



Vorsicht vor Fälschern die man kennt!

Von John EASTWOOD und Oleg JAMPOLSKI

Die Äußerung: "Halte deine Freunde nah bei dir, aber deine Feinde noch näher" stammt lediglich von Michael Corleone in "Der Pate". Aus ihr spricht jedoch eine Art von Weisheit, dass sie fälschlicherweise gerne großen Denkern wie Sun Tzu oder Machiavelli zugeschrieben wird.

An dieser Stelle wollen wir die immer wieder zwischen Geschäftspartnern auftretenden Probleme mit Fälschungen erörtern. Wie gleich beschrieben, ist es im Bereich des geistigen Eigentums wahrscheinlich ratsam, seine Freunde nah bei sich zu halten, denn sie können schnell zu den eigenen, ärgsten Feinden werden.

1. An der falschen stelle sparen

Es wäre ein schneller Weg zum Reichtum, bekäme man jedes Mal eine 10 NT-Münze, wenn ein Neuling auf dem taiwanesischen oder chinesischen Markt sagt, dass er keine Hilfe bei der Anmeldung seiner Handelsmarken braucht. Er sei "bereits dabei", mit einem Agenten, Vertriebspartner, oder wem auch immer. Natürlich ist es gut, jemanden, dem er vertraut, an seiner Seite zu haben, der ihm hilft. Optimal ist es, wenn er dabei auch noch ein paar Dollar spart. Allerdings ist die Eintragung der Handelsmarke ein zentrales Anliegen eines jeden Unternehmens. Die Übernahme einer so wichtigen Aufgabe durch einen Partner, ist wohl die schlechteste Art, um Geld zu sparen.



Unautorisierte Kopien und Fälschungen von Markenartikeln können mit einigen einfachen Faustregeln verhindert werden

Bild: © ben 2008; <https://goo.gl/Xyj4x5>

Warum? Es kann zu viel schief gehen. Es besteht durchaus die Möglichkeit, dass die Markenmeldung unsauber gemacht wird und nur einen Teil des Produktes oder der geplanten geschäftlichen Aktivitäten der Marke abdeckt. Antragsteller, die das Hauptprodukt oder die umsatzstärksten Aktivitäten des Unternehmens ausgelassen haben, sind keine Seltenheit. Selbst eine gute Handelsvertretung hat das Geschäftsmodell des Markeninhabers oftmals noch nicht ganz verstanden. Vor-Ort-Vertreter wissen teilweise auch nicht genau, wie sie die Rückfragen des Taiwanesischen Urheberrechtsbüros (TIPO) handhaben sollen, verpassen daraufhin Fristen,

ohne zu wissen, dass viele der Fragen sehr einfach zu klären sind.

Der größte Fehler ist es allerdings, einem Partner zu gestatten, die Handelsmarke in seinem eigenen Namen zu registrieren. Plötzlich besitzt die Marke, die Sie auf den Märkten der Welt mühsam aufgebaut haben, ein Jemand, mit dem Sie eigentlich Geschäfte machen wollen. Was treibt Unternehmer zu diesem Schritt? Die Rechtfertigung beginnt wieder mit den Worten: "Er sagte, ich könne viel Geld sparen, wenn er das für mich macht" bis hin zu "Ich dachte, es würde Ihm helfen, sich an unserem Erfolg beteiligt zu fühlen". Keines dieser Argumente macht wirklich Sinn. Wenn der Vor-Ort-Partner die Marke in seinem eigenen Namen registriert, sind Sie in der Geschäftsbeziehung mit ihm gefangen, ganz gleich, ob er in Zukunft einen guten oder einen furchtbaren Job machen wird. Eine Exit-Strategie gibt es für Sie damit nicht mehr, denn Sie haben ja keine Rechte an Ihren eigenen Marken.

Es ist auch ein gutes Druckmittel gegen Sie, denn mit den Rechten in seiner Hand kann Ihr Partner Sie für eine ganze Weile davon abhalten, Ihre eigenen Produkte auf dem asiatischen Markt zu verkaufen. Einige Unternehmen haben die Tatsache, dass Ihr taiwanesischer Partner all ihre Markenrechte besitzt mit großem Erstaunen erfahren müssen, als Sie begannen, einen Partnerwechsel vorzubereiten.

Am besten ist es also, die Idee des "Geistigen Eigentums" tatsächlich als "Eigentum" zu betrachten. Es ist ein Gut und hat damit einen durchaus hohen Wert. Diesen Wert leichtfertig herzugeben ist verantwortungslos. Schließlich ist es das Gesicht Ihres Unternehmens. Professionelle Hilfe bei der Registrierung ist damit gut angelegtes Geld. Es ist ein wenig wie mit einem schönen Auto: Sie Vertrauen bei der Reparatur guten Mechanikern

und nicht ein paar Kindern mit Hammer und Sandpapier.

2. Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser

Ein weiteres Problem kommt auf, wenn es um Lizenzierungs- und Herstellungsvereinbarungen auf dem Gebiet Chinas geht: Oftmals ist ein Unternehmer der Meinung, keine Zeit mit der Besichtigung von Fabriken oder dem Sichten aller Unterlagen verschwenden zu müssen. Es stimmt, nach ein paar Wochen Rennerei durch Lagerhäuser und Produktionshallen möchte man sich hinsetzen und alles, was man bisher gesehen hat am liebsten sofort vergessen. Hinter dieser nervenaufreibenden aber notwendigen Rennerei steckt aber einfache menschliche Psychologie, die im folgenden Geschäftsverhältnis schnell zum Tragen kommt:

Wenn ein Hersteller vor Ort bemerkt, dass Sie unaufmerksam sind, beginnt er, Profit daraus zu schlagen. Er macht es, indem er zum Beispiel falsch Bericht erstattet, unautorisierte Kopien Ihres Produktes produziert, fiktiv seine Kosten erhöht oder andere Spielchen spielt. Diese Zustände bleiben meist über lange Zeit unentdeckt bestehen. Eines Tages platzt die Bombe: die europäische Marke trennt sich vom asiatischen Hersteller, welcher daraufhin schnellstmöglich, ausgestattet mit jahrelangem Know-how, Fälschungen des Produkts zu produzieren beginnt.

Musste das alles wirklich sein? Manchmal kann man Probleme nicht verhindern, aber die Häufigkeit und Größenordnung auftretender Schwierigkeiten ist meistens direkt proportional zur vernachlässigten Kontrolle einer Geschäftsbeziehung. Denn: ein Hersteller, der begreift, dass ihn niemand wirklich überprüft, kommt schnell in monetäre Versuchungen.

Die Gesamtheit aller Fälscher umfasst eine Vielzahl früher autorisierter Hersteller, deren Erfahrung bei

der Herstellung von autorisierten Produkten es ihnen ermöglicht, das Original erschreckend ähnlich zu kopieren.

3. Empfehlungen

Es ist wichtig sich in Erinnerung zu rufen, dass Geschäftsbeziehungen schnelllebig sein können. Ein guter Draht kann schon morgen verderben. Am Ende kann der althernhafte Fabrikbetreiber, Agent oder Händler, mit dem sie hervorragend arbeiten konnten, seine Firma plötzlich dem Taugenichts-Sohn vererben, sie an Fremdeigentümer verkaufen oder einfach nur neue Möglichkeiten des Geschäftemachens für sich entdecken, was die Beziehung zu Ihnen komplett wandeln kann.

All diese Entwicklungen können zur Folge haben, dass lange zuvor getroffene Entscheidungen

plötzlich unmittelbaren Einfluss auf Ihr Produkt haben. Ihr geistiges Eigentum muss dabei stets unter Ihrer Kontrolle bleiben. Zwischenzeitliche "Kostensparnisse" sind wertlos, wenn Sie zum Schluss mit einer schlecht gemachten Markeneintragung da stehen, oder sich sogar ganz ohne Rechte an Ihrem eigenen Produkt auf dem neuen Markt wiederfinden.

Beziehungen zwischen Partnern in der eigenen Wertschöpfungskette sollten mit Vorsicht behandelt werden. Bedenken sollten zum frühestmöglichen Zeitpunkt zur Sprache gebracht werden, um sicher zu gehen, dass Ihre Partner verstehen, dass sie sorgfältig beobachtet werden. Wenn Sie schwierigen Gesprächen aus dem Weg gehen, hinterlassen Sie den Eindruck, unachtsam zu sein und erhöhen damit ihre geschäftlichen Risiken.

Erschienen auf Englisch in "Euroview", Juni/Juli 2015

Autoren:



John EASTWOOD, Partner
john.eastwood@eigerlaw.com



Oleg JAMPOLSKI, Trainee
oleg.jampolski@eigerlaw.com

HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Die in diesem Aufsatz enthaltenen Angaben wurden von den Autoren sorgfältig recherchiert und nach bestem Wissen zusammengestellt. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts sowie für zwischenzeitliche Änderungen wird keine Gewähr übernommen. Leser, die auf der Grundlage dieses Aufsatzes handeln, sollten eine zusätzliche, professionelle Beratung einholen. Eine Haftung von der Autoren, sowie von Eiger als Herausgeber für Personen-, Sach- und Vermögensschäden, sowie für sämtliche andere Ereignisse die ganz oder teilweise auf der Lektüre dieses Textes beruhen, ist ausgeschlossen. Dieses Werk ist unter der Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported Lizenz (Weitergabe unter gleichen Bedingungen) erschienen, welche unter <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> einsehbar ist.