

CHINA 華牌 BRAND®

IP-STRATEGIEN CHINESISCHER UNTERNEHMEN

© 2018 CHINABRAND CONSULTING

Munich, January 2018

CHINABRAND CONSULTING LTD.

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

info@chinabrand.de ▪ www.chinabrand.de

© 2018 CHINABRAND CONSULTING LTD. All rights reserved.

Grashofstrasse 3

80995 Munich

+49 89 32121280

www.chinabrand.de

Inhaltsverzeichnis

Executive Summary.....	4
IP-Strategien Chinesischer Unternehmen	5
Wie sollten westliche Unternehmen reagieren?	8
Fazit: Aufmerksamkeit zahlt sich aus!.....	11
Weitere Informationen und Kontakt	12

Executive Summary

Während China seine politische und wirtschaftliche Position global weiter ausbaut, werden chinesische Unternehmen immer innovativer und holen im technologischen Entwicklungsprozess immer weiter auf. IP spielt bei Chinas Innovations- und Globalisierungsoffensive eine dominante Rolle.

Die unfairen Praktiken der Chinesischen Konkurrenz, die dabei zum Einsatz kommen, sind mittlerweile kein Geheimnis mehr. Dabei missachten sie IP-Rechte, melden massenhaft eigene Patente an und bauen eine große Mauer aus Schutzrechten auf – eine effektive Methode, um den Wettbewerb zu blockieren.

Beim Schutz der eigenen Technologien durch Patente ist ein gewisses strategisches Muster der chinesischen Konkurrenz erkennbar. Um ihren nachhaltigen Erfolg zu sichern, müssen westliche Unternehmen die IP-Offensive Chinas sehr ernst nehmen. Hierbei gilt es, sich so viele Informationen über die Konkurrenz einzuholen wie nur möglich.

IP-Strategien Chinesischer Unternehmen

Der internationale Wettbewerb mit chinesischen Unternehmen gleicht oft einem Fußballspiel, bei dem nur eine Mannschaft gedopt ist. Viele chinesische Unternehmen werden bei ihren Auslandsaktivitäten von der chinesischen Regierung politisch unterstützt und subventioniert, was zu massiven Verzerrungen des globalen Wettbewerbs führt. Dabei werden Firmen, die über einen klaren Wettbewerbsvorteil verfügen, im Rahmen besonderer Entwicklungspläne bevorzugt gefördert. Die Strategie ist nicht, Schwächen auszumerzen, sondern Stärken auszubauen. Chinesische Unternehmen investieren in spezielle Produkte, kombinieren niedrige Kosten mit Hochtechnologie und unterlaufen damit traditionelle Gewinnmodelle.

Sie umgehen Schutzrechte, melden selbst massiv Patente an und bauen eine „chinesische Mauer“ aus Schutzrechten auf, die den Wettbewerb blockieren soll. IP-Rechte sind das Mittel der Wahl bei dieser chinesischen Innovations- und Globalisierungsoffensive. Die Regierung fördert durch mehrere Strategien und Programme nationale und internationale Patentanmeldungen chinesischer Unternehmen mit steuerlichen Anreizen und Beihilfen. Durch die gezielte Förderung von Schlüsselindustrien, hohe Investitionen in Forschung und Entwicklung sowie die Beeinflussung von Standards sollen die Wettbewerbsfähigkeit chinesische Unternehmen gesteigert und eine Vorherrschaft auf den Märkten erreicht werden.

Das Anmelden von IP-Rechten erleichtert den Eintritt und Wachstum in westlichen Märkten und dient zur Absicherung der Globalisierung. China will nicht nur politisch, sondern auch wirtschaftlich auf den Märkten eine Vorherrschaft erreichen. Chinesische Unternehmen haben in Bezug auf Forschung und Entwicklung stark aufgeholt, das Technologiegefälle verringert sich stetig. Viele chinesische Unternehmen versuchen zunehmend, durch Auslandsinvestitionen Zugang zu ausländischen Technologien zu erhalten.

Strategie Nr. 1: Schnelle Registrierung

Chinesische Unternehmen setzen oft auf Schnelligkeit – sogar im Wettkampf um Schutzrechte. Sie sind immer auf dem aktuellsten Stand was neue Produkte und Technologien der Konkurrenz angeht. Sind die Rechte zum Schutz solcher Technologien noch nicht vorhanden, zögern sie nicht und registrieren diese kurzerhand selbst vor dem Originalhersteller in China, um so den Geschäftswert der Marke oder des Produkts für sich zu nutzen. Ist der Originalhersteller so weit, dass er in China Rechte anmelden will, kommt er dann zu spät. Besonders bekannte ausländische Marken sind im Visier chinesischer Fälscher.

Ein Beispiel für die schnelle Anmeldung durch chinesische Wettbewerber ist Daimlers Tochtermarke Smart und ihr Elektroauto Smart ForSpeed. Kurz nachdem der chinesische Hersteller Nanjing Jiayuan das Modell kopiert hatte, meldet er die Kopie beim Patentamt an.

Strategie Nr. 2: Anmeldung von Gebrauchsmustern und Designs

Bei der Mehrheit der angemeldeten Patente in China handelt es sich um Gebrauchs- und Geschmacksmuster, deren Anmeldung keine großen technischen Innovationen voraussetzen. Besonders beliebt sind diese bei chinesischen Anmeldern, da sie keiner aufwendigen Vorbereitung bedürfen, nicht umfangreich geprüft werden und wenig kosten. Außerdem dauert ihre Anmeldung wesentlich kürzer, als die 3 Jahre, die für die Anmeldung eines Erfindungspatents nötig sind. Die angemeldeten Gebrauchs- und Geschmacksmuster helfen chinesischen Unternehmen, Patentanmeldungen von ausländischen Konkurrenten zu sabotieren, da sie den Nachweis der Vorbenutzung (*prior art*) erleichtern.

Strategie Nr. 3: Vorübergehende Verletzung

Eine weitere zeitbasierte Strategie ist es, die IP-Rechte von Wettbewerbern nur vorübergehend zu verletzen. Fälscher versuchen so gut und lang wie möglich der Entdeckung zu entgehen. Sobald die illegalen Aktivitäten aufgedeckt wurden und der eigentliche Hersteller gerichtlich vorgeht, stellt der Fälscher die Verletzungshandlungen sofort ein. In Geschäftsbereichen mit sehr kurzen Technologiezyklen kann ein noch so kleiner zeitlicher Vorsprung immense finanzielle Auswirkung haben.

Strategie Nr. 4: Umfangreiche IP-Registrierung

Um ihre Innovationen vor potenziellen Gefahren zu schützen, versuchen einige chinesische Unternehmen, so viele IP-Rechte anzumelden wie nur möglich. Es ist gängige Praxis sogar bei kleinen Änderungen oder Verbesserungen der Produkte neue IP-Rechte anzumelden. Infolge dessen steigt die Zahl der sogenannten "Junk-Patente". Sie beinhalten meist keine neue Entwicklung und führen zu steigender Unsicherheit für alle Beteiligten. Die riesige Menge an Anträgen erschwert westlichen Unternehmen die Entscheidung, welche der durch Chinesen beantragten IP-Rechte angefochten und aufgehoben werden können. Ein weiterer erschwerender Faktor ist es, dass das SIPO (*State Intellectual Property Office*) keine Onlinesuche für ausländische Unternehmen anbietet, da es keine Übersetzung von chinesischen Patenten ins Englische gibt. Anhängige Ansprüche können dementsprechend nicht ohne großen zeitlichen Aufwand elektronisch gesucht werden. Jedoch ist es hochriskant, wenn westliche Firmen in China investieren, ohne alle relevanten Patente der Wettbewerber zu kennen.

Strategie Nr. 5: Registrierung von Marken auf Chinesisch

Eine weitere gängige Methode von Fälschern ist es, westliche Markennamen phonetisch umgesetzt in chinesische Schriftzeichen zu registrieren. Diese Strategie ist geeignet, einen Antrag stellen zu können, ohne die Aufmerksamkeit des eigentlichen Markeninhabers zu wecken. Solche Rechtsverletzungen sind nicht offensichtlich und daher nur schwer aufzuspüren. Das betrifft auch die Benutzung chinesischer Domain-Namen.

Strategie Nr. 6: Ausnutzung von Gesetzeslücken

Ein Beispiel aus der Chemie-Industrie illustriert das Problem: Nur die Substanzen eines Chemiefabrikanten, bei denen dem Patentantrag Versuchsdaten beigelegt werden, sind potenziell patentierbar. Demzufolge kann die Substanz eines westlichen Unternehmens nicht patentiert werden, selbst wenn die Struktur und der Produktionsablauf offengelegt wurden, wenn dem Antrag keine Versuchsdaten beiliegen. Chinesische Wettbewerber nehmen die vorhandene Technologie, führen weitere Tests an der Substanz durch und lassen sich die Substanz dann selbst patentieren. Für den ursprünglichen Hersteller bedeutet das, dass er von der Kommerzialisierung der Substanz in China ausgeschlossen ist.

Strategie Nr. 7: Analyse, Abänderung und Schutz

Viele chinesische Unternehmen analysieren westliche Originalprodukte, ändern sie leicht ab und melden dann IP-Rechte auf die abgeänderten Kopien an. Diese Methode wird auch bei Designs und Gebrauchsmustern angewendet, bei deren Anmeldung keine substantielle Untersuchung vorgenommen wird. Gerade in China ist das eine weit verbreitete und anerkannte Methode. In Bezug auf Forschung und Verbesserung von patentierter Technologie hat die chinesische Firma Haier sogar einmal den folgenden Kommentar gegeben: „Obwohl du nicht der Riese bist, bist du doch größer als der Riese, wenn du auf seinen Schultern stehst.“

Strategie Nr. 8: Outsourcen des Fälschens

Eine ausgeklügelte Strategie beim Diebstahl von IP ist das Outsourcen der eigentlichen Verletzung des IP-Rechts. Chinesische Unternehmen versuchen, ihren Kopf aus der Schlinge zu ziehen indem sie einen chinesischen Lieferanten mit der Produktion der rechtsverletzenden Komponente beauftragen.

Strategie Nr. 9: Bösgläubige Anmeldung von Marken im Ausland

Die Prüfer des deutschen Patent- und Markenamts (DPMA) gleichen Markenanträge normalerweise nicht mit bereits registrierten Marken ab. Es könnte also sein, dass Marken angenommen werden, die mit der eigenen in Konflikt stehen. Chinesische Fälscher profitieren zunehmend von diesem Schlupfloch und beantragen die Registrierung bösgläubiger Marken, die sich kaum von den westlichen Originalmarken unterscheiden.

Mit dieser Strategie können Fälscher ihre Fälschungen legal exportieren und sie auf den deutschen Markt bringen. Die Registrierung der Marke in Deutschland wird dann genutzt, um die Rechtmäßigkeit der bösgläubigen Nutzung der Marke in China zu stärken. Mit einer deutschen Markenregistrierung kann der Fälscher sich vor chinesischen Gerichten und Behörden leichter gegen den eigentlichen Markenbesitzer behaupten.

Wie sollten westliche Unternehmen reagieren?

Die chinesische IP-Offensive ist eine tickende Zeitbombe für westliche Unternehmen. Wenn chinesische Wettbewerber im Ausland IP-Rechte für Schlüsseltechnologien anmelden, so kann das zum Ausschluss oder der Verdrängung heimischer Unternehmen auf deren Markt oder auf Exportmärkten führen. Bei Unachtsamkeit kann es sogar passieren, dass westliche Firmen gegen chinesische Patente im eigenen Land verstoßen.

Westliche Unternehmen müssen angemessen auf den Anstieg der chinesischen Patentanmeldungen reagieren. Sie benötigen entscheidende Informationen: Welche chinesischen Wettbewerber haben das Potenzial, sie von ihrem eigenen Markt und Exportmärkten zu verdrängen? Welche Schwachstellen im IP-Schutz der eigenen Produkte können Wettbewerber ausnutzen? Welche IP-Strategien und IP-Taktiken hat der Wettbewerber? Welche Arten von Technologie, Innovationen und Rechten hat er bereits? Existieren bösgläubige Anmeldungen, die mit einer Nichtigkeitsklage unschädlich gemacht werden können?

Die Lösung für diese Informations-Asymmetrie ist IP Competitive Intelligence: eine systematische Identifikation, Analyse und Evaluation des geistigen Eigentums der chinesischen Wettbewerber, deren neuer Entwicklungen, eingetragener Rechte, Technologien und Strategien. In vielen Unternehmen werden derartige Wettbewerbsanalysen erst durchgeführt, wenn bereits akute Gefahr besteht. Dann ist es jedoch schon zu spät für Gegenmaßnahmen und das Unternehmen kann nur noch Maßnahmen zur Schadensbegrenzung ergreifen. Dieses Risiko kann umgangen werden, wenn das Unternehmen im Vorhinein über die Technologien und Patent-Strategien der chinesischen Konkurrenten informiert ist.

Es gibt viele Wege, Informationen über chinesische Wettbewerber zu sammeln. Der konventionelle Ansatz ist, sich auf die vom Wettbewerber selber veröffentlichten Informationen zu beschränken, also Broschüren, technische Datenblätter, Finanzberichte, Presseveröffentlichungen usw. Die fortgeschrittene Lösung ist das aktive Nachverfolgen chinesischer Patentaktivitäten, relevanter, aber nicht in Konkurrenz stehender Geschäftsbereiche in China, chinesischer Verbände usw.

Wissen ist Macht

Schon der chinesische Militärstrategie Sun Tzu wusste, dass das Wissen über den Feind und um seine Pläne entscheidend ist für den eigenen Sieg. Seine Devise war es, lange und kostenintensive Kämpfe durch den Einsatz von tiefgründigen und profunden Informationen zu vermeiden. Relevante Informationen über den Feind zu sammeln, ist demnach der Schlüssel zum Erfolg. Chinesische Unternehmen nehmen die Lehren des Sun Tzu sehr ernst.

Die Herausforderung, vor der westliche Unternehmen jetzt stehen, ist offensichtlich. Der erste Schritt, der getan werden muss, ist eine detaillierte Bestimmung und Analyse des registrierten geistigen Eigentums der chinesischen Wettbewerber und der Fälscher. Hierzu ist es nötig:

- Nach chinesischen Patenten in chinesischen Datenbanken zu recherchieren, sie zu übersetzen und ihre Inhalte zu analysieren und auszuwerten.
- Sogenannte Patentlandkarten (Patent Maps) zu erstellen.
- Aufmerksamkeit für Details aufzubringen.

- Gefährliche chinesische IP-Rechte zu prüfen.
- Die IP-Strategien des Wettbewerbers, sein Verhalten in Hinblick auf Patente und die aktuellen Entwicklungen zu erkennen.
- Systematisches Monitoring durchzuführen.

Eine Patentrecherche ist der erste Schritt um wettbewerbsrelevante Informationen zu gewinnen. Patentinformationen bieten einen wertvollen Einblick in die Aktivitäten der chinesischen Wettbewerber und legen neue Akteure offen. Patentrecherche hilft beim Monitoring der Stärken und Schwächen des eigenen Unternehmens und gibt einem die Möglichkeit, Einblick in die Technologien des chinesischen Wettbewerbers zu erlangen. Die Prüfung der chinesischen Patentlandschaft ermöglicht es westlichen Unternehmen, sich an der F&E-Strategie ihrer chinesischen Gegenspieler zu orientieren, außerdem können sie aus den Patentinformationen strategische Probleme ableiten.

Wichtige Informationen sind dabei das Anmeldedatum des Patents, sein Schutzzahmen, das Ausmaß der Patentansprüche, Lücken und offensichtliche Schwächen im Patentportfolio sowie daraus resultierende rechtliche Risiken. Neben den Schwächen und Stärken der chinesischen Wettbewerber, müssen westliche Unternehmen auch deren Konkurrenten ermitteln. In manchen Fällen können so wichtige Allianzen geschlossen werden.

Durch detaillierte Analysen können potenzielle Lizenznehmer identifiziert und damit mögliches Einkommen durch Lizenzen für das Unternehmen generiert werden. Außerdem können so Verstöße chinesischer Unternehmen gegen eigene IP-Rechte bemerkt werden. Mit diesen Unternehmen kann man in der weiteren Folge über Lizenzverträge verhandeln. Schlussendlich kann eine Analyse der Patentinformationen auch Aufschluss darüber geben, wer die treibende, innovative Kraft eines anderen Unternehmens ist: eine ausschlaggebende Information im Kampf um neue Talente.

Bei der Analyse von chinesischen Patenten und Marken gewährt ein qualitatives Verfahren tiefe Einblicke in das betreffende Dokument und ist deshalb zu bevorzugen. Ein quantitatives Verfahren erfordert das Übersetzen und Lesen des ganzen Dokuments und die Gliederung der technischen Schlüsselinformationen in verschiedene Cluster je nach Taxonomie. Das ist eine sehr zeitintensive Vorgehensweise. Aufgrund der charakteristischen Merkmale der chinesischen Sprache ist es meist sehr aufwendig, technische Begriffe in geeignete englische Begriffe zu übersetzen. Die Kooperation mit IP- und Patentberatern minimiert das Risiko solcher Fehler oder Unklarheiten. Die Gliederung und Kategorisierung der Informationen ist unerlässlich. Westliche Unternehmen sollten deshalb zwei parallele Strukturen aufbauen – eine allgemeine Struktur, die nach technischen Anforderungen strukturiert ist und eine spezielle Struktur für die Produkte des Unternehmens. Diese zwei Perspektiven erlauben es den Managern, Risiken besser identifizieren zu können und die richtigen Entscheidungen zu treffen.

Um chinesische Patentedokumente effizient durchsuchen zu können, ist es empfehlenswert, eine Liste wichtiger chinesischer Schlüsselwörter zu erstellen.

Die Tragweite von "Patent-Mapping"

Nach erfolgreicher Dokumentensuche müssen Analysten die relevanten Schlüsselwörter des chinesischen Patentedokuments sammeln und der Liste der ursprünglichen Schlüsselbegriffe hinzufügen. Auf die Art und Weise können Unternehmen eine Liste der Schlüsselbegriffe bilden,

Anfrageformulierungen erstellen, das Suchgebiet kontinuierlich präzisieren und dadurch die Suchstrategie verbessern.

Danach erfolgt das "Patent-Mapping" (erstellen von Patentlandkarten). Eine Patent-Map gibt ein klares Bild des kompetitiven Umfelds und der Hauptkonkurrenten. Es hilft außerdem, eigene Patentlücken zu erkennen. Die Patent-Map visualisiert die komplizierte Patentlage durch den Gebrauch von verschiedenen Grafiken.

Idealerweise sollte das Erstellen von Patentlandkarten von Anfang an und regelmäßig durchgeführt werden, da das Patentumfeld dynamisch ist und sich stetig verändert - vor allem in China. Es ist außerdem leichter, eine Patent-Map regelmäßig auf den aktuellsten Stand zu bringen, als nach langer Zeit eine neue zu erstellen. Aus dem Kontext erschließt sich in welchem Maß das chinesische Patentumfeld untersucht werden muss. Meistens sind nur bestimmte Produktmerkmale relevant.

Typische Kategorien in Patentlandkarten sind der technische Fokus, technische Diversifikationen, Patent-Klassifizierungscodes, Erfindermonitoring, Entwicklungstrends, geographische Verteilung und zukünftige Märkte. Da chinesische Unternehmen häufig mit Universitäten und Forschungsinstituten kooperieren, sollte eine Patent-Map für China Daten zu den Wettbewerbern, Unternehmensverbänden und Universitäten sowie ihren angeschlossenen Organisationen beinhalten.

Fazit: Aufmerksamkeit zahlt sich aus!

Deutsche Unternehmen müssen jederzeit die eigenen IP-Rechte und die der Konkurrenz im Blick haben. Ein optimaler Schutz vor der IP-Offensive der chinesischen Unternehmen ist nur möglich durch einen umfassenden Schutz eigener IP-Rechte, frühzeitige Erkennung und Behebung von Schwachstellen im Schutz dieser, und ein gleichzeitiges kontinuierliches, sorgfältiges Monitoring der Konkurrenz, der Anmeldung von IP-Rechten in den relevanten Bereichen und des Marktes, um Fälschern auf die Spur zu kommen.

Für aussagekräftige Resultate der Recherche sind chinesische Muttersprachler, IP- und Branchenexperten unerlässlich. Auch die Bewertung der Erkenntnisse setzt professionelles Know-how voraus.

Mit professionellen Mitteln können westliche Unternehmen sich so für die Innovationsoffensive aus China und Fernost wappnen und rechtzeitig die eigenen Interessen schützen.

Weitere Informationen und Kontakt

Weitere Informationen über unsere Dienstleistungen zu den IP-Strategien chinesischer Unternehmen finden Sie hier:

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

Blogbeitrag Alarmierend: Chinesische Fälscher melden in Deutschland bösgläubige Marken an
<https://blog.chinabrand.de/2017/12/14/alarmierend-chinesische-faelscher-melden-in-deutschland-boesglaeubige-marken-an/>

Blogbeitrag Chinas Überholspur für Patente
<https://blog.chinabrand.de/2017/09/14/chinas-ueberholspur-fuer-patente/>

Blogbeitrag Wird China den IP-Schutz weiter stärken?
<https://blog.chinabrand.de/2017/08/08/wird-china-den-ip-schutz-weiter-staerken/>

Kontakt und Feedback

Blog | LinkedIn | INDUUX | XING

CHINABRAND CONSULTING LTD.

Grashofstrasse 3, 80995 München

info@chinabrand.de

www.chinabrand.de

+49 89 32 12 12 80