

## **Chancen und Risiken für sächsische Unternehmen in Asien**

### **Gewerblicher Rechtsschutz in Korea, Japan und der VR China**

**Dokumentation zur Asienkonferenz von SACHSENMETALL und imreg  
am 16. April 2008 in Dresden**

imreg Institut für Mittelstands-  
und Regionalentwicklung GmbH  
Bautzner Straße 17  
01099 Dresden  
Email: [info@imreg.de](mailto:info@imreg.de)  
Internet: [www.imreg.de](http://www.imreg.de)  
Telefon: (03 51) 21 36 71 00  
Telefax: (03 51) 21 36 71 10

**Chancen und Risiken für sächsische Unternehmen in Asien  
Gewerblicher Rechtsschutz in Korea, Japan und der VR China,**

**Dokumentation zur Asienkonferenz von SACHSENMETALL und imreg  
am 16. April 2008 in Dresden**

RA David Michel, Dresden  
Dipl.-Vw. Lars Kroemer, Dresden

Dresden, 8. Mai 2008

---

## Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b>	4
<b>1. Geografische und wirtschaftliche Einordnung der Konferenzstaaten</b>	5
1.1 Republik Korea (Südkorea)	5
1.2 Japan	5
1.3 Volksrepublik China	6
1.4 SWOT-Analyse zu Korea, Japan und China	8
<b>2. Die Bedeutung Asiens für die sächsische Wirtschaft</b>	10
2.1 Volkswirtschaftlicher Rahmen: Außenhandelszahlen	11
2.1.1 Entwicklung der Exporte in der sächsischen Metall- und Elektroindustrie	11
2.1.2 Entwicklung der Ausfuhren Sachsens nach Korea, Japan und China	11
2.1.3 Entwicklung der Importe Sachsens aus Korea, Japan und China	14
2.2 Herausforderungen für Exporteure bei Aktivitäten im asiatischen Raum	16
<b>3. Produkt- und Markenrechte unter Berücksichtigung von Präventionsstrategien</b>	16
<b>4. Herausforderungen des Marken- und Patentrechtsschutzes beim Handel mit Asien</b>	20
4.1 Markenschutz in Korea	20
4.2 Marken und Patente in Japan	21
4.3 Gewerblicher Rechtsschutz in China	22
<b>5. Resümee der Podiumsdiskussion und Schlussfolgerungen</b>	24
Abbildungsverzeichnis	27

## Einleitung

Die dynamisch wachsenden Märkte Asiens stellen für sächsische Unternehmen eine große Chance dar. Sich bietende Absatzmöglichkeiten in Asien können einen wesentlichen Beitrag zum weiteren Aufschwung der Wirtschaft in Sachsen beitragen. Eine deutliche Steigerung der Außenhandelsverpflichtungen der sächsischen Industrie konnte in den vergangenen Jahren beobachtet werden. Ausgehend von dieser starken Exportorientierung der sächsischen Industrie, deren (kumulierten) Ex- und Importe sich zwischen 2000 und 2006 auf 19,6 Mrd. Euro pro Jahr verdoppelt haben und deren Außenhandelsquote sich so im gleichen Zeitraum um 14,9 % auf 37,5 % erhöhte, stellt die starke Abhängigkeit der sächsischen Wirtschaft von außenwirtschaftlichen Rahmenbedingungen dar. Damit einhergehend wächst auch die Attraktivität der asiatischen Märkte.

Gleichzeitig muss festgestellt werden, dass die exportstarke sächsische Industrie mit ihren innovativen Produkten in vielen Fällen auch ihre geistigen Eigentumsrechte exportiert. Diese unterliegen dann im Ausland dem Risiko des Missbrauchs und ihrer Verletzung. Das bedeutet die Chance des Exports zu nutzen, damit einhergehend auch verbundene Herausforderungen, vor allem im Zusammenhang mit dem Schutz geistiger Eigentumsrechte anzunehmen.

Schenkt man allgegenwärtigen Pressemitteilungen Glauben, so werden vor allem asiatische Märkte als Keimzellen der Verletzung geistiger Eigentumsrechte gesehen. Hier wird wiederholt vor allem China in erster Reihe genannt. Berücksichtigt man, dass Sachsen im Jahre 2006 rund 20% seiner Waren nach Asien exportierte, wobei vor allem Erzeugnisse des Maschinenbaus, des Fahrzeugbaus und der Elektrotechnik gefragt waren und 35% der sächsischen Exporte nach China aus dem Maschinenbau stammen, so darf hier zunächst Anlass zur Sorge bestehen.

Berücksichtigt man weiter, dass nach Angaben der OECD der Schaden durch Produktfälschung für Deutschland auf 15 Mrd. Euro pro Jahr geschätzt werden (der weltweite Schaden auf 150 Mrd. Euro/Jahr), wobei zwei Drittel der Maschinenbauunternehmen betroffen sind, so stellt sich die Frage, wie mit diesen Herausforderungen umzugehen ist.

Vor diesem Hintergrund hat die erste Asienkonferenz von SACHSENMETALL, dem Unternehmensverband der Metall- und Elektroindustrie Sachsen e. V. und dem Institut für Mittstands- und Regionalentwicklung (imreg) in Kooperation mit der Rechtsanwalts-gesellschaft Stier, diese Situation aufgegriffen. Am 16. April 2008 wurde die Asienkonferenz unter dem Titel: „Gebaut wie geklaut?! Produktpiraterie, Markenschutz und Patentrecht in Asien“ durchgeführt. Experten aus Korea, Japan und China sollten Wege und Möglichkeiten aufzeigen, wie Urheberrechte in ihren Heimatländern geschützt und der Produkt- und Markenpiraterie besser vorgebeugt werden kann.

Die wirtschaftlichen Aktivitäten der sächsischen Unternehmen in Richtung Asien und dort nach Korea Japan und China, volkswirtschaftliche Eckdaten und Trends der betreffenden Länder, die Außenhandelsbeziehungen Koreas, Japans und Chinas nach Deutschland und Sachsen sowie ein Einblick in gehaltenen Referate und weitergehenden Ausführungen der eingeladenen Experten bilden den Gegenstand der vorliegenden Dokumentation.

## 1 Geographische und wirtschaftliche Einordnung der Konferenzstaaten

### 1.1 Republik Korea (Südkorea)

Die Präsidentialrepublik Korea erstreckt sich in Ostasien zwischen dem Japanischen Meer und dem Gelben Meer auf einer Fläche von 99.392 km<sup>2</sup> bei einer Einwohnerzahl von 48.500.000. Seit 1948 ist Südkorea von Nordkorea geteilt. Noch in den 1960'er Jahren gehörte Südkorea zu den ärmsten Ländern der Welt. Der Koreakrieg von 1950 bis 1953 hatte das Land weitgehend zerstört. Nach einem rasanten Wachstum lag die koreanische Wirtschaft 2007 auf dem 13. Rang in der Welt<sup>1</sup>. Im Jahre 2007 erwirtschaftete Korea ein Bruttoinlandsprodukt von 970 Mrd. USD und erreichte damit ein Pro-Kopf-Einkommen von 20.000 USD. Dabei war im Jahre 2007 eine Arbeitslosenquote mit 3,1 % zu verzeichnen. Die Staatsverschuldung lag 2007 bei rund 40 % des Bruttosozialproduktes. Die Devisenreserven erreichten Ende 2007 mit 262 Mrd. USD einen Höchststand.

Das Gesamthandelsvolumen betrug 2007 ca. 228 Mrd. USD, was eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 14,7 % bedeutet. China (ohne Hongkong) ist vor der EU und der USA wichtigster Handelspartner für Korea. Der Handel mit China betrug 2007 ca. 145 Mrd. USD. Der Handel mit der EU erreichte 2007 einen Umfang von 93 Mrd. USD (Ausfuhren in die EU ca. 56 Mrd. USD und Einfuhren aus der EU ca. 37 Mrd. USD). Innerhalb der EU ist Deutschland der wichtigste Handelspartner geblieben, der Import deutscher Waren konnte sogar überproportional gesteigert werden. 2007 setzte Korea Waren im Wert von ca. 11,5 Mrd. USD in Deutschland ab und bezog Produkte für ca. 13,5 Mrd. USD (plus 19,1%).

Im Vergleich zu 2006 waren die angemeldeten ausländischen Direktinvestitionen 2007 leicht rückläufig und lagen bei 10,5 Mrd. USD. Insgesamt liegt die Anzahl der in Korea operierenden ausländischen Firmen bei ca. 7.500. Wichtigste Investoren waren 2007 die EU (ca. 4 Mrd. USD), die USA (ca. 2 Mrd. USD) und die Niederlande (ca. 2 Mrd. USD). Deutschland lag mit ca. 439 Mio. USD dabei im Mittelfeld.<sup>2</sup>

### 1.2 Japan

Die parlamentarische Monarchie Japan erstreckt sich auf eine Fläche von 377.880 km<sup>2</sup>, bei einer Einwohnerzahl von 128.219.000 entlang der Ostküste Asiens.

Japan ist die führende Innovations- und Wirtschaftsmacht in Asien. In Japan wird derzeit knapp die Hälfte der Wirtschaftsleistungen Ostasiens erwirtschaftet. Sein Bruttoinlandsprodukt war 2006 annähernd so hoch wie das Chinas, Koreas und Indiens zusammen<sup>3</sup>. Für das Jahr 2007 wird mit einem Wachstum des Bruttoinlandsproduktes von ca. 2 % gerechnet. Dabei beträgt die offizielle Arbeitslosenquote nur noch 3,4%. Allerdings bildet die hohe Staatsverschuldung in Höhe des anderthalbfachen des japanischen Bruttoinlandsproduktes eine große Hypothek für die Zukunft des Landes. Problematisch ist hierbei der relativ schwache Yen, der im Vergleich zum USD jedoch leicht aufwertet.

Die japanischen Exporte erreichten im Jahre 2007 einen Rekordstand von 518 Mrd. Euro. Die

<sup>1</sup> [www.weltpolitik.net/regionen/asienpazifik/korea/analyse](http://www.weltpolitik.net/regionen/asienpazifik/korea/analyse)

<sup>2</sup> Auswärtiges Amt Deutschland, 2008: [www.auswaertiges-amt.de/diplo/de/laenderinformationen/KoreaRepublik/Wirtschaft.html/](http://www.auswaertiges-amt.de/diplo/de/laenderinformationen/KoreaRepublik/Wirtschaft.html/) im April 2008

<sup>3</sup> Auswärtiges Amt Deutschland, 2008: [www.auswaertiges-amt.de/diplo/de/laenderinformationen/Japan/Wirtschaft.html/](http://www.auswaertiges-amt.de/diplo/de/laenderinformationen/Japan/Wirtschaft.html/) im April 2008

Importe stiegen auf 451 Mrd. Euro. China ist erstmals für Japan über das ganze Jahr 2007 hin betrachtet Handelspartner und Exportzielland Nr. 1. Wesentliche Exportzuwächse verzeichnete Japan jedoch auch mit der EU und insbesondere den mittel- und osteuropäischen Staaten. Japan wickelte 2007 knapp die Hälfte seines Handels innerhalb Asiens ab. Das Handelsvolumen in China einschließlich Hongkong machte dabei 21% (201 Mrd. Euro) des Gesamthandels aus. Deutschland bleibt in Europa Japans wichtigster Handelspartner. Das Handelsvolumen belief sich 2007 nach Angaben des Statistischen Bundesamtes auf 37,2 Mrd. Euro. Nach China (84,6 Mrd. Euro) bleibt Japan gemessen am Außenhandelsumsatz auch wichtigster deutscher Handelspartner in Asien.

### 1.3 Volksrepublik China

Die Volksrepublik China erstreckt sich im Herzen Asiens auf einer Fläche von 9.596.161 km<sup>2</sup> und bei einer Einwohnerzahl von 1.323.635.000 und bildet hierbei Grenzen mit 14 Staaten. Die 1949 gegründete Volksrepublik konnte vor allem in den vergangenen Jahren einen unübersehbaren Wachstumstrend umsetzen und ist von der Weltbühne als Wirtschaftsmacht nicht mehr wegzudenken.

So konnte die Chinesische Wirtschaft in den Jahren von 1960 bis 1980 zunächst ein Wachstum des BIP von durchschnittlich etwa 5% erreichen. Im Anschluss an die Reformen der 1970'er Jahre konnte zwischen 1980 und 2006 bereits ein Wachstum des BIP von etwa 10 % verzeichnet werden<sup>4</sup>. Die Weltbank schätzt den Zuwachs des BIP auch in 2007 auf 9,6 %.

Die Entwicklung und das Wachstum der chinesischen Volkswirtschaft sind dabei weder abgeschlossen noch haben sie ihren Zenit erreicht. Die vollständige wirtschaftliche Entwicklung wird vielmehr noch mehrere Jahrzehnte in Anspruch nehmen und ansonsten unter gleich bleibenden Bedingungen viel Potential für anhaltendes Wachstum bieten. China vereint dabei komparative Kostenvorteile im Niedriglohnbereich und zugleich in kapital- und technologieintensiven Industrien.

Ähnlich hohe Zuwachsraten wie im Wirtschaftswachstum weist der Außenhandel Chinas auf. China war bereits 2001 die fünftgrößte Handelsnation der Welt. Die Deutschen Importe aus China stiegen seit 2000 im jährlichen Schnitt um knapp 17 % und erreichten 2007 einen Wert von fast 55 Mrd. EUR. Die Exporte nach China sind seit 2000 im Jahresmittel um fast 18 % gestiegen und summieren sich inzwischen auf 3,1 % aller deutschen Ausfuhren.<sup>5</sup> Betrug der chinesische Anteil am Welthandel 1978 noch 1 %, so lag er im Jahr 2001 bei 5 %.

Zunehmend ist festzustellen, dass China in den letzten Jahren immer mehr in bisherige Produktionsdomänen etablierter Industrieländer vorgestoßen ist. In bestimmten Bereichen zeichnen sich immer deutlicher die wachsenden Weltmarkanteile für chinesische Produkte ab, sehr deutlich trifft dies etwa im Bereich der Textilproduktion zu. Aus China soll Schätzungen zufolge in naher Zukunft die Hälfte der gesamten Weltproduktion im Textilbereich kommen. Zugleich haben sich in den letzten Jahren bereits Strukturveränderungen der Exporte von lohnintensiveren Produkten mit geringem Technologiegehalt in Richtung höherwertigerer und technologieintensiverer Produkte wie Computer und Unterhaltungselektronik oder im Automobilsektor gezeigt. Deutsche Produzenten lieferten in 2007 vor allem Maschinen und Fahrzeuge nach China.

<sup>4</sup> Auswärtiges Amt Deutschland, 2008: [www.auswaertiges-amt.de/diplo/de/laenderinformationen/China/Wirtschaft.html](http://www.auswaertiges-amt.de/diplo/de/laenderinformationen/China/Wirtschaft.html)/ im April 2008

<sup>5</sup> Informationsdienst des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln, Jahrgang 34, 1. Mai 2008, Seite 1

Die Exportkraft Chinas hat aber auch Auswirkungen auf die Währungsstabilität. Durch seine jahrelangen kontinuierlichen Außenhandelsüberschüsse hat China mittlerweile Devisenreserven von 1,5 Billionen USD (2007) angesammelt<sup>6</sup>. Damit verfügt es weltweit über die dritthöchsten Währungsreserven.

---

<sup>6</sup> Informationsdienst des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln, Jg. 34, 17. April 2008, Seite 4

## 1.4 SWOT- Analyse zu Korea, Japan und China

Region	Stärken	Schwächen	Chancen	Bedrohungen
Korea	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Politische und eigentumsrechtliche Stabilität ist weitgehend gegeben (43. Platz von 179 im 2007 veröffentlichten Korruptionswahrnehmungsindex der Transparency International)</li> <li>• Hohes Bildungsniveau und ausgeprägter Ehrgeiz nach wirtschaftlichem Erfolg in der Bevölkerung</li> <li>• Hohes Marktpotential angesichts einer dem Niveau Mitteleuropas entsprechenden Wirtschaftsleistung und einer starken Fixierung auf westliche Konsumprodukte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schwieriger Markteintritt aufgrund einer hohen Branchenkonzentration und einer ausgeprägten vertikalen Integrierung der Wertschöpfungsketten</li> <li>• Die Spezialisierung der koreanischen Industrie auf den Schiffbau und elektronische Erzeugnisse macht die Wirtschaft des Landes sehr stark von der Weltkonjunktur abhängig</li> <li>• Drastische Schwankungen des Won in den vergangenen Wochen verdeutlichen Anfälligkeit des monetären Sektors bei weltweiten Finanzkrisen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das anlaufende Konjunkturprogramm und die derzeit noch in Verhandlung mit den USA sowie der EU stehenden Freihandelsabkommen bieten bei Erfolg das Potential für die Fortsetzung der inländischen Dynamik trotz weltwirtschaftlicher Schwäche</li> <li>• Die anhaltende Abwertungs-tendenz des Won erhöht die Lukrativität von koreanischen Direktinvestitionen in stabilen Währungsräumen</li> <li>• Die Aufwertung des Yen könnte zudem die bisherige Dominanz japanischer Importeure reduzieren</li> <li>• Der südkoreanische Markt steht im Schatten Chinas und Japans und wird demzufolge vielfach noch unterschätzt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sollten die weltweite Nachfrage nach koreanischen Produkten zurückgehen und sich die Turbulenzen an den Finanzplätzen fortsetzen, dürfte sich die Abwertung des Won weiter beschleunigen, was sächsische Produkte in Korea verteuern und gleichzeitig den weltweiten Preiswettbewerb im (mikro-) elektronischen Bereich intensivieren würde</li> </ul>
Japan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hohe politische, soziale und rechtlich Stabilität</li> <li>• Japan ist angesichts der größte Wirtschaftsleistung Asiens sowie einer mit Deutschland vergleichbaren Industriestruktur für sächsische Betriebe sowohl aus quantitativer als auch aus qualitativer Sicht ein lukrativer Markt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weitgehende Marktdurchdringung bei einer gleichzeitig hohen Beständigkeit der Lieferantenbeziehungen</li> <li>• Ausgeprägter preislicher Wettbewerb auf hohem technologischen Niveau</li> <li>• Geringes Potential an freien Arbeitskräften</li> <li>• Kulturelle Unterschiede erschweren das Agieren auf dem japanischen Markt zusätzlich</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hohes und in den nächsten Jahren noch zunehmendes Potential für Gesundheits- und Medizintechnik sowie altersgerechte Produkte infolge der starken Überalterung</li> <li>• Wachsender Bedarf an Automatisierungslösungen aufgrund des rückgängigen Arbeitskräftepotentials</li> <li>• Derzeit probabilistische Aufwertung des Yen gegenüber dem Euro erleichtert perspektivisch den Markteintritt v. a. in preissensiblen Segmenten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Risiken für eine Rückkehr der deflationärer Tendenzen angesichts eingeschränkter fiskal- und geldpolitischer Möglichkeiten bei gleichzeitiger Verschlechterung der bisher für die japanische Exportindustrie vorteilhaften globalen Gegebenheiten</li> <li>• Gesellschaftliche Strukturen als Hauptträger der sozialen, politischen und wirtschaftlichen Stabilität des Landes erodieren zunehmend</li> </ul>

Region	Stärken	Schwächen	Chancen	Bedrohungen
China	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angesichts der Verfügbarkeit an Arbeitskräften und Rohstoffen, der Industrie fördernden Politik sowie der Nähe zu Absatzmärkten hat sich China in den vergangenen beiden Jahrzehnten zur industriellen Werkbank der Welt entwickelt</li> <li>• Aufgrund der wirtschaftlichen Dynamik der vergangenen Jahre ist der Markt recht jung was mit einer relativ geringen Marktdurchdringung einhergeht</li> <li>• Die wirtschaftlichen Strukturen des Landes ziehen vor allem eine starke Nachfrage nach Investitions- und höherwertigen Vorleistungsgütern nach sich</li> <li>• Die aus den Leistungsbilanzüberschüssen erwirtschafteten Devisenreserven (geschätzte 1,5 Billionen USD) machen die Volksrepublik weitgehend unabhängig von den monetären Auswirkungen weltweiter Finanz- und Währungskrisen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rechtliche und bürokratische Entscheidungen sind durch undurchsichtige Strukturen und Korruption geprägt (72. Platz von 179 im 2007 veröffentlichten Korruptionswahrnehmungsindex der Transparency International)</li> <li>• Hohe Arbeitsmarktdynamik zieht eine geringe Mitarbeiterloyalität und steigende Arbeitskosten nach sich</li> <li>• Das Wirtschaftswachstum, die Ineffizienz der Landwirtschaft und die Unterbewertung des Renminbi Yuan bedingen eine hohe Inflation (9% im ersten Quartal 2008)</li> <li>• Die industrialisierten Gebiete sind durch ausgeprägte Umwelt- und hieraus resultierende Versorgungsprobleme gekennzeichnet</li> <li>• Der monetäre Sektor entspricht derzeit noch nicht den Anforderungen industrialisierter Volkswirtschaften</li> <li>• Die soziale Stabilität ist weitgehend dependent vom ökonomischen Erfolg, der wiederum stark von der weltweiten Aufnahmefähigkeit chinesischer Produkten abhängt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Absatzpotential im Land könnte sich angesichts der hochgradig aktiven Leistungsbilanz sowie der scheinbaren Fortsetzung des wirtschaftlichen Wachstums noch weiter erhöhen</li> <li>• Die wirtschaftliche Dynamik könnte sich auch aufgrund der von der Zentralregierung initiierten Infrastrukturprojekte von der boomenden Ostküste auf die noch peripheren Gebiete verlagern</li> <li>• Das abnehmende Arbeitskräftepotential, das Ausmaß der Luft- und Wasserverschmutzung sowie die Preissteigerungen im Rohstoffbereich zeitigen einen essentiellen Bedarf an produktivitätssteigernden sowie ressourceneffizienten und gleichzeitig umweltschonenden Lösungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infolge Arbeitsmarktdynamik und der aufgrund der nicht mehr in dem Ausmaß haltbaren Unterbewertung des Renminbi Yuan wird sich die preislich Wettbewerbsposition chinesischer Produzenten mittelfristig deutlich verschlechtern, was insbesondere in den preissensiblen Segmenten der textilen und elektronischen Massenprodukte sowie der Kunststoff verarbeitenden Industrie zu Anpassungen führen wird</li> <li>• Die strukturellen Schwächen des staatlichen Behörden- und Rechtssystems sowie die beschränkte Niederlassungsfreiheit beeinträchtigen die eigentumsrechtliche Sicherheit im Land; gerade im Hochtechnologiesektor wirkt sich dies abschreckend aus, was wiederum den notwendigen Übergang von der Werkbank zur eigen innovierenden Industrie erschwert</li> <li>• Die bereits derzeit aufflammenden sozialen Konflikte würden bei einer wirtschaftlichen Schwächeperiode der Volksrepublik weiter an Brisanz gewinnen.</li> </ul>

## 2. Die Bedeutung Asiens für die sächsische Wirtschaft

Aus Außenhandelsperspektive ist die Bedeutung Asiens für Sachsen gegenüber den anderen deutschen Bundesländern überdurchschnittlich hoch.

2006 kamen Waren im Wert von 1,4 Mrd. EUR und damit 10 % aller sächsischen Importe aus den Ländern des asiatischen Kontinents<sup>7</sup>. Gleichzeitig wurden Güter im Wert von 3,8 Mrd. EUR aus Sachsen nach Asien exportiert (19,4 % aller Exporte). Gegenüber 2005 haben sich die Ausfuhren damit um 30 % erhöht; die für 2007 zur Verfügung stehenden Daten zeigen, dass sich die Dynamik auch im vergangenen Jahr fortgesetzt hat.

Alleine nach Korea, Japan und China wurden in 2006 Güter im Wert von fast 1,2 Mrd. Euro geliefert; dies entsprach ca. 6,7 % der im Ausland umgesetzten Waren.

Einer der Gründe für die Attraktivität des asiatischen Marktes für sächsische Unternehmen ist die Marktstruktur der Länder. Die asiatischen Staaten haben ihre Industrialisierung über eine ausgeprägte Fokussierung auf den Weltmarkt erreicht. Die hiermit einhergehende Einkommensstruktur ist durch ein relativ geringes medianes Einkommen bei einer hohen Sparquote gekennzeichnet. Die Nachfrage nach Investitions- und Vorleistungsgütern ist demzufolge in den sich industrialisierenden Schwellenländern bedeutender als die nach Konsumprodukten. Für die sächsische Industrie, die insbesondere durch den Maschinen- und Anlagenbau, die Fahrzeugtechnik sowie den unmittelbaren Zulieferbereich geprägt ist, kommt noch das - auf Grund der hohen Wachstumsdynamik der vergangenen Jahre sowie der mit Ausnahme Japans recht späten Industrialisierung - relativ geringe Alter der asiatischen Märkte hinzu.

In einer im Jahre 2005 vom Institut für Mittelstands- und Regionalentwicklung (imreg) durchgeführten Umfrage unter sächsischen Industrieunternehmen beurteilten zwei Drittel der Befragten das Marktpotential Asiens mit hoch bis sehr hoch. Folglich gab drei Viertel der Befragten an, zukünftig die Marktbearbeitung intensiver auf dem Kontinent zu betreiben. Gleichzeitig machte die Befragung aber auch die Barrieren für einen Markteintritt deutlich. Neben den sich auf dem logistischen Aufwand sowie der sprachlichen Unkenntnisse ergebenden Probleme nannten 11 % der befragten Unternehmen die mangelnden Marktkenntnisse als Hindernis eines Markteintrittes.

Trotz hoher rechtlicher und ökonomischer Risiken hat insbesondere der ostasiatische Markt aufgrund der überdurchschnittlichen Nachfrageneigung nach Investitions- und Vorleistungsgütern und des relativ jungen Alters der Märkte eine hohe Attraktivität für die exportorientierte sächsische Industrie.

Zudem haben die in der Vergangenheit teilweise stark unterbewerteten Währungen die Lukrativität von Zulieferungen aus und Fertigungsstandorten in dem ostasiatischen Wirtschaftsraum zusätzlich beflügelt.

Mit der Zunahme der Außenhandelsverflechtung haben rechtliche Problemstellungen und ökonomische Tendenzen in dieser Region für die sächsische Wirtschaft an Bedeutung gewonnen.

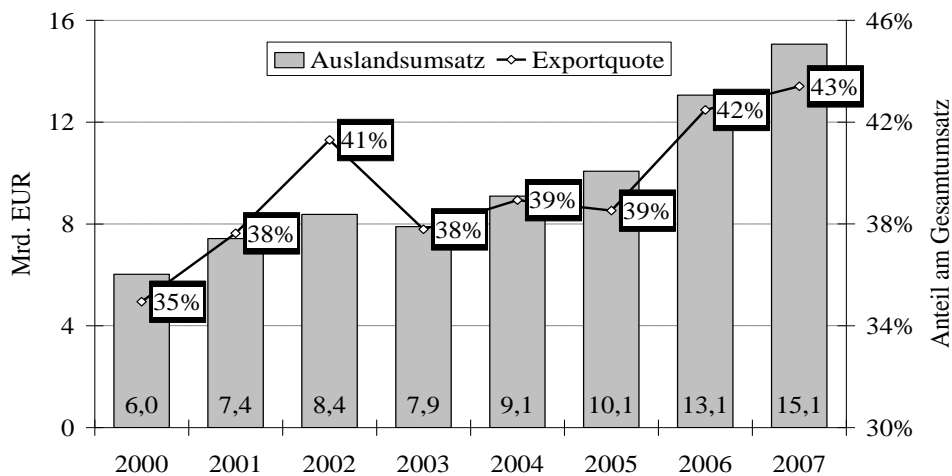
---

<sup>7</sup> ohne die Nachfolgerstaaten auf dem Gebiet der ehemaligen Sowjetunion sowie die Türkei

## 2.1 Volkswirtschaftlicher Rahmen: Außenhandelszahlen

Als Wachstumsträger der sächsischen Wirtschaft erweist sich seit nunmehr zehn Jahren das Verarbeitende Gewerbe und hier im Speziellen die Metall- und Elektroindustrie. Basis dieser Entwicklung ist eine hohe internationale Wettbewerbsfähigkeit der hier erzeugten Güter. Sie erlauben den hiesigen Unternehmen eine zunehmende Partizipation an der fortschreitenden internationalen Arbeitsteilung, was sich wiederum kohärent in steigenden Exporten widerspiegelt. 2007 erwirtschaftete die sächsische Metall- und Elektroindustrie 15,1 Mrd. EUR und damit 44% des gesamten Umsatzes außerhalb Deutschlands. Damit stammten auch zwei Drittel aller exportierten sächsischen Waren aus Betrieben der Metall- und Elektroindustrie.

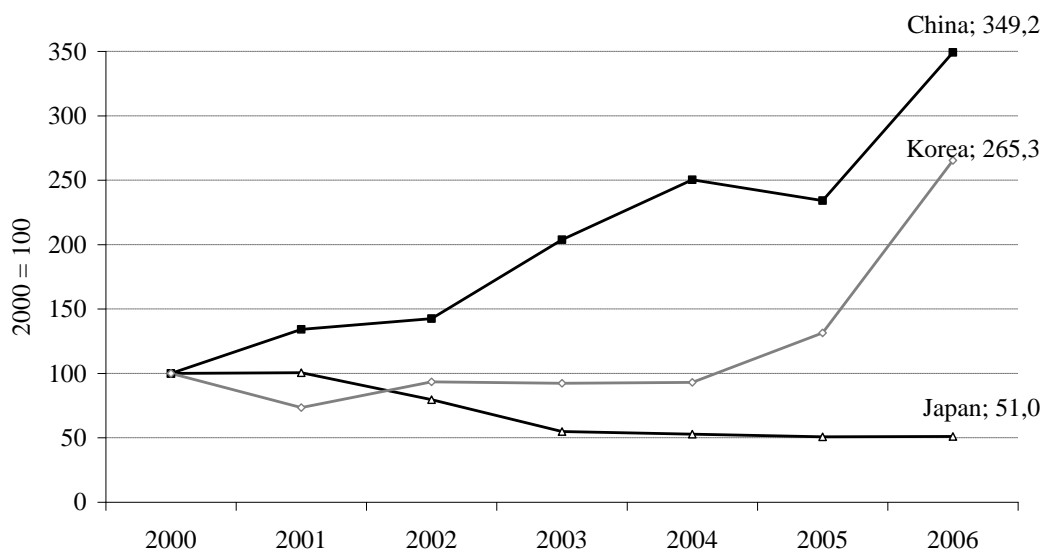
### 2.1.1 Entwicklung der Exporte in der sächsischen Metall- und Elektroindustrie



Daten: Statistisches Landesamt Sachsen; eigene Berechnungen

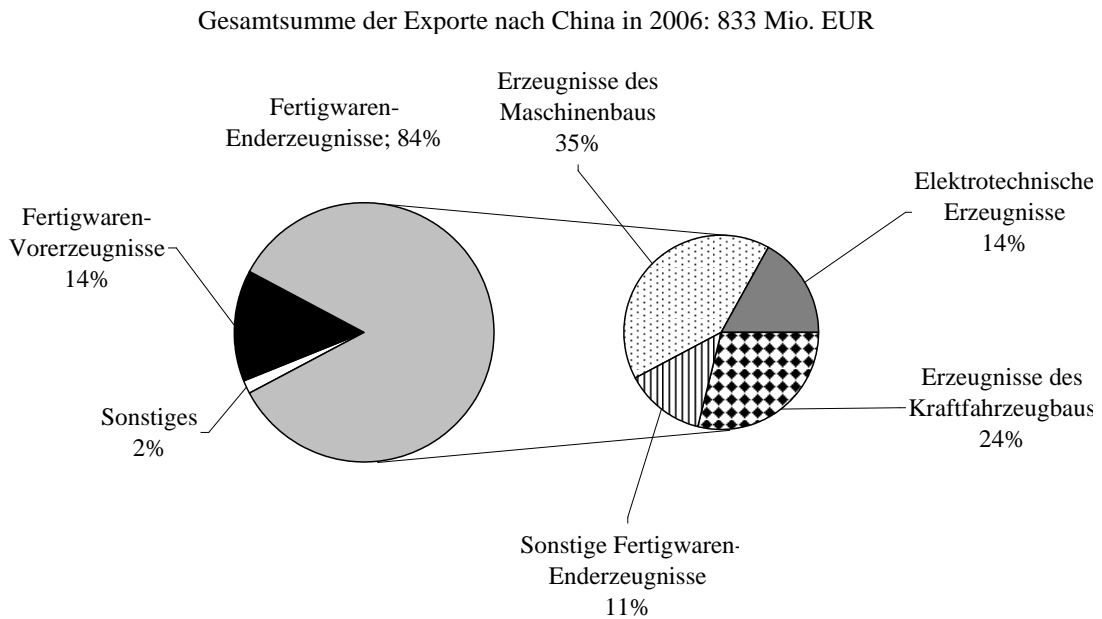
Kehrseite dessen ist eine zunehmende Abhängigkeit der sächsischen Wirtschaft von internationalen Rahmenbedingungen. Herausforderungen wie die Absicherung vor Währungsschwankungen und eigentumsrechtlichen Bedrohungen gewinnen an Relevanz für die regionalen Unternehmen. Die trifft im besonderen Maße für Ostasien zu.

### 2.1.2 Entwicklung der Ausfuhren Sachsens nach Korea, Japan und China



Daten: Statistisches Landesamt Sachsen; eigene Berechnungen

Hiervon Ausfuhren Sachsens nach China in 2006 nach Warengruppen:



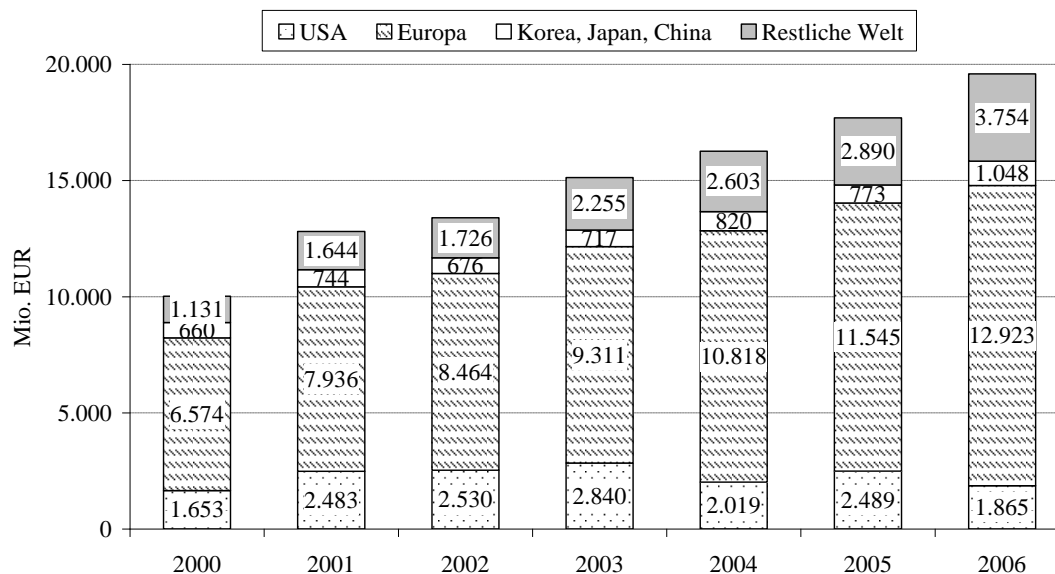
Daten: Statistisches Landesamt Sachsen

Aufgrund der hohen Wachstumsraten dieser Volkswirtschaften und eines wirtschaftsstrukturbedingt ausgeprägten Bedarfs an Investitions- und Vorleistungsgütern in den ehemaligen Tigerstaaten sowie in China ist dieser Markt für die sächsische Industrie sehr attraktiv. Diese Einschätzung wird in den hohen Wachstumsraten der sächsischen Exporte nach China und Korea deutlich. Während seit 2000 die gesamten jährlichen Ausfuhren um bereits beachtliche 130% zulegten, vervierfachten sich die Exporte nach China; die Ausfuhren nach Korea legten um 170% zu. Dagegen halbierten sich die Exporte nach Japan nahezu. Als wichtigste Exportstütze erweisen sich auch innerhalb Ostasiens die Erzeugnisse der Metall- und Elektroindustrie, wie in den Zahlen zur Warenausfuhr nach China deutlich wird, hier sind sogar über 70% der Exporte metallurgische und elektrotechnische Produkte.

Gleichzeitig ist gerade in diesen Regionen das Vorgehen für eine optimale rechtliche und betriebswirtschaftliche Absicherung bei mittelständigen Unternehmen, die insbesondere in den neuen Bundesländern in der Regel über keine langjährige Erfahrung in diesen Bereichen oder interne Rechts- und Volkswirtschaftsabteilungen verfügen, mit hohen Informationskosten verbunden. Die ist allerdings mit einer hohen Gefahr fehlerhaften Verhaltens auf diesen Märkten verbunden, was wiederum mit entsprechenden betriebswirtschaftlichen Risiken einhergeht.

Zusammen mit den hohen Transport- und Vertriebskosten sowie den kulturellen und sprachlichen Barrieren ist dieser Aspekt ein Erklärungsansatz, weshalb die ostasiatischen Volkswirtschaften insgesamt bisher nur eine untergeordnete Bedeutung als Absatzgebiet besitzen.

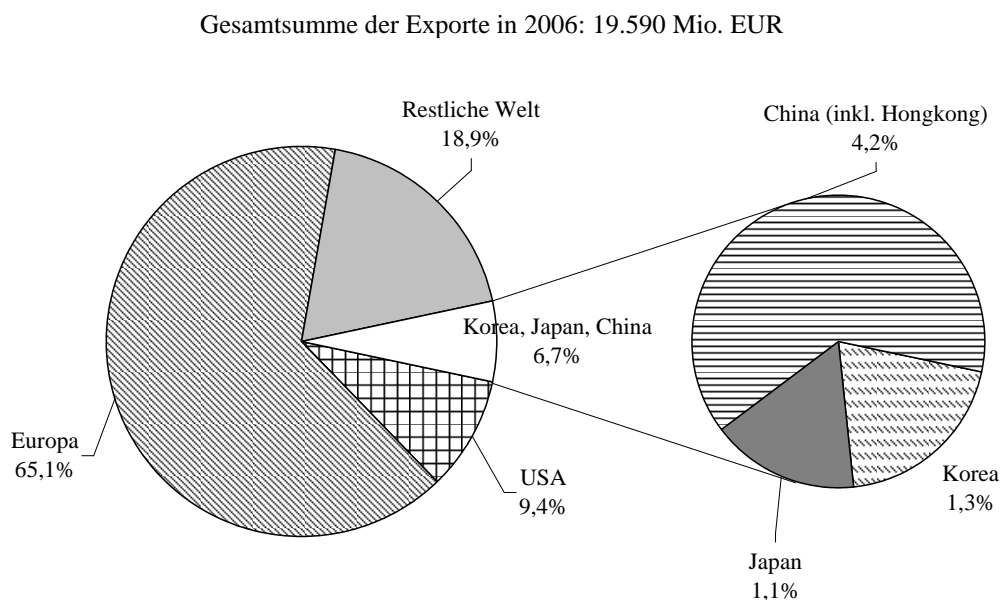
In der regionalen Aufteilung der Ausfuhren Sachsens ergibt sich nachfolgendes Bild:



Daten: Statistisches Landesamt Sachsen; eigene Berechnungen

Mit 6,7% geht nach wie vor nur ein relativ geringer Anteil der sächsischen Ausfuhren nach Korea, Japan und China. Das überdurchschnittliche Wachstum in China und Korea konnte bisher lediglich die Verluste Japans ausgleichen.

Der Anteil der Regionen an den Ausfuhren Sachsens im Jahre 2006 stellt sich wie folgt dar:

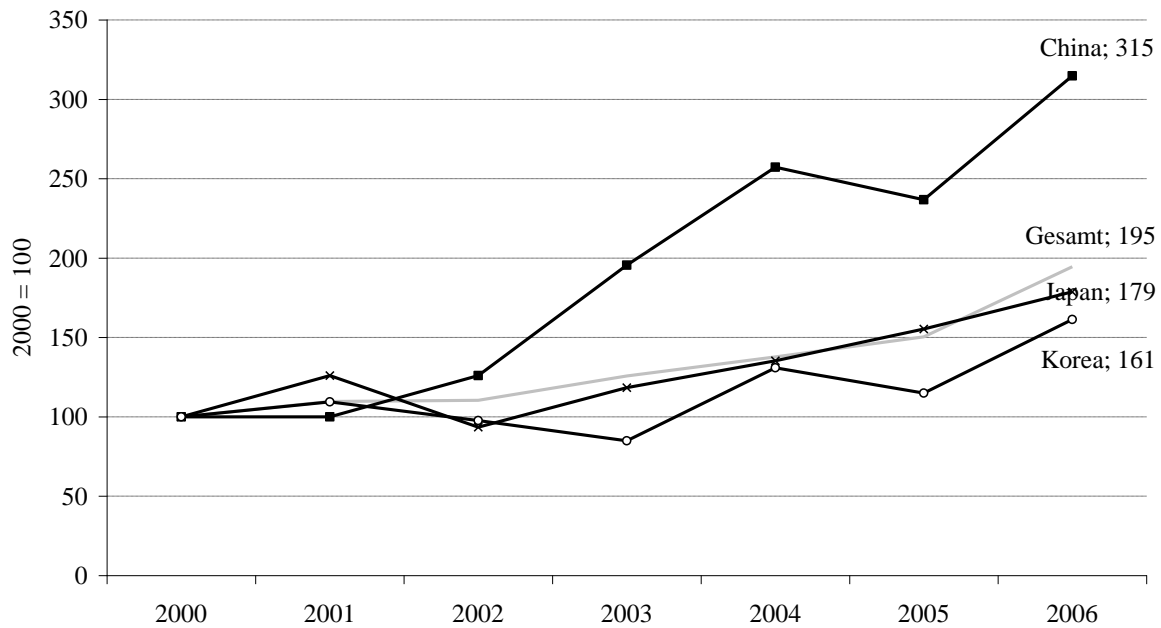


Daten: Statistisches Landesamt Sachsen, eigene Berechnungen

### 2.1.3 Entwicklung der Importe Sachsens aus Korea, Japan und China

Bei den Einfuhren ergibt sich ein ähnliches Bild. Auch hier haben die Importe aus China seit 2000 deutlich stärker als die Gesamteinfuhren zugenommen. Bei diesen Zahlen ist allerdings zu beachten, dass von der Statistik nur direkte Lieferungen in den Freistaat als Importe erfasst werden; der Teil der chinesischen Erzeugnisse, der zunächst von Großhändlern eingekauft und auf diesem Vertriebsweg in Sachsen verkauft wird, taucht demzufolge in den folgenden Zahlen nicht mit auf.

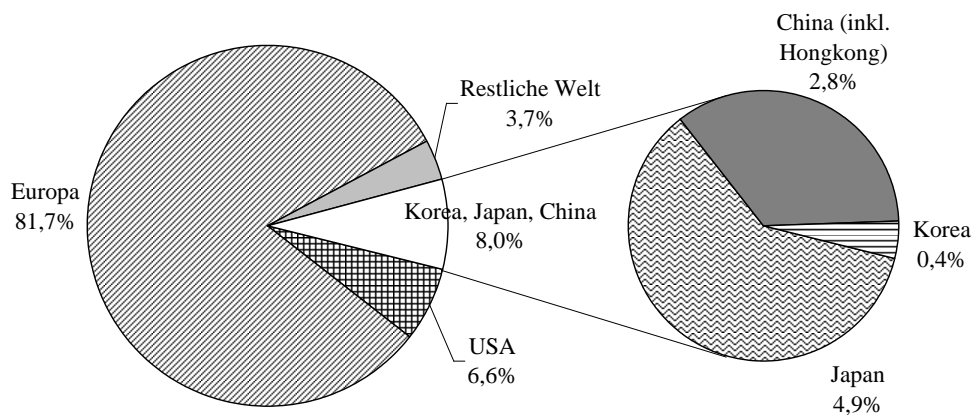
Entwicklung der Importe des Freistaates Sachsen bis 2006:



Daten: Statistisches Landesamt Sachsen; eigene Berechnungen

Der Anteil der Regionen an den Importen Sachsens betrug in 2006:

Gesamtsumme der Importe Sachsen in 2006: 13.747 Mio. EUR



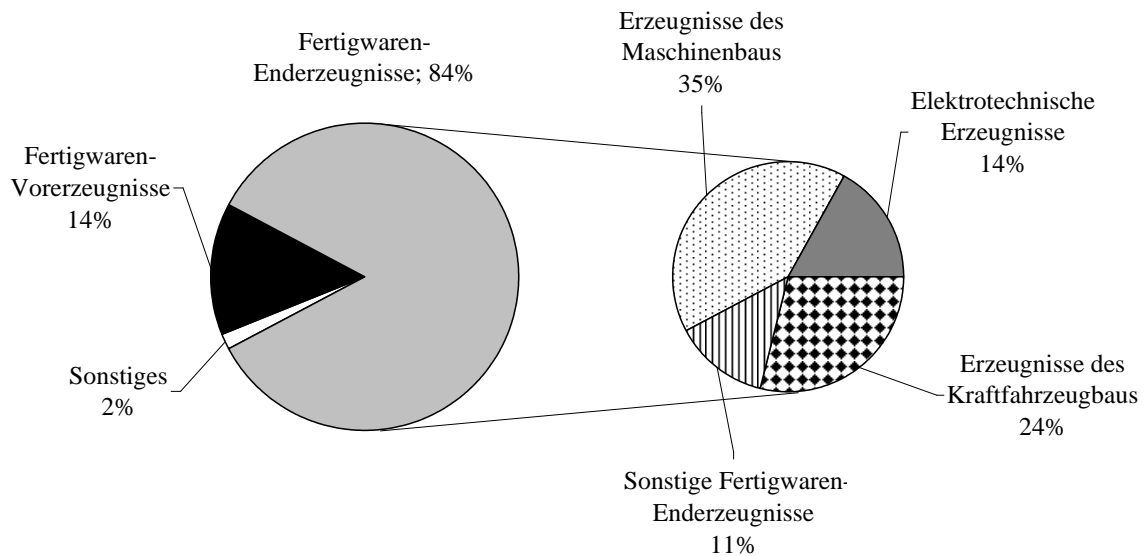
Daten: Statistisches Landesamt Sachsen; eigene Berechnungen

Japan hat von den thematisierten Staaten die höchste Bedeutung als Lieferant. China landet trotz der hohen Wachstumsraten auf Platz zwei, während die Bedeutung Sachsens für die koreanische Exportindustrie marginal zu sein scheint.

Bei der Betrachtung nach Gütergruppen fällt sowohl für Japan als auch für China die hohe Bedeutung einzelner Warengruppen auf. Während über 40% der aus China importierten Güter elektrotechnische Erzeugnisse sind, werden in Sachsen in erster Linie japanische Maschinen und Anlagen nachgefragt.

Die Importe Sachsens aus China nach Warengruppen in 2006:

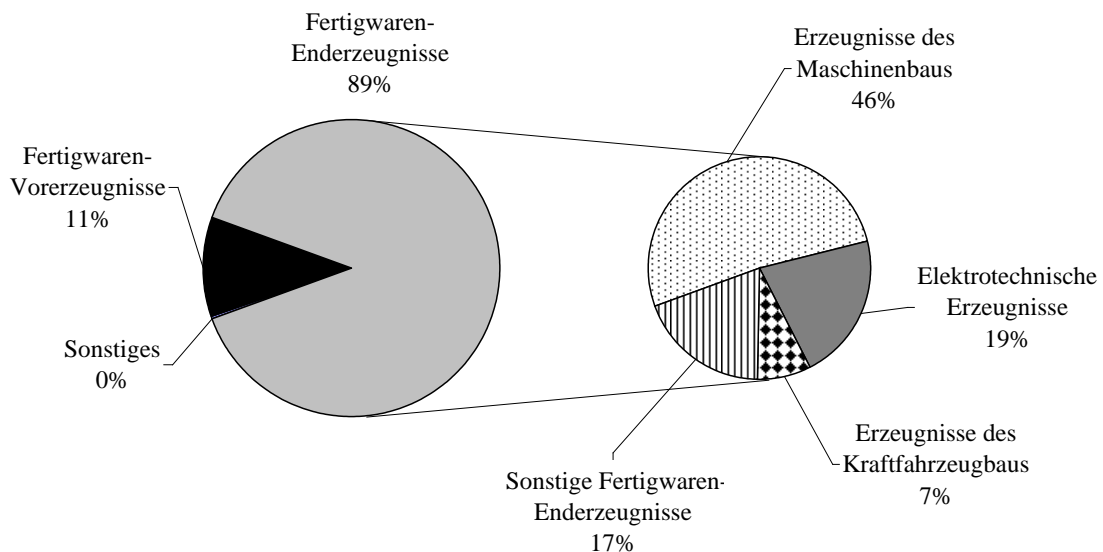
Gesamtsumme der Importe aus China in 2006: 387 Mio. EUR



Daten: Statistisches Landesamt Sachsen; eigene Berechnungen

Sowie die Importe aus Japan nach Warengruppen in 2006:

Gesamtsumme der Importe aus Japan in 2006: 668 Mio. EUR



Daten: Statistisches Landesamt Sachsen; eigene Berechnungen

## 2.2 Herausforderungen für Exporteure bei Aktivitäten im asiatischen Raum

Für die exportorientierten sächsischen Unternehmen ergeben sich vor allem bei Geschäftsanbahnung und Geschäftsbeziehungen mit Unternehmen aus dem asiatischen Raum nicht zu unterschätzende zeitliche und finanzielle Aufwendungen bei der Erschließung dieser Märkte.

Nicht zuletzt bilden sowohl die rechtlichen Rahmenbedingungen im relevanten Zielmarkt als auch der bilaterale Rechtsrahmen eine Herausforderung bei den verfolgten Geschäftsaktivitäten in Asien. So sollte bereits bei der Auswahl von Beratern und weiter bei der Begleitung durch z. B. beratende Rechtsanwälte auch berücksichtigt werden, ob diese mit den Zielmärkten vertraut sind und dort entweder eine eigene Niederlassung betreiben oder mit einheimischen Rechtsanwälten kooperieren. Nur so können mögliche Stolperfallen des heimischen Rechts Berücksichtigung finden und vertragliche Regelungen und deren Umsetzung später auch wirksam eingefordert oder auch sanktioniert werden.

Probleme möglicher Produkt- und Markenpiraterie ergeben sich häufig bei Geschäftsaktivitäten in asiatischen Ländern. Grundsätzlich können sich diese jedoch zunächst in jedem Exportmarkt ergeben. Das solche möglichen Problemstellungen jedoch begegnet werden kann zeigen sowohl die Erfahrungen und Berichte als auch mögliche Präventionsstrategien und Ausführungen der eingeladenen Experten im Rahmen der Asienkonferenz auf.

Zu Beginn jeder Aktivität auf asiatischen Märkten sollte eine Potentialanalyse vorausgehen und der richtige Absatzmarkt identifiziert werden.

Besondere Herausforderungen ergeben sich je nach Produkten und Technologieeinsatz vor allem mit Blick auf den Schutz derselben und der Berücksichtigung eines möglichen Risikos, dass von Missbrauch und der Verletzung geistiger Eigentumsrechte ausgehen kann. Hierbei sind das Risiko minimierende Strategien und eine vorhergehende Prüfung eines Marktsteintritts unter Beachtung der zur Durchsetzung der geistigen Eigentums- und Schutzrechte anfallenden Kosten zu berücksichtigen.

So sollte vor allem das Schutzrechtsniveau im eigenen Heimatmarkt und hiernach eine Prüfung der möglichen Schutzrechtsanmeldungen im zu bearbeitenden Markt geprüft und sodann aber auch umgesetzt werden.

## 3. Produkt- und Markenrechte unter Berücksichtigung von Präventionsstrategien

Die Problematik der Verletzung von geistigen Eigentumsrechten erweist sich weltweit als problematisch für zahlreiche Unternehmen. So liegt nach Angaben der OECD allein der Schaden durch Produktfälschung für Deutschland bei einem Betrag von 15 Mrd. Euro pro Jahr.<sup>8</sup> Dabei sind vor allem Maschinenbauunternehmen betroffen. Es muss aber auch festgestellt werden, dass paradoxerweise gerade die Staaten, die unter besonderer Kritik der Produkt- und Markenpiraterie heutzutage stehen, zu früheren Zeiten selbst Ideengeber für derlei Nachahmungen waren. So kann hier vor allem an chinesisches Porzellan, Seide oder Schwarzpulver gedacht werden.<sup>9</sup>

<sup>8</sup> siehe hierzu auch Einleitung zur Dokumentation Seite 4

<sup>9</sup> Produkt- und Markenpiraterie verhindern, Präventionsstrategien der deutschen Wirtschaft, Monatsbericht 03-2008, BMWi, Seite 11

Erst mit der zunehmenden Globalisierung und internationalen Wirtschaftsaktivitäten von Unternehmen hat sich die Produkt- und Markenpiraterie zu einem Massenphänomen entwickelt. Mit dem mittlerweile gehobenen technologischen Produktionsniveau in vielen Schwellenländern aber auch auf asiatischen Märkten folgte die Erhöhung der technischen Fähigkeiten und Fertigkeiten zum Nachbau auch technologisch anspruchsvoller Produkte. Je größer sich die Absatzmärkte darstellen, umso mehr rentiert sich auch die illegale Produktion von nachgeahmten Gütern. Auch deshalb sich China wiederum als besonders gefragter Markt dar.

Nicht zuletzt die hohen Gewinnmargen bilden einen Anreiz für Produktpiraten. Denn letztlich haben sie keine Kosten für die Produktentwicklung zu kalkulieren, zahlen weniger Steuern, verfügen meistens über billige Arbeitskräfte und bekannte Markenprodukte bedürfen auch keines zusätzlichen Marketingaufwandes.

Zunächst stellt sich die Frage nach der Stärke von rechtlichen Rahmenbedingungen und Regulierungen in den Ländern, die zu einem hohen Anteil der Produkt- und Markenpiraterie zumindest verdächtig sind. Zwar ist der Rechtsrahmen in vielen dieser Länder mittlerweile in den Bereich der international üblichen Standards vorgedrungen, jedoch gehen theoretische Rahmen und praktische Umsetzung oft noch Auseinander. So ergeben sich insbesondere Probleme bei der zivil- und strafrechtlichen Durchsetzung geistiger Eigentumsrechte, ebenso wie aus den noch unzureichenden behördlichen Kontrollaktivitäten in vielen (vor allem Schwellen-) Ländern. Problematisch wird es auch dann, wenn Gerichte gegen Verstöße gegen geistiges Eigentumsrecht nicht genügend vorgehen und sich Strafhöhe und Schadenersatz oft nur nach dem Marktwert der kopierten Erzeugnisse und nicht nach denen der Originale richtet. Damit bleibt die Abschreckung weit hinter ihrem gewünschten Wirkungen zurück.

In Asien und dort vor allem China müssen Traditionen berücksichtigt werden. Dazu gehört auch das unterschiedlich ausgeprägte gesellschaftliche Unrechtsbewusstsein. Mit Blick auf Traditionen „galt“ in China das Kopieren als Wertschätzung des Ideengebers und nicht als Rechtsbruch, was nicht gerade förderlich für ein Konzept geistiger Eigentumsrechte nach westlichem Vorbild war. Aber selbst Deutschland kann sich hier von der Verletzung geistiger Eigentumsrechte nicht ausnehmen. Denkt man hierbei nur an das illegale kopieren von Musik und Filmen, welches auch weiterhin zum Teil noch als Kavaliersdelikt betrachtet wird.

Aus der Beobachtung der Märkte ist zu konstatieren, dass in den vergangenen Jahren vor allem der Nachbau technischer Produkte wie Motorsägen, Autoersatzteile und Flugzeugteile überproportional stark zugenommen hat. So hat z. B. im Bereich des Maschinen- und Anlagenbaus der Umfang der Klagen über gefälschte Walzlager und Pneumatikzylinder bis hin zu Bergbaumaschinen zugenommen. Der Verband der Deutschen Maschinen- und Anlagenbauer (VDMA) hat nach einer Erhebung bei den von ihm befragten Unternehmen festgestellt, dass zwei Drittel dieser Unternehmen von Produktpiraterie betroffen sind. In 60 % der mitgeteilten Fälle seien komplette Maschinen nachgebaut worden. Damit rückt eine Branche in den Mittelpunkt, in der deutsche Unternehmen derzeit noch Technologieführer sind und eine herausragende Stellung am Weltmarkt einnehmen.

Dabei muss weiter festgestellt werden, dass für die Herkunft von Plagiaten vor allem asiatische Länder genannt werden. Nach Mitteilung der OECD kommen 80 % aller Fälschungen weltweit aus fünf Ländern. Die deutsche Zollstatistik teilt mit, dass 60 % der beschlagnahmten Plagiate aus Asien stammen, rund 33 % kommen bisher aus China.

Da Deutschland auf Grund seiner innovationsbasierten und global tätigen Wirtschaft auch ein vitales Interesse daran hat, geistige Eigentumsrechte auch weltweit zu schützen und effizient

durchsetzen zu können, werden Ziele verfolgt, die sich auf ein hohes Niveau staatlicher Kontrollaktivitäten beziehen. Dabei ist nicht nur die Seite der jeweiligen Produktpiraten zu sehen, denen mit einer akribischen Zollverhandlung nachgegangen wird, sondern auch eine Sensibilisierung der Konsumenten anzugehen, da offensichtlich eine hohe Nachfrage nach Piraterieware gegeben ist. So setzt derzeit die Bundesrepublik Deutschland die EU-Richtlinie zur Verbesserung des Markenschutzes um. Dabei werden sowohl Auskunftsrechte gegenüber Dritten erweitert, damit Rechteinhaber leichter an Informationen über die Lieferanten gefälschter Waren gelangen können.<sup>10</sup>

Als wichtig wird hierbei die Zusammenarbeit mit „Problemländern“ nach dem Prinzip „Kooperation statt Konfrontation“ und der Schutz geistigen Eigentums als integraler Bestandteil der Handelspolitik gesehen.

Bereits der G8-Gipfel unter deutscher Präsidentschaft in Heiligendamm im Sommer 2007 hat unter dem Titel „Förderung und Schutz von Innovationen“ diese Grundidee vorangetrieben.

Auch die Welthandelsorganisation (WTO) bietet handelspolitische Instrumente für einen besseren weltweiten Schutz geistiger Eigentumsrechte. So ist hier nur das Übereinkommen über handelsbezogene Aspekte des geistigen Eigentums (TRIPS-Übereinkommen) zu nennen, welches Mindeststandards für die Durchsetzung geistiger Eigentumsrechte vorsieht. Dabei sieht das Übereinkommen auch eine Reihe von Transparenzverpflichtungen vor. Das im Jahre 2001 der WTO beigetretene China ist auch hier strengen Berichtspflichten unterworfen. Dabei bilden Fragen zur Produktpiraterie einen wesentlichen Bestandteil dieser Berichtspflichten. Kommt ein Land seinen WTO-Pflichten beim Schutz geistigen Eigentums nicht in ausreichendem Maße nach, kann ein Streitverfahren im Rahmen des so genannten Streitbeilegungsverfahrens eingeleitet und durchgeführt werden.

Auch die EU hat den internationalen Schutz geistiger Eigentumsrechte zum Ziel ihrer EU-Strategie aus dem Jahre 2006 unter dem Titel „Stärkung der externen Wettbewerbsfähigkeit“ gemacht. Dabei bilden bilaterale Freihandelsabkommen, in denen Regelungen zur Durchsetzung geistiger Eigentumsrechte verankert werden, einen konkreten Ansatzpunkt. Hierbei soll möglichst über die WTO-Mindeststandards hinausgegangen werden.

Ein weiteres wichtiges Instrument handelspolitischer Zusammenarbeit der EU bilden so genannte Dialogforen zum geistigen Eigentum. So besteht zum Beispiel mit China ein solches Forum seit 2004. Dort werden auf hoher politischer Ebene in offener Art und Weise angesprochen. Um europäischen Unternehmen im Bedarfsfall konkrete Hilfestellungen geben zu können, beabsichtigt die EU-Kommission ihre Präsenz in Drittländern auszubauen. Dabei sollen in der Zusammenarbeit mit Botschaften und Außenhandelskammern der einzelnen EU-Mitgliedsstaaten die Beratungskapazitäten vor Ort gestärkt werden.<sup>11</sup>

Aus den Erfahrungen der Praxis heraus entwickelt nunmehr auch die Wirtschaft zunehmend Strategien, um Produkt- und Markenpiraten vorzubeugen.

---

<sup>10</sup> Produkt- und Markenpiraterie verhindern, Präventionsstrategien der deutschen Wirtschaft, Monatsbericht 03-2008, BMWi, Seite 15

<sup>11</sup> Produkt- und Markenpiraterie verhindern, Präventionsstrategien der deutschen Wirtschaft, Monatsbericht 03-2008, BMWi, Seite 16

Vor diesem Hintergrund haben mehrere deutsche Wirtschaftsverbände gemeinsam mit dem Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie eine Aufstellung verschiedenster Praktiken erarbeitet, die einen Überblick über die derzeit verfolgten Präventionsstrategien gibt.<sup>12</sup>

So werden hier vor allem rechtliche Maßnahmen genannt, die sich auf Schutzrechtsmanagementstrategien beziehen. Dabei sind Instrumentarien des Patent- und Markenschutzes im Inland über das Deutsche Patent- und Markenamt, auf regionaler Ebene (Europäisches Patentamt in Alicante) oder auf globaler Ebene (WIPO-World Intellectual Property Organization in Genf) in Betracht zu ziehen.

Das heißt, es geht um den Schutz durch die nationale und internationale Anmeldung von Marken, Patenten, Gebrauchsmustern sowie Geschmacksmustern. Dem sollte sich eine entschlossene Verfolgung von Rechtsverstößen anschließen, die bereits bei der Marktüberprüfung durch den jeweiligen Rechteinhaber beginnt und weiterführend zu Kooperationen der Wirtschaft mit dem deutschen Zoll- und Strafverfolgungsbehörden führen kann. Auch bereits vor und bei der Begründung von Vertragsbeziehungen sollten mögliche Schutzrechte Berücksichtigung finden. Hierbei sollten vor allem Verträge eindeutig formuliert, Zulieferer und Untertiznehmer in vertragliche Verpflichtung eingebunden werden. Des Weiteren sollte hierbei abgesichert werden, dass Zulieferer die Produkte nicht auch an Dritte verkaufen können. Vertraulichkeitsvereinbarungen zum Schutz von Know-how sollten durch Vertragsstrafen für den Fall des Verstoßes ergänzt werden. Dies auch, wenn möglich, mit einer Beweislastumkehr zugunsten des Rechteinhabers.

Des Weiteren sind auch betriebswirtschaftliche Maßnahmen möglich, die sich auf die sorgfältige Pflege der Einkaufsbeziehungen zu den Herstellerländern beziehen. Dabei sind interne Unternehmens- und Vertriebsstrategien wie folgt zu berücksichtigen:

- zentrale Kontaktstellen für IPR-Schutz im Unternehmen,
- angemessene Budgets zur Verfügung stellen,
- qualifiziertes und offensives Personal einstellen,
- Schutzstrategie als absolute Chefsache,
- betriebsinterne Dokumentation über Produkte und ihre Merkmale anlegen,
- Sensibilisierung der Mitarbeiter, des Einkaufs und der Zulieferer,
- sicherer Logistik mit stabilen Lieferketten,
- Kernelemente eines intelligenten Riskmanagements in Zusammenarbeit mit Behörden und Unternehmen in der Lieferkette,
- richtige Schwerpunktsetzung (Sicherung langfristiger Erträge und Wettbewerbsfähigkeit).

Ergänzend (aber nicht abschließend) sind Besonderheiten im Bereich der Hersteller, den Handels sowie bei der Zusammenarbeit mit der Wissenschaft zu berücksichtigen.

---

<sup>12</sup> Produkt- und Markenpiraterie verhindern, Präventionsstrategien der deutschen Wirtschaft, herausgegeben vom BDI, BDI-Drucksache Nr. 393

#### 4. Herausforderungen des Marken- und Patentrechtsschutzes beim Handel mit Asien

##### 4.1 Markenschutz in Korea (Referent: Robin Gill-Sang Lee, Patentanwalt bei Kim & Chang, Seoul, Korea)

Zu Beginn seiner Ausführungen verwies der aus Korea stammende Patentanwalt Robin Gill-Sang Lee auf die Bedeutung des Handels zwischen Korea und Deutschland. Er stellt weiter dar, dass sich die deutschen Güter in Korea auf nachfolgende Bereiche erstrecken:

Personenkraftwagen und Wohnmobile	25%,
Fahrgestelle, Motoren und andere Teile für Kraftfahrzeuge	24%,
Mess-, steuerungs- und regelungstechnische Erzeugnisse	18%,
Werkzeugmaschinen	13%,
Geräte zur Elektrizitätserzeugung und –verteilung	13%,
Lager, Getriebe- und Zahnräder und Antriebselemente	7%.

Im Gegensatz dazu sehe die Verteilung der koreanischen Güter in Deutschland wie folgt aus:

Personenkraftwagen und Wohnmobile	12%,
Wasserfahrzeuge	24%,
Büromaschinen und Datenverarbeitungsmaschinen	19%,
Nachrichtentechnische Geräte und Einrichtungen	18%,
Elektronische Bauelemente	14%,
Rundfunk- und Fernsehgeräte, Phono- und videotechnische Geräte	13 %.

Im weitergehenden Rechtssystemvergleich zwischen Korea und Deutschland ist festzustellen, dass Korea vom deutschen Recht beeinflusst ist und Teile des deutschen Rechtssystems übernommen hat. Ebenfalls finden sich Einflüsse des japanischen Rechtssystems noch aus der Kolonialzeit. Daraus resultieren auch Ähnlichkeiten im Rahmen des Markengesetzes, wie zum Beispiel beim Erstanmelderprinzip und in Tätigkeit und Aufbau der Patentgerichte. Ebenfalls vergleichbar ist das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, in dessen Rahmen auch ein rechtlicher Schutz notorisch bekannter Marken, auch ohne deren Eintragung möglich sein kann.

So konnte der Marken- und Patentrechtler Sang Lee weiter ausführen, dass mit der Eintragung einer Marke beim koreanischen Patent- und Markenamt ein ausschließliches Benutzungsrecht des Markeninhabers entsteht. Die Rechtswirkungen der Eintragungen sind hier auf das konkrete Land beschränkt. Es gilt auch hier das Erstanmeldungsprinzip, das heißt, dem Erstanmelder wird das Markenrecht für die Marke gewährt. Es gibt auch weiter ein System, mit dem eine Anmeldung die Eintragung von Waren und Dienstleistungen in mehr als zwei Klassen durch entsprechende Beantragung erfolgen kann. Gegen die Eintragung kann, wie auch aus Deutschland bekannt, innerhalb eines bestimmten Zeitraumes, Widerspruch eingelegt werden. Für Marken gilt, dass die Verlängerung der Schutzdauer um jeweils bis 10 Jahre möglich ist.

Auch in Korea wird das zuständige Amt<sup>13</sup> prüfen, ob absolute Schutzhindernisse gegen die Eintragung der relevanten Marke bestehen, das heißt, zum Beispiel ob die relevante Marke

<sup>13</sup> Ansprechpartner ist hier die KIPO – Korean Intellectual Property Organization

über eine ausreichende Unterscheidungskraft von anderen Marken verfügt. Daneben können auch relative Schutzhindernisse bestehen, die aus Marken mit älterem Zeitrang entstehen oder mit solchen ähnlich sind.

Relative Schutzhindernisse können sich auch daraus ergeben, dass Dritte die im In- oder Ausland bekannte Marken in so genannter „böser Absicht“ ausnutzen. So muss hierbei jedoch der betroffene Markeninhaber darlegen, in welchem Gebiet seine Marke bekannt ist. Dies kann in Korea oder zum Beispiel in Deutschland oder in einem anderen Land oder weltweit der Fall sein. Als Indizien gelten die Umsatzsumme und Werberaufwand, die Benutzungsdauer (Historie der Marke), Pressemitteilungen, Marketingmittel, Messen, internationale Veranstaltungen, Preise sowie Gerichtsurteile die die Bekanntheit der ausländischen Marke anerkannt haben. Betroffene Markeninhaber können sich bei Verletzung ihrer Marke gegen unberechtigte Eintragungen wehren, indem sie die rechtlich erforderlichen Informationsunterlagen beim Marken- und Patentamt vorlegen, ein Widerspruchsverfahren (nach Veröffentlichung der Marke) einleiten oder ein Nichtigkeitsverfahren (nach erfolgter Eintragung der Marke) oder eines Löschungsverfahrens (nach drei Jahren ab Eintragung der Marke) beantragen.

Markenrechtsverletzungen können in Korea zu zivilrechtlichen Folgen im Rahmen eines Unterlassungs- und Schadenersatzanspruchs, aber auch strafrechtliche Maßnahmen zur Folge haben. Diese können zu Freiheitsstrafen von bis zu sieben Jahren und/oder Geldstrafen von bis zu 100 Mio. Won (ca. 82.000 €) führen.

#### **4.2 Marken und Patente in Japan (Referent: Keiichi Ota, Patentanwalt bei Ota & Associates, Tokio, Japan)**

Dass der Markenrechtsschutz in Japan von der Sprache und der Sprachwahl her kompliziert sein kann, machte der Patentanwalt Ota aus Tokio bereits zu Beginn seiner Präsentation deutlich. Er verwies auf allein vier Sprachgruppen, die bei der gängigen Wortwahl in Japan Benutzung finden können. So mischen sich hier chinesische und japanische Schriftzeichen genauso wie die als Katakana und Hiragana bezeichneten Schriftzeichen. Vor allem ist in Japan zu Beginn jeder Marken- und Patentrechtsregistrierung eine Recherche zur Eintragungs- und Schutzrechtsfähigkeit des betreffenden geistigen Eigentumsrechts zu empfehlen. Auch hier sind Zeiträume und Recherchekosten darstellbar und empfehlen sich vor jedem Beginn der Aktivitäten auf dem Japanischen Markt. So sind hier ähnlich der chinesischen Sprache die Betonungen und die Verwendung japanischer Schriftzeichen sowie deren Aussprache von enormer Bedeutung und entsprechende Eintragungs- und Überwachungsprozesse sollten hier nur durch japanische Fachleute begleitet werden.

Lange Eintragungs- und Prüfungszeiten im japanischen Patentamt (JPO – Japan Patent Office) folgen vor allem daraus, dass die 1243 offiziellen Prüfer in Japan im Schnitt 205 Fälle pro Jahr bearbeiten, im Vergleich dazu sind es in den USA 83 und in Europa gar nur 42 Fälle durchschnittlich auf die Zahl der Prüfer gerechnet<sup>14</sup>. Es ist daher geplant, in den nächsten Jahren 500 weitere Prüfer anzustellen, um die Laufzeiten bei Patenteintragungen zu beschleunigen. Bereits 2008 soll sich die Prüfzeit auf weniger als 30 Monate reduzieren.

Umfangreiche Ausführungen zum Prozedere der Marken- und Patentregistrierungen vor den zuständigen japanischen Behörden sowie die zahlreichen illustrierten Beispiele aus der japa-

---

<sup>14</sup> Zahlen beziehen sich auf das Jahr 2004

nischen Praxis folgten im Referat des Herrn Ota und machten sein Know-how und seine langjährige Erfahrung deutlich.

Aber auch bereits im Vortrag des Patentanwalts Ota werden wiederum gewisse Unterschiede zur chinesischen und koreanischen Mentalität deutlich. So spielt zwar auch hier die für Asiaten weltweit bekannte besondere Höflichkeit eine enorme Rolle beim Umgang mit Geschäftspartnern, jedoch sind hier im Gegensatz zu den für den China dargestellten Verhaltensweisen, Pünktlichkeit und präzise Zuverlässigkeit ein wichtiger Aspekt jeglicher geschäftlicher und privater Beziehungen. Dass wie im Falle der chinesischen Ausführungen Termine nicht immer präzise eingehalten und langfristig geplant werden können, stellte er schon am Beispiel Tokios als problematisch dar, wenn man sich vergegenwärtigt, dass hier annähernd 36 Mio. Einwohner im Großraum Tokio zusammenleben und ein dementsprechendes Zeitmanagement unerlässlich ist.

#### **4.3 Gewerblicher Rechtsschutz in China (Referentin: Yangling Zhou, Patentanwältin bei Kangxin Partners, P. C., Beijing, China)**

Ihre Ausführungen begann die chinesische Patentanwältin Yangling Zhou, der in Beijing beheimateten Kanzlei Kangxin Partners, P. C., mit Erläuterungen zur wirtschaftlichen und rechtlichen Entwicklung in der Volksrepublik China in den 30 Jahren seit der Öffnung 1978. Dabei wies sie vor allem auf die neuen Entwicklungen in der chinesischen Produktion hin, die von einfachen Tätigkeiten ausgehend, sich zunehmend auf höher qualifizierte Dienstleistungen und wissenschaftlicher Forschung gerichtet ist und sich insbesondere auf die Gebiete Elektronik, Anlagenbau, Telekommunikation, Automobilbau, Transport, Medizin sowie chemische Rohstoffe richtet. Dabei betont sie auch die vielfältigen gesetzlichen Entwicklungen und neu erlassenen Gesetze, wie zum Beispiel das Gesetz betreffend Joint Ventures, Verordnungen betreffend den Technologietransfer sowie Änderungen und Anpassungen im Gesellschaftsrecht, Vertragsrecht, Niederlassungsrecht für ausländische Firmen, Insolvenzrecht, dem Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb sowie dem Antimonopolgesetz.

Als Gesetze, die den gewerblichen Rechtsschutz in China betreffen, sind vor allem zu nennen:

- Patentgesetz vom 1.4.1985 in der Fassung vom 1.7.2001,
- Markengesetz vom 1.3.1983 in der Fassung vom 1.12.2001,
- Urheberrecht vom 1.6.1991 in der Fassung von 27.10.2001 sowie
- Zollgesetz vom 1.7.1987 in der Fassung vom 1.1.2001.

Des Weiteren sind hier zu benennen:

- Verordnung betreffend den Schutz von Software vom 1.1.2001,
- Verordnung betreffend Streitigkeiten bei Domainnamen vom 17.3.2006,
- Zollschutzverordnung betreffend geistiges Eigentum von 1995 in der Fassung vom 1.3.2004,
- Verordnung zum Schutz neuer Pflanzensorten von 1997,
- die Bestimmung zum Verbot von Angriffen auf Geschäftsgeheimnisse von 1997 sowie
- Regelung betreffend die Kollektivverwaltung von Urheberrechten.

China ist des Weiteren in zahlreiche internationale Abkommen und Organisationen zum Schutz des geistigen Eigentums eingebunden. Bei der Betrachtung der Regelung zum gewerblichen Rechtsschutz in China ist zu berücksichtigen, dass seit der Gründung der Volksrepublik China 1949 und bis einschließlich 1985 sämtliche Erfindungen dem Staat gehörten und von

jedem unentgeltlich benutzt werden konnten. Sie unterlagen daher keinem Eigentumsrecht. Bis 1995 gab es auch kein Patentsystem im westlichen Sinn. Erst mit dem Patentgesetz von 1985 begann die Zeit eines modernen Patentrechts, zunächst nach deutschem Vorbild und dann zunehmend ähnlich den europaweit geltenden Verfahren zum Schutz des geistigen Eigentumsrecht. Auch in China, das zum Beispiel sein Zivilrecht auf dem deutschen BGB aufbaute, gilt die Schutzdauer für Patente von 20 Jahren und für Gebrauchsmuster und Geschmacksmuster von 10 Jahren. Die zuständige Behörde für Patent- und Markenmeldungen ist das dem Staatsrat untergeordnete Staatsamt für geistiges Eigentum, kurz SIPO.

So führte Frau Zhou weiter aus, dass bei der SIPO im Jahre 2007 bereits 153.060 Patentanmeldungen (was einem Plus 5,15 % gegenüber dem Vorjahr entspricht) sowie 92.101 ausländische Patenanmeldungen (entspricht einem Plus von 4,5 % gegenüber dem Vorjahr) eingereicht wurden. Ein ähnlich wachsender Trend ist bei den Gebrauchsmustern (181.324 im Jahre 2007, + 12,4 % sowie Geschmacksmustern 267.668, + 33 %) festzustellen. Die Zahl der deutschen Anmeldungen für Patente, Gebrauchsmuster und Geschmacksmuster stieg von 4.522 im Jahre 2003 auf 9.388 im Jahre 2007 an. Die Markenmeldungen deutscher Anmelde-der stiegen von 1110 im Jahre 2002 auf 2177 im Jahre 2006.

Ein ähnlich wachsender Trend ist bei den Markenmeldungen in China zu verzeichnen. Diese stiegen von 371.936 im Jahre 2002 auf 766.319 Markenmeldungen im Jahre 2006. Grundlage der Markenmeldungen bildet das zweite Markengesetz von 1983, welches das Prinzip regelt, dass nur registrierte Marken den Schutz des Gesetzes genießen. Ausschlaggebend ist auch hier das Prinzip der ersten Anmeldung bzw. ersten Benutzung der Marke. Die Schutzdauer beträgt 10 Jahre und kann um weitere 10 Jahre verlängert werden. Hervorzuheben war, dass wenn die Marke in drei aufeinander folgenden Jahren nicht benutzt wird, jeder beim Markenamt die Löschung derselben beantragen kann. Eine Nutzung der Marke kann aber schon damit nachgewiesen werden, dass diese zu Werbezwecken, in Geschäftsunterlagen, in Ausstellungen oder auch in Anzeigen in der Zeitung verwandt wurde.

Bei der Durchsetzung gewerblicher Schutzrechte sind in China verschiedene Wege möglich. Eine chinesische Besonderheit bildet dabei der so genannte administrative Weg. Ausgehend davon, dass jede Ebene vom Staat über die Provinzen, die Städte bis zu den Kreisen ihre eigenen Verwaltungsstellen hat, können die betreffenden Ämter von Amts wegen oder auf Antrag tätig werden. Damit verbunden ist die Ermittlung der betreffenden Verletzung, das Prüfen, Kopieren, Versiegeln und Beschlagnahmen von Geschäftsunterlagen, Buchungsunterlagen, die mit der Verletzung in Verbindung stehen. So sind allein im Jahr 2006 50.534 Verfahren von Amts wegen oder auf Antrag wegen der Verletzung von Markenrechten eingeleitet worden. Dabei wurden Geldbußen in Höhe von 398 Mio. RMB ausgesprochen.

Der so genannte administrative Weg wird gern bei Marken- und Urheberrechtsangelegenheiten beschritten, da diese Ämter eine große Durchsetzungskraft haben. Die Geldbußen können in Patentangelegenheiten in Höhe des dreifachen des rechtswidrig erlangten Gewinns entstehen oder maximal 50.000 RMB, wenn kein Gewinn nachgewiesen werden kann. Daneben wird der rechtswidrige Gewinn konfisziert und bei strafrechtlicher Relevanz eine strafrechtliche Verfolgung eingeleitet. In Markenrechtsverletzungen können 20 % des Umsatzes oder bis zum zweifachen des rechtswidrigen Gewinns geltend gemacht oder bei entsprechender strafrechtlicher Relevanz auch die Strafverfolgung eingeleitet werden.

Daneben kann auch der zivilrechtliche Weg beschritten werden. Im Falle besonderer Eilbedürftigkeit ist auch der Erlass einer einstweiligen Verfügung möglich. Daneben kann ein ordentliches Verletzungsverfahren eingeleitet werden, in dessen Rahmen ein Unterlassungsans-

pruch geltend gemacht werden kann, die Beschlagnahmung und Vernichtung der rechtswidrig hergestellten Produkte sowie Schadenersatz (in Form von Berechnung des Schadenersatzes nach Gewinn des Verletzers, Verlust des Verletzten, analog einer Lizenzgebühr, gesetzlicher Schadenersatz max. 500.000 RMB) sowie die entstandenen Aufwendungen beim Kläger (wie zum Beispiel für die Beschaffung der Beweise, Reisekosten sowie Anwaltskosten) geltend gemacht werden kann.

Ebenfalls möglich ist ein Weg über den Zoll. Dabei wird das relevante Schutzrecht beim zentralen Zollamt in Beijing gegen Zahlung einer Gebühr hinterlegt. Auf Antrag können grenzüberschreitende Zollmaßnahmen beim zuständigen lokalen Zollamt durchgeführt werden. Das zuständige Amt kann hierbei auch von Amts wegen tätig werden, wobei eine entsprechende Mitteilung an den Schutzrechteinhaber erfolgt.

Letztlich machte Frau Zhou auch deutlich, dass bei besonders gravierenden Verletzungen Strafen von bis zu sieben Jahren Gefängnis (orientiert an Umsatz und Gewinnhöhe) möglich sind. Zuständig sind hierbei die Staatsanwaltschaften sowie das Amt für öffentliche Sicherheit. So konnten im Jahre 2007 immerhin 2600 Fälle in ganz China zur Anklage gebracht werden. Einziger Wehrmutstropfen hierbei: nach ihren Erfahrungen sind die zuständigen Behörden bei Verletzung geistiger Eigentumsschutzrechte in ihren Aktivitäten immer noch eher zurückhaltend.

## **5. Resümee der Podiumsdiskussion und Schlussfolgerungen**

Mit den Diskussionen im Rahmen der Asienkonferenz ergaben sich mehrere Erkenntnisse sowohl auf Seiten der teilnehmenden Unternehmer und Unternehmensvertreter, die viele Erkenntnisse über das japanische, koreanische und chinesische Marken- und Patentrecht erfahren haben, als auch der Referenten aus Korea, Japan und China, die mit zahlreichen Fragen und praktischen Sachverhalten sowie Problemstellungen sächsischer Unternehmen konfrontiert werden, die sich diesen in ihren Heimatländern aufzeigen.

So wurde den Teilnehmern vor allem deutlich, dass Marken- und Patentschutz auch in asiatischen Ländern von Beginn an ernsthaft betrieben werden sollte und ausschließliche Rechte mit der Eintragung von Patenten und Marken auch hier erst die Grundlage bilden, um Schadensersatz im Verletzungsfall oder einen Unterlassungsanspruch zu begründen. Deutlich wurde, dass beim Schutz von geistigen Eigentumsrechten und seiner Absicherung und letztendlich auch Durchsetzung in den Ländern Korea, Japan und China keine großen Abweichungen von den aus Deutschland beim Deutschen Patent- und Markenamt bekannten Verfahren oder auch von den Verfahrensweisen beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM) gegeben sind, wenn es um den Schutz um Gemeinschaftsmarken und Patenten geht.

Letztlich ist auch die Schutzdauer, die einer Marke oder einem Patent zuteil kommt, auch in Korea, Japan oder China auf die Dauer von 10 bzw. bis zu 20 Jahren begrenzt und ist was die Dauer, die Durchführung und Kosten der Eintragungsverfahren mit Deutschland vergleichbar.

Nicht nur in Japan, sondern mittlerweile auch in Korea ist das Rechtdurchsetzungssystem bei Marken- und Patentrechtsstreitigkeiten mindestens genauso gut und verlässlich, wie die Tätigkeiten der entsprechend zuständigen Ämter und Gerichte in Deutschland. Dies konnten die Referenten Ota aus Japan und Sang Lee aus Seoul eindrucksvoll darstellen. So sind wohl die größten Gemeinsamkeiten zwischen Rechtdurchsetzung und Mentalität zwischen Japan und Deutschland festzustellen, was wiederum auf die politische und wirtschaftliche Entwicklung Japans zurückzuführen sei, so Ota. Dass aber auch China entsprechende Verletzungen durch

die gegebenen rechtlichen Sanktionsmöglichkeiten auch tatsächlich ahnden kann, machte die chinesische Patentanwältin Zhou mit ihrem Vortrag deutlich.

Interessante Erkenntnisse konnten für die Teilnehmer vor allem bei der sich den Referaten anschließenden Podiumsdiskussion erschließen, wobei hier auch mit einigen Klischees aufgeräumt werden konnte. So verwies die Patentanwältin Zhou auf Deutschland als den wichtigsten Exportpartner innerhalb Europas für China. Dabei bestätigte sie ein hohes Ansehen sowohl der Deutschen als auch ihrer Produkte in China. Ehrlichkeit, Fleiß, Verlässlichkeit und hohe Qualität ihrer Produkte seien hier nur beispielhaft genannt.

Dass China sich ebenfalls um hochentwickelte Technologien bemüht und seine Wissenschaft in dieser Richtung antreibt, erklärt auch das gegenseitige Interesse Chinas an sowohl guten diplomatischen als auch an wirtschaftlichen Beziehungen mit Deutschland. Gleichzeitig hob Frau Zhou hervor, dass China nicht der notorische „Kopierer“ ist, wie es den Anschein in Deutschland oder weltweit machen mag. So würde im Ausland meist verkannt, dass ein Großteil der Aufträge für Fälschungen und Kopien nicht in China selbst entstehen, sondern oft aus dem Ausland an chinesische Unternehmen herangetragen werden und dort entsprechende Aufträge platziert werden. Dabei spielen vor allem die günstigen Preise und Arbeitskosten eine wichtige Rolle bei dieser Entscheidung für China. Deshalb wäre es aber auch unverzichtbar, vor Beginn der eingehenden Aktivitäten auf dem chinesischen Markt, die eigenen Marken und Patente anzumelden, bevor diese dort auf dem chinesischen Markt bekannt werden und einen Anlass für Wettbewerber geben, entsprechende Kopieraufträge zu vergeben.

Wichtig wäre aber nicht nur die Anmeldung von z. B. Marken im lateinischen Sprachbild, sondern die Anmeldung auch in chinesischer Sprache und Schriftbild vorzunehmen. Gerade aufgrund der Vielfalt der chinesischen Sprache, wäre hier eine Übersetzung, die auch mit einer entsprechenden Sinnhaftigkeit nach der chinesischen Sprache verbunden ist überaus sinnvoll und letztendlich von Vorteil. Von Vorteil kann es auch sein, Marken auch mit sehr ähnlichem Wortlaut oder Aussehen, sowie Abkürzungen sowie der angemeldeten Marke sehr ähnliche Marken zu schützen, um so Lücken im Patent- und Markenportfolio zu vermeiden.

Bezug nehmend auf die spezielle chinesische Kultur empfiehlt die Patentanwältin Zhou eine chinesische Übersetzung der anzumeldenden Marke mit bedacht zu wählen und diese möglichst kurz und bedeutungsvoll zu gestalten. So machte sie den besonders bildlichen Vergleich deutlich, wonach die Marke wie ein Gesicht sein soll und damit einen eigenen Wiedererkennungseffekt mit sich bringen soll.

Auch aufgrund der Größe Chinas, sollte bei der Wahl eines Patent- und Markenanwalt darauf geachtet werden, dass dieser die lokalen Gegebenheiten kennt und möglichst aus einer Region gewählt werden sollte, in der man mit seinen geschützten oder zu schützenden geistigen Eigentumsrechten aktiv werden möchte. Dass dies in China auch tatsächlich umgesetzt wird und gegen Marken- und Produktfälscher vorgegangen wird, machte Frau Zhou damit deutlich, dass sie auf 2600 Fälle allein im Jahre 2007 verwies, in denen „Produktpiraten“ aufgrund der Verletzung von geistigem Eigentumsrechten in China verurteilt wurden.

Strafverfolgung aufgrund Produktpiraterie ist in China tatsächlich möglich. Dies belegten eine Reihe möglicher Sanktionen, die von vertraglichen Strafen und Pauschalbeträgen bis zur Berechnung fiktiver Lizenzgebühren und letztendlich strafrechtlicher Verfolgung und Verurteilungen reichen.

Auf die großen Ähnlichkeiten in der Geschichte Deutschland und Koreas verwies der aus Seoul stammende Patent- und Markenanwalt Sang Lee; gerade die Ähnlichkeiten in dem ehemals geteilten Deutschland und in der bestehenden Teilung Koreas und den dortigen ersten zaghaften Versuchen des sich wechselseitigen Öffnens mit dem Norden wären stark im Bewusstsein der koreanischen Bevölkerung verwurzelt.

Auch aus koreanischer Sicht gilt der Deutsche als sehr fleißig, sparsam und zuverlässig und ist dadurch ein beliebter Geschäftspartner. Nicht zuletzt stellt Deutschland auch für Korea den wichtigsten Markt in Europa dar. Umgekehrt ist Korea derzeit die Nr. 3 in Asien. Der Patentanwalt Sang Lee verwies vor allem auch darauf, dass Korea schon lange nicht mehr ein Exporteur von Billigartikeln ist. Vielmehr exportiert Korea seit vielen Jahren Hochtechnologie ins Ausland wie Beispiele aus der Elektronik- und Informationstechnologie dokumentieren. So empfahl Herr Sang Lee den Zuhörern, die Chancen, die sich aus dem koreanischen Interesse an Deutschland ergeben verstärkt zu nutzen. Auf Grund der großen Beliebtheit des TV-Shopping in Korea ergeben sich Möglichkeiten für deutsche Produkte, ihre Marken einem breiten Publikum bekannt zu machen und so gleichzeitig große Absatzvolumina erreichen zu können.

Aber auch hier dokumentieren vielfältige Fälle auch bekannter Weltmarken, dass eine große Bekanntheit auch die Gefahr des Fälschens und des Missbrauchs in Korea mit sich bringt. Deutsche Unternehmen sollten auch darauf vorbereitet sein, die Bekanntheit ihrer Marken außerhalb des koreanischen Marktes nachweisen zu können, um so eine zusätzliche Verstärkung ihrer geltend gemachten Markenrechte durchzusetzen, die sich zum Beispiel aufgrund notorischer Bekanntheit im Ausland belegen lassen.

Zuletzt verwies der Marken- und Patentrechtler Sang Lee auch darauf, dass sich viele deutsche Unternehmen oft nicht klar darüber sind, welchen Wert ihre geistigen Eigentumsrechte im Ausland haben. Auch hier spielt wiederum die große Beliebtheit der deutschen Marken in Korea eine Rolle, die deutsche Unternehmen bei ihren Aktivitäten auf dem koreanischen Markt mit berücksichtigen sollten.

Zum Ende betonte Patentanwältin Zhou noch, dass der Deutsche sich aus Sicht der Chinesen in seiner Vorgehensweise sehr direkt, teilweise hart und nicht immer flexibel darstellt. Im Gegensatz dazu wären Chinesen weniger direkt, um sich dadurch auch einen gewissen Spielraum zu erhalten. Für den Chinesen gäbe es mehrere Wege zum Ziel; dieses könne kann aber auch über Umwege erreicht werden. Zum Ende ihrer Ausführungen gab die chinesische Patentanwältin den Anwesenden im Auditorium zu bedenken: „Sie müssen sich den Chinesen zum Freund machen und in ihm nicht nur eine reine Geschäftsbeziehung sehen.“

In diesem Sinne beendete ein gemeinsames Abendessen die erfolgreiche Asienkonferenz, bei dem Kontakte geknüpft und Grundlagen für mögliche Freundschaften geschaffen wurden.

**Abbildungsverzeichnis**

Entwicklung der Exporte in der sächsischen Metall- und Elektroindustrie	11
Entwicklung der Ausfuhren Sachsens nach Korea, Japan und China	11
Ausfuhren Sachsens nach China in 2006 nach Warengruppen	12
Ausfuhren Sachsens nach Regionen	13
Anteil der Regionen an den Ausfuhren Sachsens 2006	13
Entwicklung der Importe des Freistaates Sachsen	14
Anteil der Regionen an den Importen Sachsens in 2006	14
Importe Sachsens aus China nach Warengruppen in 2006	15
Importe Sachsens aus Japan nach Warengruppen in 2006	15

## **Impressum**

imreg Institut für Mittelstands-  
und Regionalentwicklung GmbH  
Bautzner Straße 17  
01099 Dresden  
E-Mail: [info@imreg.de](mailto:info@imreg.de)  
Internet: [www.imreg.de](http://www.imreg.de)  
Telefon: (0351) 21 36 71 00  
Telefax: (0351) 21 36 71 10