.eu

<https://www.pruefer.eu/de>

... Fazit:

Bösgläubige Markenmeldungen sind vom Markenamt zurückzuweisen; Betroffene können Widerspruch erheben und Löschungsantrag stellen

eigene Technologien und Marken schon vor Markteintritt in China schützen

Gesetz zum Onlinehandel regelt Haftungsfragen bei IP-Verletzungen, Internetgerichte sorgen für Umsetzung

Währung Renminbi wird für Mittelstand immer wichtiger

Herr Rugilo, hat sich Chinas Währung mittlerweile zu einer normalen Fremdwährung für deutsche Unternehmen entwickelt?

Der Renminbi (Abkürzung: CNY) hat sich in Hinblick auf seine Akzeptanz bei deutschen Firmenkunden in den vergangenen Jahren stark entwickelt: Für die Abwicklung ihres Handelsgeschäfts mit China nutzen Firmenkunden verstärkt den Renminbi, daher würde ich Ihre Frage hierfür bejahen. Aufgrund der nach wie vor bestehenden Kapitalverkehrsrestriktionen ist der Renminbi allerdings noch keine „normale“ Investitionswährung. Doch auch hier gibt es Bewegung: Seit 2013 verhandelt die Europäische Kommission über ein sogenanntes Investitionsabkommen. Im Kern geht es in diesem Abkommen um verbesserten Investitionsschutz und erleichterte Marktzugangsbedingungen. Es besteht Hoffnung, dass ein Abkommen noch in 2020 unterzeichnet werden könnte.

Wie stark wird die Währung tatsächlich von den Unternehmen genutzt?

Mit der Schaffung des sogenannten Offshore-Renminbis (Abkürzung: CNH) im Jahr 2009 begann die Internationalisierung des Renminbis; zu den ersten Nutzern gehörten vor allem DAX-30-Firmenkunden. Einen spürbaren Anstieg der Nutzung bei deutschen Mittelständlern verzeichnen wir seit der Gründung des sogenannten Renminbi Clearing Hub in Frankfurt im Jahr 2015. Seither befragen wir auch jährlich unsere mittelständischen Firmenkunden zum Thema Renminbi.

Welche Services fragen die Unternehmen üblicherweise nach?

Unsere Kundenumfrage aus dem Jahr 2019 unterstreicht, dass der Renminbi beim Mittelstand immer wichtiger wird: Für zwei Drittel der Unternehmen mit einem Jahresumsatz von mehr als 250 Millionen Euro ist die chinesische Währung von hoher Relevanz: 46 Prozent fakturieren in ihrem China-Geschäft mittlerweile in Renminbi, weitere 21 Prozent dieser Gruppe planen die Umstellung in den kommenden zwölf Monaten. Bei Mittelständlern mit einem Jahresumsatz zwischen 2,5 und 12,5 Millionen Euro haben lediglich neun Prozent die Fakturierung umgestellt.

Impressum

Herausgeber und Geschäftsführender Gesellschafter:
Ulf Schneider (v. i. S. d. P.)

Leitende Redakteurin: Petra Reichardt

Art Director: Jonas Grossmann

OWC-Verlag für Außenwirtschaft GmbH
Ritterstraße 2 B, 10969 Berlin
Telefon: +49 30 615089-0 / Fax: +49 30 615089-29
E-Mail: info@owc.de

Anzeigen: OWC-Verlag für Außenwirtschaft GmbH
Ritterstraße 2 B, 10969 Berlin
Telefon: +49 30 615089-0 / Fax: +49 30 615089-29
E-Mail: anzeigen@owc.de

Leiter Marketing & Verkauf: Anton Potapenko
Telefon: +49 177 3212878
E-Mail: avp@owc.de

Abonnement: Jahresabonnement 120 €, Inland: zzgl. 7 % MwSt.
EU-Ausland: zzgl. 28 € Porto / Non-EU: zzgl. 48 € Porto
Einzelheft: 25 €

Leserservice: Telefon +49 6123 9238257 / Fax: +49 6123 9238244
E-Mail: leserservice-owc@vuser-service.de

Gerichtsstand: Berlin, Amtsgericht Charlottenburg,
HRB 170362 B / ISSN 1869-3539

Druck: Bösmann Medien und Druck GmbH & Co. KG,
32758 Detmold

Titel: Eigene Darstellung

Hinweis: Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht in
jedem Fall die Meinung der ChinaContact-Redaktion wieder.

Redaktionsschluss: 31. August 2020

ChinaContact-Beiträge können online unter www.owc.de recherchiert werden. Alle Rechte vorbehalten. Es wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass hinsichtlich der Inhalte Urheberrecht besteht. Alle Informationen werden mit journalistischer Sorgfalt erarbeitet, für Verzögerungen, Irrtümer oder Unterlassungen wird jedoch keine Haftung übernommen. Für die Übernahme von Artikeln in Ihren elektronischen Pressespiegel erhalten Sie die erforderlichen Rechte unter: www.presse-monitor.de



Chinaaktuell

Der Newsletter für Außenwirtschaft

Aktuelle Meldungen zur Wirtschaftsentwicklung in China, zu Akteuren und Investments. In unserem neuen China-Nachrichten-Portal und wie gewohnt alle 14 Tage als Newsletter.

