
Inhaltsverzeichnis

- 1 **Definition der Marken- und Produktpiraterie** 1
 - 1.1 Definition der „Markenpiraterie“ 1
 - 1.2 Definition der „Produktpiraterie“ 3

- 2 **Ausmaß der Marken- und Produktpiraterie** 5
 - 2.1 Wirtschaftliche Schäden durch Produktpiraterie 5
 - 2.2 Risiken für Unternehmen 9
 - 2.3 Risiken für Verbraucher und Gemeinwesen 11

- 3 **Gesetzliche Grundlagen in Deutschland und der EU** 13
 - 3.1 Aktuelle Rechtslage/-entwicklung 13
 - 3.2 Gewerblicher Rechtsschutz 15
 - 3.2.1 Markenrecht 15
 - 3.2.2 Patentrecht 18
 - 3.3 Durchsetzung von Schutzrechten in Deutschland und EU 19
 - 3.3.1 Zivilrechtliche Ansprüche 20
 - 3.3.2 Strafrechtliche Sanktionen 21
 - 3.4 Grenzbeschlagnahmeverfahren 22
 - 3.4.1 Antrag auf Tätigwerden 24
 - 3.4.2 Vorgehen der Zollbehörden 27
 - 3.4.3 Chancen und Risiken 30

- 4 **„Modus Operandi“ der Produktpiraten** 33
 - 4.1 Häufigste Arten von Produkt- und Markenrechtsverletzungen 34
 - 4.1.1 Me-too-Produkt 35
 - 4.1.2 Produkt- und Konzeptpiraterie 36
 - 4.1.3 Markenpiraterie (Fälschung oder Imitat) 37
 - 4.1.4 Recycling-Plagiat 39
 - 4.2 Vorgehen bei Herstellung und Vertrieb von Fälschungen 40
 - 4.3 Nutzung der modernen Medien 47
 - 4.4 Einfluss der Globalisierung 49

5	Positionierung Chinas zum Thema Produktpiraterie	51
5.1	Hintergründe und Ursachen	52
5.2	System der Produktpiraten in China	52
5.3	Durchsetzung von Schutzrechten in China	56
5.3.1	Rahmenbedingungen im Marken- und Patentrecht	56
5.3.2	Verwaltungsverfahren	59
5.3.3	Strafverfahren	60
5.3.4	Zivilverfahren	60
5.3.5	Zollverfahren	62
5.3.6	Fazit für die Durchsetzung von Schutzrechten	62
5.4	Empfehlungen für die Praxis	64
6	Ganzheitliches Konzept gegen Marken- und Produktpiraterie	67
6.1	Aufbau einer Anti-Counterfeit Task Force	69
6.1.1	Aufbauorganisation	69
6.1.2	Ablauforganisation und Prozesse	70
6.2	Untersuchung von Fälschungen und Risikoanalyse	72
6.2.1	Analyse und forensische Untersuchung einer Fälschung	72
6.2.2	Präventive Risikoanalyse für das eigene Produkt	73
6.3	Organisatorische Maßnahmen	81
6.3.1	Schutz der Markenrechte und Patente	81
6.3.2	Informationssicherheit und Know-how-Schutz	83
6.3.3	Kommunikative Maßnahmen	85
6.4	Produktbezogene Gegenmaßnahmen	92
6.4.1	Technische Maßnahmen	92
6.4.2	Einsatz von Sicherungstechnologien	96
6.4.3	Einsatz von Überwachungs- und Identifikationsmechanismen	103
6.5	Politische Maßnahmen	108
6.5.1	Unternehmenspolitische Maßnahmen	108
6.5.2	Verbands- und Lobbyarbeit	110
7	Unterstützung durch Verbände und Organisationen	113
7.1	Deutsche Verbände und Organisationen	113
7.2	Internationale Verbände und Organisationen	115
7.3	Verbände und Organisationen in China	116
8	Zusammenfassung	117
	Literatur	121
	Sachverzeichnis	123

Prävention und Bekämpfung von Marken- und
Produktpiraterie

Leitfaden für Analysen, Ermittlungen und
Schutzstrategien

Grigori, K.M.

2014, XIV, 123 S. 50 Abb., 11 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-05458-8