



**China Analysis No. 55**  
**September 2006**  
**[www.chinapolitik.de](http://www.chinapolitik.de)**

---

**Produkt- und Markenpiraterie in  
der VR China:  
Politische Akteure, Widerstände, Ausblick**

---

**Andreas Blume**

**Leiter des China-Kompetenzzentrums der IHK Pfalz (Ludwigshafen)**

*China Analysis* wird herausgegeben von:

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

**E-mail: [heilmann@uni-trier.de](mailto:heilmann@uni-trier.de)**

**Andreas Blume**

**Produkt- und Markenpiraterie in der VR China: Politische Akteure,  
Widerstände, Ausblick**

---

*Dies ist lediglich eine Übersicht über die Kerninhalte der Gesamtstudie.*

*Die Gesamtstudie (107 Seiten) wird nicht ins Netz eingestellt,  
kann jedoch per Mail angefordert werden über*

**[china\\_analysis@chinapolitik.de](mailto:china_analysis@chinapolitik.de)**

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>I.</b>	<b>Zusammenfassung</b>	<b>4</b>
<b>II.</b>	<b>Verzeichnis der verwendeten Abkürzungen</b>	<b>6</b>
<b>III.</b>	<b>Verzeichnis der Abbildungen</b>	<b>7</b>
<b>1.</b>	<b>Akteure, deren Interessen und Aktionen im Kampf um den Schutz geistiger Eigentumsrechte</b>	<b>8</b>
1.1	Ausländische Bemühungen zum Schutz geistiger Eigentumsrechte in China	8
1.1.1	Quality Brand Protection Committee (QBPC)	9
1.1.2	Vereinigte Staaten (USA)	11
1.1.3	Japan	15
1.1.4	Europäische Union (EU)	17
1.1.5	Bundesrepublik Deutschland	20
1.2	Chinesische Akteure	23
1.2.1	Die chinesische Zentralregierung	23
1.2.1.1	Der politische Spagat der chinesischen Zentrale	23
1.2.1.2	Zentrale Maßnahmen und Kampagnen zum Schutz geistiger Eigentumsrechte	30
1.2.1.3	Die Bekämpfung von Schmuggel und Counterfeiting im Vergleich	33
1.2.2	Lokale Akteure	35
<b>2.</b>	<b>Politisch-ökonomische Widerstände gegen den Schutz geistigen Eigentums</b>	<b>40</b>
2.1	Counterfeiting als bedeutender Wirtschaftsfaktor: Produktion, Großhandel, Export	40
2.2	Kulturelle Hintergründe und Verbraucherverhalten	48
2.3	Bandenkriminalität und Abwehrmechanismen gegen Strafverfolgung	51
2.3.1	Organisierte Netzwerke und Counterfeiting	51
2.3.2	Counterfeiting und kriminelle Netzwerke in China	55
2.3.3	Abwehrmechanismen der chinesischen Fälschernetzwerke	57
2.4	Dezentralisierung und zentralstaatliche Durchgriffsschwächen	62
2.5	Bürokratische Rivalitäten und politisch-ideologische Hürden	68
2.6	Mangelnde Rechtsstaatlichkeit und Schwächen im chinesischen Gerichtswesen	71
2.6.1	Mangelnde Rechtsstaatlichkeit	71
2.6.2	Schwächen im chinesischen Gerichtswesen	72
2.6.3	Weitere Probleme bei der Rechtsdurchsetzung	77
2.7	Sozio-ökonomisches Gefälle in einem kontinentgroßem Land	78
<b>3.</b>	<b>Ausblick</b>	<b>80</b>
<b>4.</b>	<b>Anhang</b>	<b>84</b>
<b>5.</b>	<b>Erweitertes Literaturverzeichnis</b>	<b>96</b>

## 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 Immaterialgüterrechte: 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. Eine explizite *Ursachenforschung im Rahmen bestimmter politisch-ökonomischer Systeme* hat bisher nicht stattgefunden. So blieben akteursbezogene Aspekte menschlicher Handlungen im Innovations- und Kreativitätswettbewerb weitgehend unbeachtet.

Die Studie zeigt, dass selbst weitgehend internationalen Standards entsprechende Gesetze des gewerblichen Rechtsschutzes noch lange keinen hinreichenden Schutz geistiger Eigentumsrechte gewährleisten. Jene Gesetze sind ohne entsprechende effektive Durchsetzungsmöglichkeiten und eine ausreichende öffentliche Überzeugung vom Wert des Schutzes von Immaterialgütern wenig wert. Deshalb kommt die Studie zum Schluss, dass „Regime“ des gewerblichen Rechtsschutzes nur *im Rahmen bestimmter politisch-ökonomischer Systeme* effektiv sein können.

Im Fall der VR China weist das politisch-ökonomische System vielfältige Charakteristika auf, die katalysatorisch für Counterfeiting-Aktivitäten wirken. Deshalb muss der maßgebliche Punkt für die Entwicklung eines effektiven Schutzregimes in China an einer grundlegenden Änderung der Anreizstruktur sowohl auf Seiten der Rechtsverletzer, der durchsetzenden Behörden als auch der Rechtsinhaber ansetzen.

Diese Studie analysiert in einem ersten Schritt die relevanten Akteure und deren Aktionen und Strategien im Kampf um den Schutz geistiger Eigentumsrechte in China. Sie geht sowohl auf ausländische wie chinesische, zentrale wie lokalstaatliche Akteure ein.

In einem weiteren Schritt wird detailliert auf die Ursachen des in der Geschichte der Weltwirtschaft einmaligen Phänomens der Produkt- und Markenpiraterie in und aus der VR China eingegangen. Eine einmalige Konstellation von sich gegenseitig verstärkenden Faktoren trägt dazu bei, dass Counterfeiting in China zum festen Bestandteil der Volkswirtschaft geworden ist.

Schließlich wagt die Studie einen Ausblick in die Zukunft: Ist aufgrund des anhaltenden außenpolitischen Drucks und der verstärkten Bemühungen von Chinas Zentralregierung eine nachhaltige Besserung der Situation für Inhaber gewerblicher Schutzrechte in Sicht? Weshalb haben die bisherigen Maßnahmen – darunter hochrangige diplomatische Bemühungen - kaum etwas bewirken können?

Die Studie zeigt, an welchen Stellschrauben tatsächlich gedreht werden muss, damit sich die Situation nicht noch weiter verschlechtert. Sie ist Lektüre für Politikberater und Unternehmer zugleich.

---

***Dies ist lediglich eine Übersicht über die Kerninhalte der Gesamtstudie.***

***Die Gesamtstudie (107 Seiten) wird nicht ins Netz eingestellt,  
kann jedoch per Mail angefordert werden über***

**[china\\_analysis@chinapolitik.de](mailto:china_analysis@chinapolitik.de)**

---