

CHINA 華牌 BRAND®

SCHUTZ GEISTIGEN EIGENTUMS IN DER INTERNETWIRTSCHAFT CHINAS

© 2018 CHINABRAND CONSULTING

München, Januar 2018

CHINABRAND CONSULTING LTD.

Grashofstrasse 3 ▪ 80995 München ▪ +49 89 32 12 12 80

info@chinabrand.de ▪ www.chinabrand.de

© 2018 CHINABRAND CONSULTING LTD. All rights reserved.

Grashofstrasse 3

80995 München

+49 89 32121280

www.chinabrand.de

Inhaltsverzeichnis

Executive Summary: Vom Counterfeiting zum Cybercrime	4
Brennpunkt China	5
Angriffspunkte und rechtlicher Schutz.....	6
Grenzüberschreitende Bekämpfung.....	12
Fazit.....	13
Weitere Informationen.....	14

Executive Summary: Vom Counterfeiting zum Cybercrime

Mit der Digitalisierung der Wirtschaft, die in China und Asien besonders schnell voranschreitet, digitalisieren sich auch der Diebstahl geistigen Eigentums und die Verletzung gewerblicher Schutzrechte. So ermöglichen e-Commerce und m-Commerce völlig neue Dimensionen der Marken- und Produktpiraterie:

- Gefälschte Produkte können über das World Wide Web und internationale Kurierdienste inzwischen problemlos auf der ganzen Welt verkauft und schnell geliefert werden.
- Das Internet ermöglicht im großen Stil den illegalen Download geschützter Digitalprodukte wie Bilder, Grafiken, Musik oder Filme.
- Kopierte Unternehmensidentitäten befähigen Counterfeiter unter dem Dach einer bekannten Dienstleistungsmarke illegal Services zu verkaufen.

Die Internetkriminalität nimmt nicht nur im Umfang zu, sie wird auch immer komplexer, raffinierter und internationaler. Counterfeiting entwickelt sich zum globalen Cybercrime. Die Erscheinungsformen decken das gesamte Spektrum des geistigen Eigentums ab: das Angebot von Fälschungen auf weltweit aktiven elektronischen Marktplätzen wie Alibaba oder Taobao, die illegale Verwendung registrierter Marken und Designs in Webshops oder die Verletzung von Copyrights auf Webseiten gehören ebenso dazu wie die rechtswidrige Nutzung von Domain-Namen, das Kopieren ganzer Unternehmensauftritte oder die Fälschung von Zertifikaten.

Neben der illegalen Verwendung bereits registrierter Marken melden chinesische Counterfeiter zunehmend auch bösgläubig Marken in Deutschland an. Sie wählen dafür Marken, die sich nur geringfügig von bekannten westlichen Marken unterscheiden und können diese dann nicht nur verwenden, um ihre Kopien legal nach Deutschland zu exportieren, sondern auch um sie online zu vertreiben. Dabei dient in China die Eintragung der Marke beim Deutschen Marken- und Patentamt als Untermauerung der Legalität ihrer bösgläubigen Anmeldung. Das zeigt eine wachsende Proaktivität und Aggressivität chinesischer Fälscher, die vor allem in der Internetwirtschaft gefährlich wird.

Nicht nur die Konsumgütermärkte, auch die Industriegüter sind betroffen. Hackerangriffe auf Unternehmensnetzwerke sind an der Tagesordnung, und die Automatisierung der Fertigung (Industrie 4.0), der 3D-Druck und die Internationalisierung von Forschung und Entwicklung führen dazu, dass Know-how und Trade Secrets noch stärker über Datennetze übermittelt und dort gestohlen werden. Die üblichen Folgen sind kurzfristige Umsatzverluste durch Plagiate, der mittelfristige Verlust von Marktanteilen und Wettbewerbsvorteilen sowie langfristige Imageschäden.

Brennpunkt China

Chinesische Anbieter sind auch in der digitalen Wirtschaft für deutsche Unternehmen die mit Abstand größte Gefahr, wenn es um die Verletzung von Rechten am geistigen Eigentum und den Diebstahl von Know-how geht. Unsere regelmäßigen und umfangreichen Internet-Monitorings für deutsche und europäische Unternehmen zeigen, dass die mit Abstand meisten Verletzungsfälle chinesischen Unternehmen zuzuschreiben sind. Ein gemeinsamer Bericht der Europol und des EUIPO bestätigt das: im Jahr 2017 sind weltweit 86% aller gefälschten Produkte aus Festland China und seinem „Transport-Hub“ Hongkong gekommen.

Die gute Nachricht: Chinas Zentralregierung hat auf die wachsende Herausforderung reagiert und neue Regelungen und Gesetze zum Schutz des geistigen Eigentums in der digitalen Wirtschaft auf den Weg gebracht. Auf dieser Basis können wir Cyberkriminalität im Reich der Mitte inzwischen erfolgreich mit juristischen Mitteln bekämpfen und auch die chinesische Regierung selber geht zunehmend härter gegen Counterfeiter im eigenen Land vor.

Bereits Anfang 2015 hat Chinas staatliche Verwaltung für Industrie und Handel (SAIC) schwere Vorwürfe gegen das Internet-Unternehmen Alibaba erhoben. Die Behörde warf dem Management vor, auf ihrer Handelsplattform Taobao nicht energisch genug gegen gefälschte Produkte vorzugehen. Taobao ist Chinas umsatzstärkste Handelsplattform mit Millionen von Shops chinesischer Händler. Nach Untersuchungen von SAIC sollen 40 Prozent der dort angebotenen Waren gefälscht sein.

Angriffspunkte und rechtlicher Schutz

Die Digitalisierung bietet Counterfeitemern zusätzliche Möglichkeiten, Profit aus dem geistigen Eigentum Dritter zu erlangen. Beliebte Angriffspunkte für Fälscher und Nachahmer sind die Inhalte auf E-Commerce-Plattformen, Domain-Namen, Markenidentitäten, Trade Dress, Know How und Trade Secrets.

Fälscher können mit Hilfe des Internets in einem sehr kurzen Zeitraum einen enormen Schaden anrichten. Deshalb müssen deutsche Unternehmen die chinesische Konkurrenz und den chinesischen Markt im Auge behalten, um gegen Counterfeiter sofort vorgehen zu können und so langfristige Schäden zu vermeiden.

Online Content im E-Commerce

Auch in China sind Inhalte auf E-Commerce-Plattformen im Rahmen des gewerblichen Rechtsschutzes geschützt. Der Staatsrat der Volksrepublik China hat im März 2015 Arbeitsschwerpunkte zur Bekämpfung der Verletzung von Rechten am geistigen Eigentum sowie der Produktion und des Verkaufs gefälschter Produkte veröffentlicht. Dazu gehören auch die administrative Bekämpfung von Produktfälschungen im Internet, die Überwachung der Handelsplattformen, die Kontrolle des grenzüberschreitenden E-Commerce sowie die Überprüfung der Qualifikation von E-Commerce-Anbietern.



Bild: IP-Recht verletzende Produkte auf der b2b Plattform Qinjiayuan und Take-Down-Mechanismus

Auch der Schutz von Patentrechten im Internet liegt im Fokus der chinesischen Legislative. Im Änderungsentwurf zum chinesischen Patentgesetz aus dem Jahr 2017 wurden den E-Plattform-Betreibern strenge Pflichten bei der Bekämpfung von Patentverletzungen auferlegt. Die administrative Macht der Patentbehörde bei Patentverletzungen auf E-Commerce-Plattformen wurde ausgebaut und verstärkt. Das neue Patentgesetz wird vermutlich Ende 2018 oder Anfang 2019 in Kraft treten.

Den Providern von Dienstleistungen im Internet wurden in China umfangreiche Überwachungspflichten auferlegt. Sie müssen den Diebstahl geistigen Eigentums nicht nur unterbinden, wenn sie davon *wissen*, sondern auch dann, wenn sie davon *wissen sollten*. Wenn Provider vom Rechtsinhaber über die Verletzung von IP-Rechten auf ihrer Website informiert wurden, wissen sie von der Verletzung von Schutzrechten. Sie sollten davon wissen, wenn eine wiederholte Rechtsverletzung durch das gleiche Produkt oder den gleichen Anbieter vorliegt. In beiden Fällen müssen sie den Link zu den gefälschten Produkten unverzüglich sperren oder ganz löschen.

Ausländische Unternehmen haben durch die neuen Regelungen die Möglichkeit, die Marken- und Produktpiraterie im Internet in Zusammenarbeit mit chinesischen Behörden und Gerichten schnell und unbürokratisch zu unterbinden. Sie sollten das Internet regelmäßig und systematisch auf Marken- und Produktfälschungen hin überwachen und bei Funden sogenannte *Notice-and-Take-Down-Verfahren* einleiten.

Um eine Rechtsverletzung an der Quelle zu unterbinden, muss der Hersteller der Fälschung ermittelt werden. Bei größerem Umfang des Geschäfts mit den Fälschungen durch den Counterfeiter ist ein Zivilprozess mit Schadenersatzforderung angemessen, ab einem Verkaufsvolumen der Fälschungen von 50.000 RMB (ca. 6.500 Euro) können die Hersteller oder Verkäufer strafrechtlich belangt werden.

Neues Gesetz schützt e-Commerce stärker

China hat auch sein Gesetz gegen Unlauteren Wettbewerb revidiert. Viele Änderungen zielen dabei auf den Schutz des Wettbewerbs im florierenden e-Commerce ab. So verbietet Paragraph 8 das Täuschen oder Irreführen von Konsumenten durch Angabe von fingierten Verkaufszahlen, Kundenbewertungen oder Informationen über Preise und Auszeichnungen. Auch häufig genutzte Tricks wie das Click Farming werden jetzt illegal, was mehr Ordnung in die bis dato chaotische Welt des Online-Einkaufens in China bringen soll. Bei Verstößen wie der Fälschung von Kundenfeedback oder Verkaufszahlen drohen hohe Strafen – bis zu zwei Millionen RMB Geldstrafe oder dem Entzug der Geschäftslizenz.

Auch das Trittbrettfahren in Bezug auf bekannte Unternehmen, Produkte oder Marken ist jetzt klar definiert. So ist das Erwecken des Eindrucks, dass Produkte von einem anderen Anbieter stammen oder in irgendeiner Verbindung zu einer berühmten Marke stehen, durch Paragraph 6 untersagt. Das Gesetz verbietet vor allem die folgenden Techniken der Irreführung und Täuschung:

- Die irreführende Nutzung von Namen, Verpackungen, visueller Gestaltung sowie gleichen oder ähnlichen Logos.

- Die täuschende Nutzung von Namen einflussreicher Unternehmen inklusive Abkürzungen, hindeutenden Wörtern, Namen von sozialen Organisationen oder anderen Namen wie Kunstnamen, Pseudonymen oder Übersetzungen von Namen.
- Die unerlaubte Nutzung von wesentlichen Teilen der Domainnamen oder Websites.
- Andere Techniken, die irreführend genug sind, um den Konsumenten zu täuschen und den Eindruck zu vermitteln, dass das Angebot von einem anderen Anbieter stammt oder in einer Verbindung zu einem anderen Anbieter steht.

Einschränkend gilt dabei, dass die imitierten Logos, Namen, Verpackungen oder Domainnamen bereits einen gewissen Einfluss in der relevanten Industrie besitzen müssen. Offen bleibt, wie dieser „gewisse Einfluss“ in der relevanten Industrie bewiesen werden kann.

Das neue Gesetz kommt ausländischen Markeninhabern bei der Durchsetzung ihrer Rechte am geistigen Eigentum in China deutlich entgegen. Es erweitert ihren Handlungsspielraum, gegen unlautere Wettbewerber gerichtlich vorzugehen.

Domain-Namen

Das Oberste Volksgericht hat bereits im Jahr 2001 seine Stellung zum Missbrauch von Marken Dritter in Domain-Namen in seiner Rechtsprechung klar gemacht. Nach dieser Rechtsprechung können Marken vor einer unberechtigten Nutzung als Domain-Namen durch das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb geschützt werden. Um die Rechtsprechung an die Praxis anzupassen hat das China Internet Network Information Center (CNNIC) im Jahr 2014 Regeln zur Lösung von Konflikten bei Domain-Namen entwickelt. Sperrungen und Transfers lassen sich auch über das Asian Domain Name Dispute Resolution Center (ADNDRC) in Hongkong durchführen.



Asian Domain Name Dispute Resolution Centre
- a charitable institution limited by guarantee registered in Hong Kong

(香港秘书处)

行政专家组裁决

案件编号: **HK-1500703**

投 诉 人: **WILO SE**

被投诉人: **zhe jiang zhong de weile electric co, ltd** (浙江中德威乐电气有限公司)

争议域名: **chinawilo.com**

Bild: Logo des ADNDRC und Kopf eines Beschlusses über den Domainnamen chinawilo.com

Dabei ist die Registrierung eines Domain-Namens bösgläubig, wenn der Anmelder keine Absicht hat, den Domain-Namen selbst zu benutzen, sondern lediglich dem Markeninhaber verkaufen will oder wenn der Anmelder den Domain-Namen einer bekannten Marke registriert hat um ihn selbst zu benutzen und ähnliche Produkte zu verkaufen und dadurch erwiesenermaßen die Verbraucher in Bezug auf beispielsweise die Herkunft oder Qualität der Ware täuscht. In diesen beiden Fällen ist das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb anwendbar.

In den letzten Jahren wurden viele erfolgreiche Prozesse über bösgläubige Domain-Namen Registrierungen von ausländischen Rechtsinhabern gegen chinesische Unternehmen und Privatpersonen geführt. Der Angelpunkt hierbei ist es, die bösgläubige Nutzung des markennamens als Domain rechtzeitig zu bemerken und die nötigen rechtlichen Schritte zeitig einzuleiten.

Diebstahl der Markenidentität

Ausländische Unternehmen werden im chinesischen Internet häufig Opfer von Fälschern, welche die Identität des Unternehmens nachahmen und oft sogar behaupten, der Originalhersteller oder dessen chinesische Niederlassung zu sein. Häufig kommt es vor, dass ein Händler auf einer Internet-Plattform als autorisierter Vertreter einer bekannten westlichen Marke auftritt, obwohl er dazu nicht berechtigt ist. Dabei werden die Bilder der Originalprodukte verwendet, Händler- und Prüf-Zertifikate gefälscht und Fälschungen der Marke verkauft.



Bild: Website eines Markenidentitätsfälschers, die die Website des Pumpenherstellers Wilo SE nachahmt

Im M-Commerce gehen Fälscher sogar soweit, komplette Apps 1:1 zu kopieren und als Originale auszugeben. Nicht selten schleusen diese nachgeahmten Apps Schadsoftware auf die Geräte der Anwender oder klauen sensible Daten der Nutzer.

Während der Rechteinhaber bei der illegalen Verwendung von Bildern auf das Urheberrechtsgesetz zurückgreifen kann, fällt die Täuschung des Marktes durch die Aneignung einer fremden Markenidentität unter die Kategorie des unlauteren Wettbewerbs. Eine Fälschung der Zertifikate kann eine Straftat begründen, wenn es um amtliche Zertifikate geht oder wenn ein behördlicher Stempel gefälscht wurde. Beim Diebstahl einer Markenidentität können auch irreführende Werbung, falsche Herkunftsbezeichnungen („Made in Germany“) oder der Konsumentenschutz relevant werden.

Trade Dress

Die Internetseiten bekannter Marken werden häufig kopiert. Durch die täuschende Nachahmung der Gestaltung oder anderer Elemente einer originalen Website schwimmt der Counterfeiter gleichsam auf dem guten Ruf der bekannten Marke mit (Free Ride). Falls die Komponenten der originalen Website nicht durch Urheberrecht, Markenrecht oder Patentrecht geschützt werden können, gibt es in China immer noch die Möglichkeit, sie im Rahmen des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb als Trade Dress zu schützen.

Um als Trade Dress geschützt werden zu können, muss die Website als Ganzes oder ihr wichtigstes Merkmal, z.B. die grafische Gestaltung, eine ausreichende Unterscheidungskraft besitzen, damit ein durchschnittlicher Verbraucher diese Website von anderen Websites klar unterscheiden kann. Eine Verletzung des Trade Dress liegt vor, wenn für den Verbraucher eine Verwechslungsgefahr besteht.

Ein Trade Dress kann aber nur eine bekannte Marke (Well-known Trademark) schützen, wobei die Bekanntheit im chinesischen Markt nachgewiesen werden muss. Zur Beurteilung der Bekanntheit sind mehrere Elemente relevant, dazu gehören:

- Verkaufsvolumen
- Dauer und Breite des Verkaufs
- Monetärer Wert der Markenprodukte
- Dauer, Intensität und Breite der Werbung für die Produkte

Know-How und Trade Secrets

Seit dem Inkrafttreten der allgemeinen Grundsätze des Zivilrechts der Volksrepublik China am 1. Oktober 2017 sind Trade Secrets (Geschäftsgeheimnisse) gesetzlich im Rahmen des geistigen Eigentums geschützt. Damit wurde das Recht an Geschäftsgeheimnissen legislativ anerkannt. Jedoch sind die relevanten Vorschriften für deren Schutz bereits in vielen einzelnen Gesetzen vorhanden, zum Beispiel im chinesischen Strafgesetz (§ 219), dem Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (§§ 10, 25), dem Vertragsgesetz (§ 43), dem Arbeitsgesetz (§§ 23, 24) und den verwaltungsrechtlichen Bestimmungen für das Verbot von Verletzungshandlungen bei Geschäftsgeheimnissen. Auch der Änderungsentwurf des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb

sieht eine Stärkung des Schutzes von Geschäftsgeheimnissen und strenge Bestrafung bei Verstößen vor.

Fälle des Diebstahls von Know-how und Trade Secrets lassen sich durchaus ermitteln und auch beweisen. Gerichtsverfahren werden aber dennoch nur selten gewonnen. Der Grund liegt darin, dass die betroffenen Unternehmen ihr Know-how und ihre Geschäftsgeheimnisse in China nicht ausreichend gesichert haben. Sensible Informationen gelten in China nur dann als Trade Secret und sind durch das Recht geschützt, wenn sie:

- Öffentlich nicht bekannt sind,
- einen Handelswert besitzen und
- nachweisbar vor Diebstahl gesichert sind

Beim Nachweis der dritten Voraussetzung scheitern viele ausländische Unternehmen vor chinesischen Gerichten. Es kommt deshalb darauf an, Know-how und Geschäftsgeheimnisse in China präventiv durch Schutzmaßnahmen ausreichend abzusichern, diese Maßnahmen zu dokumentieren und die Dokumentation notariell zu beglaubigen, damit sie im Konfliktfall vor Gericht Bestand hat.

Bei Industriespionage hat ein ausländisches Unternehmen die Möglichkeit, den Angreifer verwaltungsrechtlich und strafrechtlich zu verfolgen sowie zivilrechtlich Schadensersatz zu verlangen. Grundsätzlich zu empfehlen ist der strafrechtliche und zivilrechtliche Weg, weil beim Verwaltungsverfahren das Risiko besteht, dass Geschäftsgeheimnisse bei den Provinzbehörden dem lokalen Protektionismus zum Opfer fallen.

Grenzüberschreitende Bekämpfung

Cyberkriminalität ist in der Regel grenzüberschreitend. So kann der Rechtsinhaber in Deutschland sitzen, der Hersteller von Fälschungen in China, der Onlineshop auf einem Sever in Südkorea liegen und der Käufer und Nutzer des Produktes in Brasilien angesiedelt sein. Für den Schutz des geistigen Eigentums mit internationalen Komponenten lässt sich die Klärung der gerichtlichen Zuständigkeit also nicht vermeiden.



Bild: Razzien bei Händlern gefälschter Kärcher-Hochdruckreiniger in China und Peru

Der Rechtsinhaber sollte deshalb immer versuchen, einen für ihn juristisch günstigen Ort auszuwählen. Das kann der Unternehmenssitz sein, der Ort des Vermögens des Beklagten oder der Sitz eines Gerichtes, das eine gute Reputation für ähnliche Fälle hat. Auch Orte der Rechtsverletzung, also Orte der Herstellung oder der Nutzung sowie der Werbung, Ausstellung und des Verkaufs eines Schutzrechte verletzenden Produkts, sind mögliche Gerichtsstände.

Aktuelle Rechtsprechung des Obersten Volksgerichts schließt den Ort des Warenempfangs im Fall von IP-Verletzungen oder unlauteren Wettbewerb als Ort der Rechtsverletzung aus, wenn der Kläger das rechtsverletzende Produkt online erworben hat. Das verhindert, dass die Jurisdiktion über Fälle zu chinesischen Fälschungen ins chinesische Ausland verlegt werden kann.

In China ist außerdem zu beachten, dass die von ausländischen Gerichten getroffenen Entscheidungen von chinesischen Gerichten nicht akzeptiert oder durchgesetzt werden, wenn zwischen den beteiligten Staaten keine entsprechenden internationalen Verträge bestehen.

Fazit

Der Schutz des geistigen Eigentums im Zeitalter der Digitalisierung ist keine einfache Aufgabe, vor allem nicht in China. Er erfordert aufwändiges Monitoring des Internets und der Aktivitäten der Konkurrenz. Außerdem muss eine tragfähige Strategie zum Schutz der eigenen Rechte an geistigem Eigentum in China entwickelt werden.

Die Digitalisierung bringt viele Geschäftsmöglichkeiten mit sich, aber nur wer sich schützt und aktiv in den Schutz der eigenen IP Rechte investiert, kann verhindern, dass ihn die negativen Folgen der Digitalisierung treffen: große Verluste durch Fälscher und unlauteren Wettbewerb innerhalb von kürzester Zeit.

Durch die enge Zusammenarbeit von chinesisch sprachigen IP- und Branchenexperten und den Einsatz leistungsfähiger chinesischer Softwaretools kann das chinesische Internet effektiv auf gefälschte Produkte und Dienstleistungen, gestohlene Identitäten und rechteverletzende Domain-Registrierungen überwacht und die richtigen juristischen Schritte eingeleitet werden.

Weitere Informationen

Weitere Informationen über unsere Dienstleistungen zur Bekämpfung des Counterfeiting im digitalen Raum finden Sie hier:

Flyer Recherche und Analyse chinesischer Patente

<https://www.chinabrand.de/de/intellectual-property-und-know-how.html?file=files/content/de/kompetenzen/intellectual-property-know-how/Recherche-und-Analyse-chinesischer-Patente.pdf>

Flyer Recherche, Schutz und Durchsetzung von Designs

<https://www.chinabrand.de/de/intellectual-property-und-know-how.html?file=files/content/de/kompetenzen/intellectual-property-know-how/Recherche-Schutz-und-Durchsetzung-von-Designs.pdf>

Flyer Intellectual Property Competitive Intelligence

<https://www.chinabrand.de/de/innovation-und-wettbewerb.html?file=files/content/de/kompetenzen/innovation-und-wettbewerb/Intellectual-Property-Competitive-Intelligence.pdf>

Flyer Bekämpfung der chinesischen Marken- und Produktpiraterie

<https://www.chinabrand.de/de/marken-und-produktpiraterie.html?file=files/content/de/kompetenzen/marken-produktpiraterie/Bekaempfung-der-chinesischen-Marken-und-Produktpiraterie.pdf>

Flyer Ermittlungen in China

<https://www.chinabrand.de/de/marken-und-produktpiraterie.html?file=files/content/de/kompetenzen/marken-produktpiraterie/Ermittlungen-in-China.pdf>

Flyer Management Workshop: Schutz von Know-how und Geschäftsgeheimnissen

<https://www.chinabrand.de/de/intellectual-property-und-know-how.html?file=files/content/de/kompetenzen/intellectual-property-know-how/Management-Workshop-Schutz-von-Know-how-und%20Geschaeftsgeheimnissen.pdf>

Video Recherche und Analyse chinesischer Patente

<https://www.youtube.com/watch?v=7QOWvJsBEqQ&t=166s>

Video Marken- und Produktpiraterie in China – Trends und Strategien der Fälscher

<https://www.youtube.com/watch?v=wBwECsY60vg&t=3s>

Video Marken- und Produktpiraterie in China bekämpfen

<https://www.youtube.com/watch?v=f3EcR7bQq8Q&t=1s>

Blogbeitrag Chinas Cybersicherheitsgesetz – Mehr Klarheit

<https://blog.chinabrand.de/2018/01/25/chinas-cybersicherheitsgesetz-mehr-klarheit/>

Blogbeitrag Blockchain revolutioniert auch den IP-Schutz

<https://blog.chinabrand.de/2018/01/18/blockchain-revolutioniert-auch-den-ip-schutz/>

Blogbeitrag Vierte industrielle Revolution: Asiatische Unternehmen springen nach vorne

<https://blog.chinabrand.de/2018/01/04/vierte-industrielle-revolution-asiatische-unternehmen-springen-nach-vorne/>

Blogbeitrag Internationale Patentanmeldungen: Das Wachstum kommt aus China

<https://blog.chinabrand.de/2017/12/13/internationale-patentanmeldungen-das-wachstum-kommt-aus-china/>

Blogbeitrag Chinas Überholspur für Patente

<https://blog.chinabrand.de/2017/09/14/chinas-ueberholspur-fuer-patente/>

Kontakt und Feedback

Blog | LinkedIn | INDUUX | XING

CHINABRAND CONSULTING LTD.

Grashofstrasse 3, 80995 München

info@chinabrand.de

www.chinabrand.de

+49 – 89 – 321 212 80