



MARKENVERBAND

Leiter Presse  
und Öffentlichkeitsarbeit  
**Johannes Ippach**  
j.ippach@markenverband.de

## PRESSEMITTEILUNG

### Markenverband zum chinesischen Markentag

## Ohne konsequente Umsetzung bestehen viele Regelungen zum Markenschutz nur auf dem Papier

Berlin, 13.05.2020. Ausgewogene Konzepte zum Schutz des geistigen Eigentums sind ein wesentliches Instrument, um Investitionen, Innovation, Wachstum und die weltweite Tätigkeit von Unternehmen zu fördern. Daher ist begrüßenswert, dass die VR China am 10. Mai den chinesischen Markentag begeht und mit mehrtägigen Veranstaltungen begleitet, um in China ein Verständnis für die wirtschaftliche Bedeutung von Marken, Markenführung und den Markenschutz zu schaffen. Das Motto des diesjährigen Markentages formuliert den Anspruch weltweiter Teilhabe chinesischer Marken. „Wenn die VR China ihrem selbst gesetzten Anspruch zur Anerkennung von Marken genügen will, muss sie im eigenen Land geistiges Eigentum konsequenter schützen“, sagt Dr. Alexander Dröge, Geschäftsführer Recht/Umwelt/Verbraucherpolitik des Markenverbandes. Er ergänzt: „Gerade die Anmeldung deutscher Marken durch chinesische Firmen in China ist zwar untersagt, wenn dies bösgläubig, also zur Ausnutzung der bereits etablierten Marke, geschieht. An der Durchsetzung dieser Regelung hapert es jedoch.“

Das Bild, welches die Volksrepublik China in Bezug auf den Schutz geistigen Eigentums derzeit bietet, ist ambivalent: Aktuell stammen über 80 % der von den europäischen Zollbehörden aufgegriffenen und nachgemachten Waren (wert- als auch mengenmäßig betrachtet) aus China. Gleichzeitig hat die VR China mit der am Ende letzten Jahre in Kraft getretenen vierten Neuregelung des chinesischen Markengesetzes neue Instrumente gegen Verletzung des geistigen Eigentums eingeführt, die zur besseren Durchsetzung der Rechte geistigen Eigentums für aus- und inländische Marken führen. Beispielsweise haben sich hier deutliche Verbesserungen bei der Vernichtung gefälschter Waren ergeben. Eine der wesentlichsten Änderungen ist zudem der Schutz vor bösgläubiger Markenmeldung. Das heißt Markenmeldungen in reiner Behinderungsabsicht von Konkurrenten werden erschwert, der Widerspruch erleichtert. Aktuell ist die Rechtsdurchsetzung noch sehr langwierig. So positiv die genannten Entwicklungen im chinesischen Markenrecht sind, in der Praxis werden sich diese daran messen lassen müssen, ob sie nach einer gewissen Anpassungsfrist auch praktisch von den lokalen Behörden umgesetzt werden.

#### Ansprechpartner

Dr. Alexander Dröge  
Geschäftsführer Recht / Umwelt / Verbraucherpolitik  
Tel.: 030/20 61 68 40  
E-Mail: [a.droege@markenverband.de](mailto:a.droege@markenverband.de)

**#MARKEhandelt:** für Markenunternehmen ist es selbstverständlich, dass sie ihren wesentlichen Beitrag zur Herstellung der Produkte für den täglichen Bedarf leisten. Gleichzeitig nehmen Markenunternehmen im Einsatz gegen die COVID-19-Pandemie in allen gesellschaftlichen Bereichen ihre Verantwortung wahr. Verschaffen Sie sich einen laufend aktualisierten Überblick zum vielfältigen Engagement der Markenunternehmen unter <http://www.markenverband.de/aktuelles/MARKEhandelt>

Markenverband e.V.  
Unter den Linden 42 | D-10117 Berlin  
Telefon +49 (0)30 206 168 37  
Telefax +49 (0)30 206 168 737  
Postfach 080 629 | D-10006 Berlin  
[www.markenverband.de](http://www.markenverband.de)

Die Markenwirtschaft steht in Deutschland für einen Markenumsatz in Höhe von knapp 1,1 Bill. Euro und rund 5,2 Mio. Arbeitsplätze. Der 1903 in Berlin gegründete Markenverband ist die Spitzenorganisation der deutschen Markenwirtschaft und mit seinen rund 400 Mitgliedern der größte Verband dieser Art in Europa. Die Mitgliedsunternehmen stammen aus vielfältigen Branchen – von Automobil, Finanzen, Nahrungs- und Genussmittel über Telekommunikation bis hin zu Luxus und Lifestyle. Zu den Mitgliedern zählen Unternehmen aller Größenordnungen, vom Mittelstand bis zu internationalen Konzernen, wie ABUS, Beiersdorf, Hugo Boss, Coca-Cola, Deutsche Bank, Deutsche Bahn, Deutsche Post, Dr. Doerr Feinkost, Falke, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Dr. Oetker, Schamel Meerrettich, August Storck, Telefónica, WMF und viele andere renommierte Firmen.