

# APM

A K T I O N S K R E I S  
D E U T S C H E W I R T S C H A F T  
G E G E N P R O D U K T - U N D  
M A R K E N P I R A T E R I E E . V .  
R E A C T G E R M A N Y

**China-Kontaktstelle**



**Produkt- und Markenpiraterie in Indien  
und in China –**

**Was tut die IHK-Organisation?**

1. Begriffsklärung Produkt- und Markenpiraterie
2. Indien und China – ähnlich und doch sehr verschieden
3. Fälschungen und ihre Abwehr in Indien
4. Fälschungen und ihre Abwehr in China
5. Vergleich von Indien und China
6. Vorstellung des APM – Verbindung zu den Kammern
7. Allgemeine Hinweise des APM
8. Ansprechpartner in der IHK-Organisation

# APM 1. Produkt- und Markenpiraterie

Absichtliche Duplikation eines Produkts mit dem Ziel, das geistige Eigentums eines anderen illegal zu nutzen oder seine Technologie, sein Produkt oder seine Marke ganz zu übernehmen.

= „Entern eines fremden Schiffs“ ohne Erlaubnis

1. Nachahmung
2. Fremdes geistiges Eigentum
3. Keine Erlaubnis
4. Nutzung/ Übernahme Technologie / Produkt / Marke

# 1. Ein Beispiel

**945.384** PAAR SPORTSCHUHPLAGIATE  
DER FIRMA NIKE (101 CONTAINER)

**33.036** PAAR SPORTSCHUHPLAGIATE DER  
FIRMA PUMA (2 CONTAINER)

**71.864** PAAR SPORTSCHUHPLAGIATE  
DER FIRMA ADIDAS (8 CONTAINER)

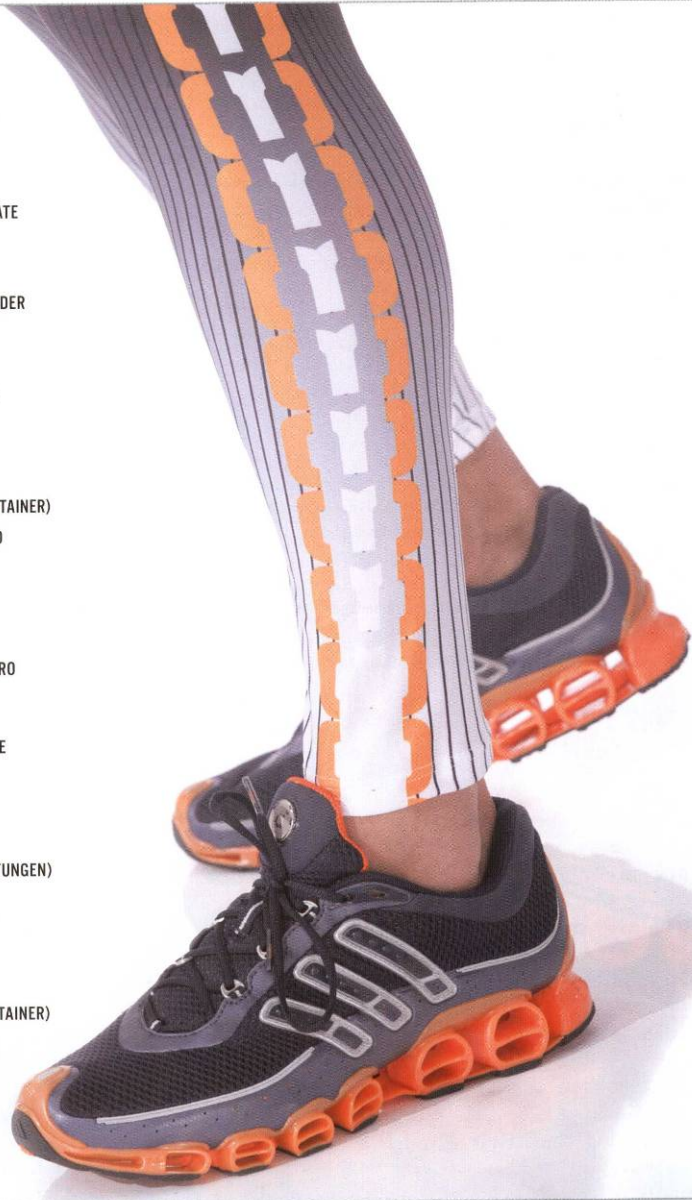
**34.216** PAAR SCHUHPLAGIATE  
VERSCHIEDENER MARKENHERSTELLER (4 CONTAINER)  
ORIGINALWERT: ÜBER **136 MIO.** EURO

**76.760** STÜCK GEFÄLSCHTE UHREN  
VERSCHIEDENER MARKEN (1 CONTAINER)  
ORIGINALWERT: ÜBER **232 MIO.** EURO

**1.454** STÜCK GEFÄLSCHTE SPIELZEUGE  
VERSCHIED. MARKEN

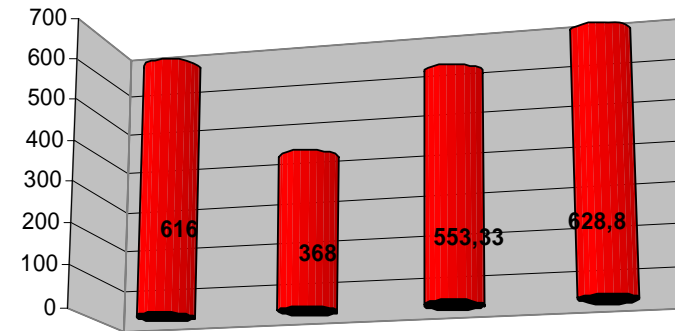
**8.460** STÜCK SOFTAIR-WAFFEN  
(MIT VERBOTENEN OPTISCHEN ZIELEINRICHTUNGEN)  
GESAMTWERT: **466.620,-** EURO

**123.600** STÜCK GEFÄLSCHTE  
TEXTILIEN VERSCHIEDENER MARKEN (1 CONTAINER)  
ORIGINALWERT ÜBER **13 MIO.** EURO



Quelle: adidas /  
Markenartikel 12/2007

## 1. Ein Beispiel



2 Mio. Schuhe hintereinander:

Berlin-Wien

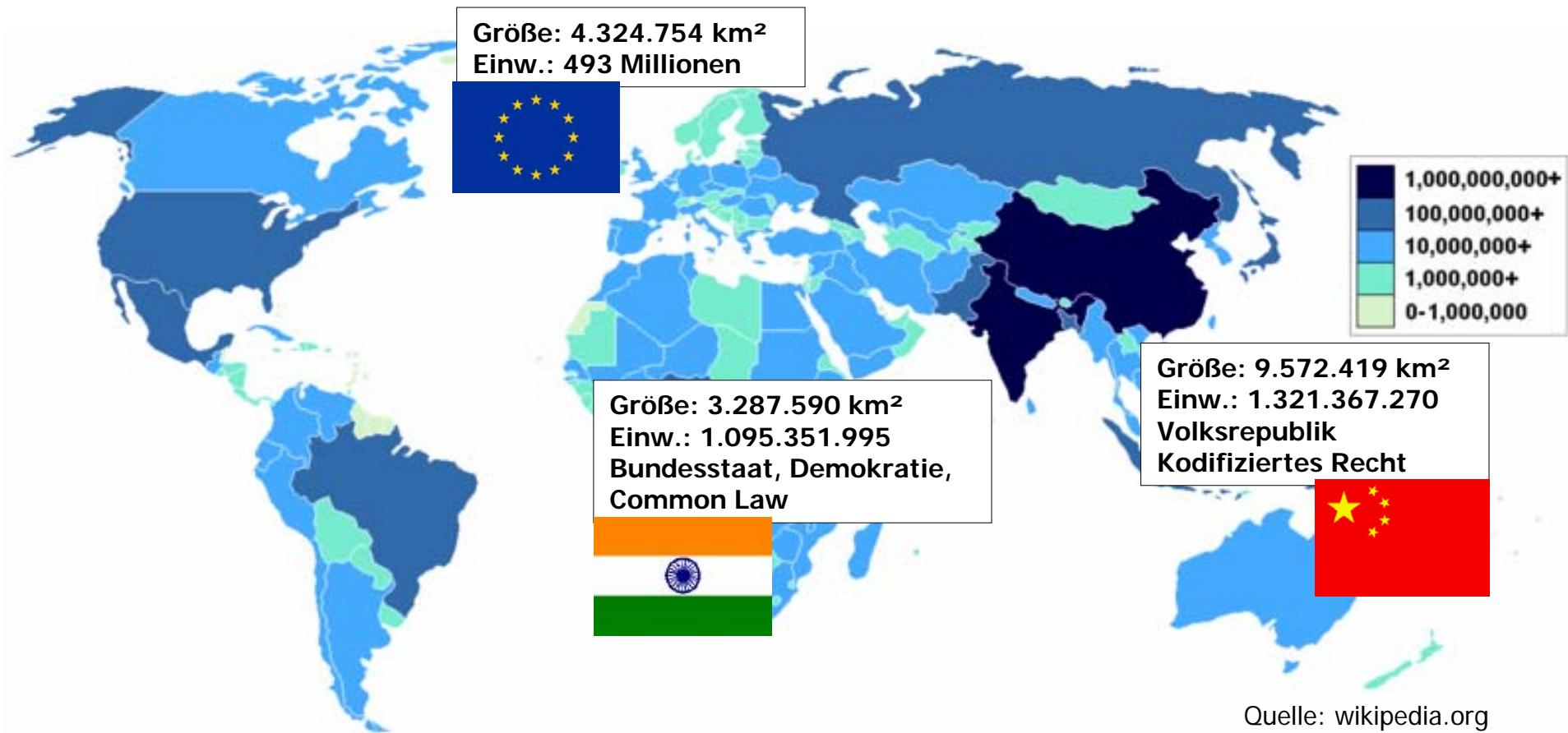
Berlin-Warschau

Berlin-Kaliningrad

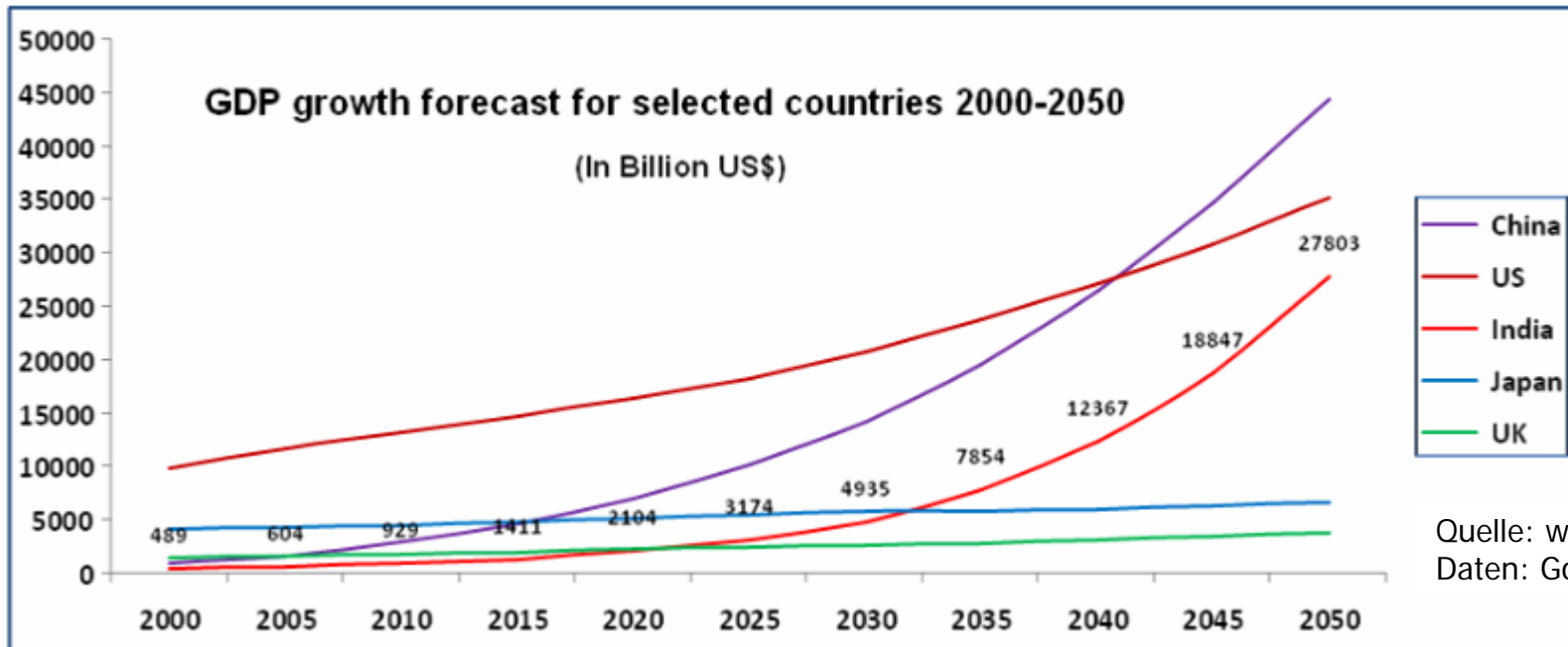
77.000 Uhren flach

aufeinander: größer als  
der CN-Tower

# APM 2. Indien und China – ähnlich und doch sehr verschieden



# APM 2. Indien und China – ähnlich und doch sehr verschieden



Quelle: wikipedia.org,  
Daten: Goldman Sachs

## Indien

(WTO-Statistik 2006 / \*DIHK / \*\*BDI)

Exporte: 153 Mrd. USD (29.), Güter: 63,3%

Importe: 187 Mrd. USD, Güter: 72,1%

Weltanteil an Exporten:

1990: 0,5%

2005: 0,9%

\*Dynamik (Dienstleistungen): Platz 1: 39,6%

\*Perspektive insgesamt: 59,4% gut

\*\*Exportwachstum I-III/06: 42,8%

## VR China

(WTO-Statistik 2006 / \*DIHK / \*\*BDI)

Exporte: 836 Mrd. USD (3.), Güter: 91,2%

Importe: 711 Mrd. USD, Güter: 88,3%

Weltanteil an Exporten:

1990: 1,8%

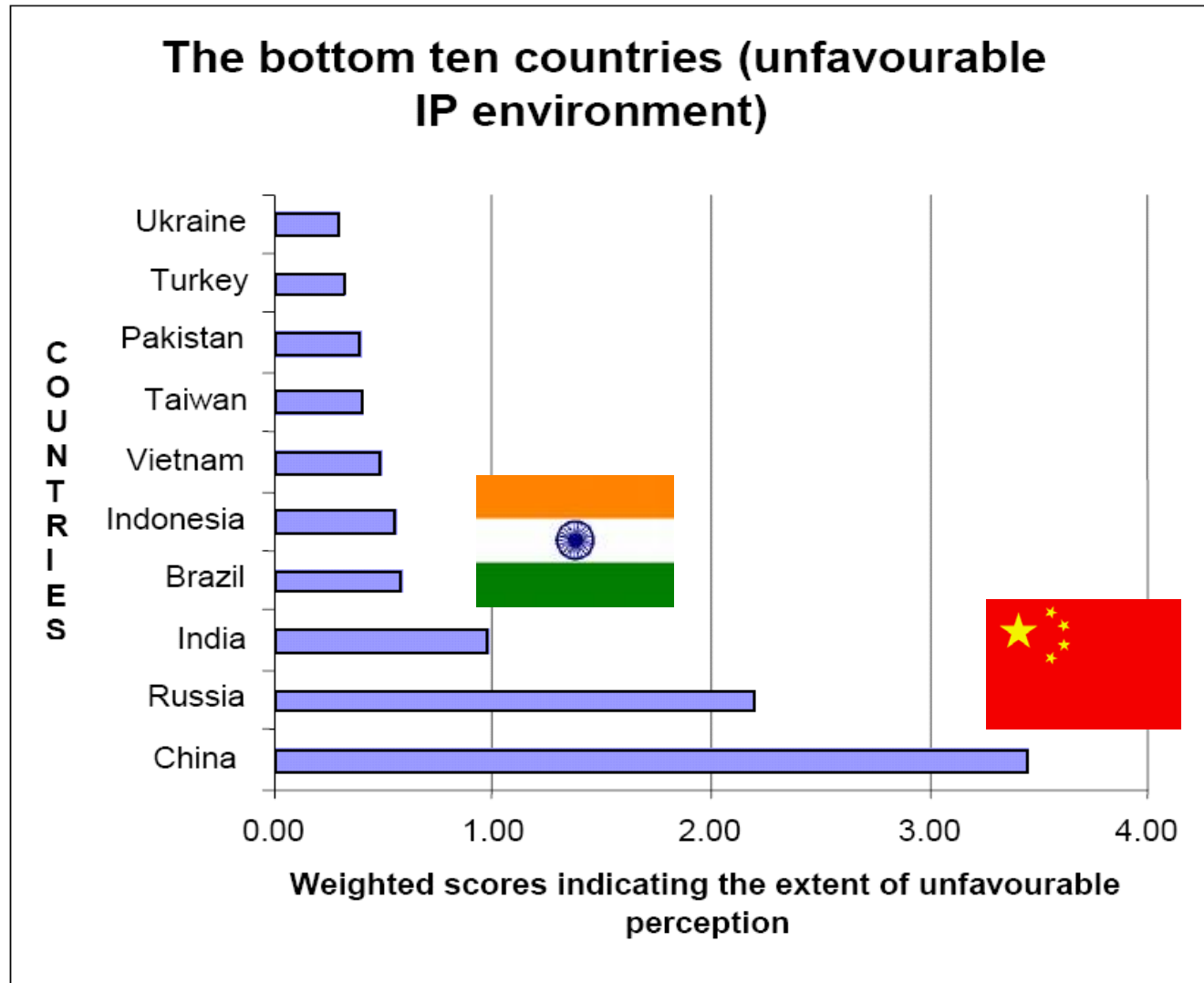
2005: 7,3%

\*Dynamik (Dienstleistungen): Platz 14: 16,1%

\*Perspektive insgesamt : 67,5% gut

\*\*Exportwachstum I-III/06: 23,9%



# APM 2. Indien und China – ähnlich und doch sehr verschieden



# APM 2. Indien und China – ähnlich und doch sehr verschieden

## Umfang Fälschungen:



### Zollbeschlagnahmefälle (Dt. Zoll):

-  Indien: D 2004: 1,7 % , D 2005: keine (USA: vglb.)
-  China: D 2004: 23,58%, D 2005: 35,80% (USA: höher)

### Musikindustrie (IIPA):

-  Indien: Marktanteil 55%, 70,7 Mio. USD
-  China: 85%, 204 Mio. USD

### Unterhaltungssoftware (IIPA):

-  Indien: 86%, 65,2 Mio. USD
-  China: 92%, 589,9 Mio. USD

Medikamente: Indien: 20%, China: bis zu 50%

**Korruptionswahrnehmung (TI):** China und Indien beide Platz 70: 3,3 auf dem CPI (D: Platz 16, 8,0)

# APM 3. Indien – Rechtsschutz



TRIPS-konforme Rechtssituation, völkerrechtliche Verträge

## Zivilrecht:

- Unterlassung (im Rahmen eV auch Durchsuchung (Anton Pillar order) und bei Marken Einfrieren der Konten möglich (Mareva injunction))
- Herausgabe der verletzenden Waren
- Schadensersatz (oder Herausgabe des Gewinns)
- Urheberrechte können registriert werden

## Strafrecht:

- Gefängnis (6-36 Monate) o. Geldstrafe (bis ca. €4.000)
- Beschlagnahme (Marken: auch direkt bei Polizei)

## Sonstige Verfahren:

- Zollbeschlagnahme

# APM 3. Indien – Details



Verfahrensdauer: oft zu lang,

- aber Widerspruch/Löschung: beschleunigt – nicht mehr allein High Court, sondern Intellectual Property Appellate Board
- Eintragung derzeit 3 Jahre (auch vor Eintragung gewisser Schutz)
- keine festgelegten Verfahrenshöchstfristen (1. Instanz bis zu 10 J, aber eV innerhalb von wenigen Tagen)
- Trainer aus USA und EU sind eingeladen (Recht, Zoll, Polizei)

Common Law Country: vorherige Benutzung kann in als  
Priorität in Anmeldung aufgenommen werden  
(Nachweis: eidesstattl Vers.)

Missbrauch: Behauptung einer früheren Benutzung

Keine Strategie des Technologietransfers (Demokratie)

Keine Parteilichkeit in Gerichtsverfahren

Indische Wachstums-Märkte (Software, Raumfahrt,  
Biotech, Dienstleistungen) setzen IPR-Schutz voraus

# APM 4. China – wo wird gefälscht?



Wo werden die Waren produziert/vertrieben?

## GH-Zentren

- Wuhan (Hubei)
- Linyi (Shandong)
- Shijiazhuang (Hebei)
- Yiwu (Zhejiang)
- Guangzhou (Guangdong)
- Shenyang (Liaoning)

# APM 4. China – was wird wie gefälscht?



## Konsumgüter

- (Sport-)Bekleidung, Schuhe, Uhren, Accessoires
- Verschleißteile (Filter, Bremsteile,...)
- Medizin. Geräte, Zielfernrohre, Lampen, Wäschedesigns

## Investitionsgüter

- Maschinen und Anlagen in jedweder Größe
- Turbinen, ...

## → Reverse Engineering

- Zunächst oft einfacher Nachbau

## → Einkauf von Wissen

- Bestechung / Erpressung / Einschleusen von Mitarbeitern

## → Verpackung

- Millionenprämien für Verpackungsfeatures

# APM 4. China – warum wird gefälscht?



1. Geschichte des Kopierens erfolgreicher Geschäftsmodelle
2. Keine Kultur der „eigenen Idee“ (Konfuzianismus)  
Lernen durch Imitation  
⇒ mangelnder Anreiz (Bsp: Mandarine)
3. Hohe Gewinnmargen:
  - Keine Entwicklungskosten, geringer Verfolgungsdruck
  - Durch Verletzung der Standards keine Kosten
4. Aber auch: anderes Wettbewerbsverständnis
  - Wirtschaftlicher Erfolg als kurzfristiges Ideal
5. Geringes Qualitäts-, starkes Modebewusstsein
6. Wirtschaftsstruktur und Einbindung in Weltwirtschaft

# APM 4. China – Rechtsschutz



Welche Mittel bestehen?

- Registrierung von Rechten (mit D vglb, Marken probl)
  - Verwaltungsverfahren
    - AIC (Markenrecht und Marktaufsicht)
    - TSB (Warenherkunft und –sicherheit)
    - IPR administrative office (Patente, Geschmacks- und Gebrauchsmuster)
    - Local copyright office (Urheberrechte)
  - Zivilverfahren
    - Schadensersatz / Unterlassung
    - Einstweilige Verfahren
  - Strafverfahren (bis zu 7 Jahre Haft, starre Grenzwerte)
  - Zollverfahren (effektiv)
- } IPR complaint center

# APM 4. China – konkrete Erfahrungen



Zentralregierung ist grds. guten Willens  
(Ausnahme: Technologietransfer)

Viele Details wurden in den letzten Jahren verbessert  
(Gerichte, Strafrecht, ...) oder angestoßen  
(Urteilsveröffentlichung)

Mechanismen sind suboptimal (Schadensersatz, Anreize für  
Fälscher, in flagranti, Beweisanforderungen)

Lokalprotektionismus erschwert vieles  
kein konsequentes Vorgehen gegen Fälscher  
teilweise sogar „Einladungen“ an Fälscherunternehmen

Zwei Arten von IPR-Schutz: inner- und außerhalb der  
wirtschaftlichen Zentren

# APM 5. Vergleich Indien - China

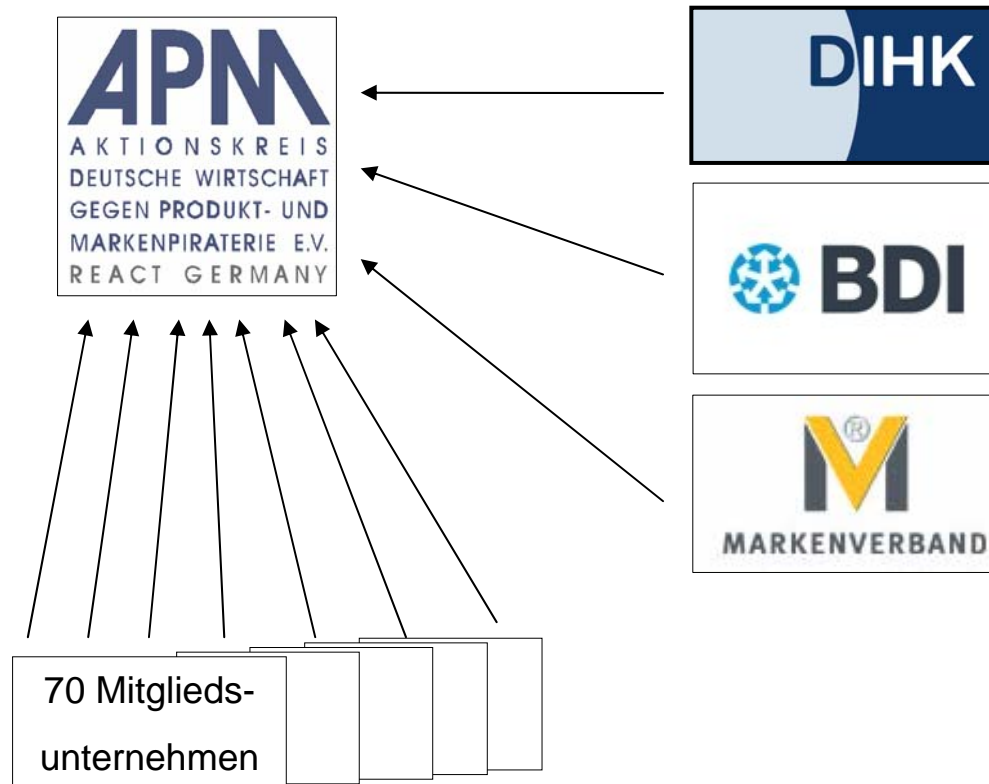


- Jeweils attraktiver Absatzmarkt
- Unterschiedliche Standortvor- und -nachteile
  - China: enormes Wachstum, Infrastruktur
  - Indien: hoher Dienstleistungsanteil, Stabilität
- IPR-Situation in beiden Ländern unzureichend, aber China bietet mehr Grund zur Sorge
  - Staatlich verordneter Knowhow-Transfer
  - International agierende Fälscher
  - Keine wirklich scharfen Waffen in der Umsetzung
  - Stärkere Intransparenz der Entscheidungsstrukturen

## **APM** 6. Vorstellung des APM

- Verein von mehr als 70 betroffenen Unternehmen
- Beteiligung von DIHK, BDI und Markenverband
- seit knapp 10 Jahren aktiv
- Aktivitäten:
  - a) Lobbying (in Deutschland und Europa)
  - b) Öffentlichkeitsarbeit (Pressearbeit, Flyer)
  - c) Austausch unter Mitgliedern (Branchen und Länder)
  - d) Ermittlungen für die Mitglieder
  - e) Grenzbeschlagnahme, Strafanträge etc.

# APM 6. Struktur des APM



# APM 6. Wer ist der APM? - Mitglieder

## Initiatoren

Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI)  
Deutscher Industrie- und Handelstag (DIHT)  
Markenverband e.V.

## Automobilbranche

AUDI AG  
BMW AG  
DaimlerChrysler AG  
FIAT Automobil AG  
Ford-Werke AG  
General Motors Europe GmbH  
Honda Motor Europe GmbH  
PORSCHE AG  
VW AG

## Automobilzuliefererindustrie

Federal Mogul Holding Deutschland GmbH  
Filterwerk Mann + Hummel GmbH  
Hella KG Hueck & Co.  
Knorr Bremse AG  
Kolbenschmidt Pierburg AG  
LuK Lamellen und Kupplungsbau GmbH  
Robert Bosch GmbH  
Schaeffler KG  
WABCO GmbH & Co. OHG  
ZF Friedrichshafen AG

## Elektro-, Elektronische Industrie

ABB Stotz-Kontakt GmbH  
Andreas Stihl AG & Co.  
Hager Electro S.A. (France)  
Moeller GmbH  
Sennheiser electronic GmbH & Co. KG  
Siemens AG

## Pharma- und Chemische Industrie

3M Deutschland GmbH  
Altana Pharma AG  
Bayer AG  
Beiersdorf AG  
Boehringer Ingelheim GmbH  
Henkel KGaA  
Merck KGaA  
MSD Sharp & Dohme GmbH  
Schering AG

## Textilbranche

adidas-Salomon AG  
DOLCE & GABBANA S.p.A. (Italy)  
Fila Deutschland GmbH  
fleurette GmbH  
GA Modefine S.A. (Italy)  
Hugo Boss AG  
JMS Handels-GmbH  
Joop! GmbH  
Levi Strauss Germany GmbH  
MUSTANG Bekleidungswerke GmbH  
PRADA S.A.  
Timberland UK Ltd.  
Umbro International Ltd.  
Urban Trends Trading B.V. (Netherlands)  
Willy Bogner GmbH & Co.KGaA

## Kosmetikbranche

Estee Lauder Companies GmbH  
Lancaster Group GmbH  
L'Oréal Luxusprodukte GmbH  
Wella AG

## Merchandising

BBC Worldwide Ltd. (U.K.)  
Depesche Vertrieb GmbH  
DFB Wirtschaftsdienste  
EM.TV & Merchandising AG  
Ferrari Idea S.p.A. (Italien)  
FIFA Marketing & TV AG  
(Switzerland)  
Fußball-Club Gelsenkirchen-Schalke  
04 e.V.  
Harley-Davidson Europe (U.K.)

## Diverse

Imperial Tobacco Ltd.  
Klingspor GmbH  
Martor KG  
Microsoft GmbH  
Philip Morris International  
Management S. A.  
Schwan-STABILO Schwanhäußer  
GmbH & Co.  
Villeroy & Boch AG  
RAL Deutsches Institut für  
Gütesicherung und Kennzeichnung  
e. V.

# APM 6. APM: China-Kontaktstelle

- seit Mai 2006, unterstützt vom DIHK

## 1. Sammeln von konkreten Fällen

- Kontakt mit betroffenen Unternehmen
- Öffentlichkeitsarbeit

## 2. Sammeln ergänzender Informationen

- Informationen anderer Institutionen/Presse
- Umfrage →



## 3. Aufbereiten dieser Sammlungen

- Quantitativ (statische Aussagen)
- Qualitativ (Ursachen, Hindernisse, Strategien)

## 4. Kommunikation der Erkenntnisse

- ggü Unternehmen, Bundesregierung und anderen Institutionen
- Artikel und Vorträge

## 7. Allgemeine Hinweise des APM

- Schutzrechte sichern und verwalten
- Analyse der eigenen Unternehmensorganisation
- Kommunikationsnetz aufbauen
- Möglichkeiten der Produktesicherung prüfen
- Öffentlichkeitsarbeit betreiben
- Zusammenschlüsse nutzen
- Grenzbeschlagnahmeanträge prüfen

*Hinweise zu China: demnächst online*

## **APM** 8. Ihre Ansprechpartner

Vermittlung durch örtliche IHKs / den DIHK

**Aktionskreis deutsche Wirtschaft gegen  
Produkt- und Markenpiraterie (APM):**  
China-Kontaktstelle, aber auch Indienfragen

[www.markenpiraterie-apm.de](http://www.markenpiraterie-apm.de)

[www2.markenpiraterie-apm.de/umfrage.php](http://www2.markenpiraterie-apm.de/umfrage.php)

### **Auslandshandelskammern**

- China: [www.china.ahk.de](http://www.china.ahk.de)
  - Beratung an allen Standorten (Peking, Schanghai, Kanton, Hongkong)
- Indien: [www.indo-german.com](http://www.indo-german.com)
  - Büros in Mumbai, Delhi, Kolkata, Chennai, Bangalore

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**

**APM**

A K T I O N S K R E I S  
D E U T S C H E W I R T S C H A F T  
G E G E N P R O D U K T - U N D  
M A R K E N P I R A T E R I E E . V .  
R E A C T G E R M A N Y

[www.markenpiraterie-apm.de](http://www.markenpiraterie-apm.de)