

Kapitel 2. China

RA Lian Yunze, Partner
RAin Connie Zhuang,
RA Yi Wenhui,
Hylands Law Firm, Peking

Datum: 27. 8. 2008

	Rdnr.
§ 1 Kennzeichenarten	209
§ 2 Gesetzliche Regelungen und ihr Verhältnis zueinander	289
§ 3 Entstehung des Schutzes	305
§ 4 Rechtsinhaberschaft, Übergang, Lizenz	424
§ 5 Erlöschen des Schutzes	451
§ 6 Kollisionsgruppen	481
§ 7 Schutzzumfang	518
§ 8 Einwendungen des Anspruchsgegners	612
§ 9 Ansprüche bei Verletzung	642
§ 10 Prozessuale Verfolgung	657
§ 11 Strategie zur Absicherung des Branding	673
Rechtsvorschriften	686

§ 1 Kennzeichenarten

	Rdnr.
A. Marken	209
I. Begriff und Funktion	209
II. Arten	223
B. Unternehmenskennzeichen	233
I. Begriff und Funktion	233
II. Arten	241
C. Domains	245
D. Werktitel	258
I. Begriff und Funktion	258
II. Arten	262
E. Geografische Herkunftsangaben	264
F. Namen	272
G. Sonstige Zeichen	284

A. Marken

I. Begriff und Funktion

Bei dem geltenden Markengesetz in China handelt es sich um eine 2001 erfolgte Novellierung des alten Markengesetzes, das den Erfordernissen für den Beitritt zur Welt- **209**
handelsorganisation entsprechend geändert wurde²⁰⁸. Diese Änderungen umfassten eine
Ausdehnung des Markenbegriffs, eine Erweiterung des Kreises der Markeninhaber und
dergleichen.

Im Markengesetz wird der Begriff der Marke definiert als jedes visuelle Zeichen, das ge- **210**
eignet ist, die Waren oder Dienstleistungen einer natürlichen Person, einer juristischen Per-
son oder einer sonstigen Organisation von denjenigen anderer zu unterscheiden; solche

²⁰⁸ Vgl. GRUR Int. 2002, 489.

Zeichen sind insbesondere Wörter, Abbildungen, Buchstaben, Zahlen, dreidimensionale Symbole, Farbkombinationen oder jede beliebige Verbindung der vorstehend genannten Elemente.

- 211** Nach dem Markengesetz können Gegenstand einer Marke auch dreidimensionale Symbole, Farbkombinationen sowie Verbindungen der vorstehend genannten Elemente sein, sofern sie die in dem Übereinkommen über handelsbezogene Aspekte der Rechte des geistigen Eigentums (TRIPS) genannten Voraussetzungen erfüllen. Gemäß Art. 15 des TRIPS-Übereinkommens können alle Zeichen und alle Zeichenkombinationen eine Marke darstellen, die geeignet sind, die Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denen anderer Unternehmen zu unterscheiden.
- 212** Eine Beschränkung des Kreises möglicher Markeninhaber ist im Markengesetz nicht vorgesehen. Nach dem ausdrücklichen gesetzgeberischen Willen können natürliche Personen, juristische Personen und sonstige (rechtsfähige oder nicht rechtsfähige) Vereinigungen Inhaber von Marken sein.
- 213** Allerdings sieht die Praxis etwas anders aus. Da nach dem geltenden Markengesetz der Kreis der Anmeldeberechtigten nicht mehr beschränkt ist, ist es zu zahlreichen unlauteren Anmeldungen gekommen, was zu einer Flut von Markenstreitigkeiten und einem Rückstand bei der Prüfung der Anmeldungen geführt hat. Zur Bewältigung dieser Probleme hat das chinesische Markenamt im Juli 2007 einen Erlass über Markenmeldungen natürlicher Personen herausgegeben, dem zufolge der Anmelder bestimmte persönliche Eigenschaften aufweisen muss. Gemäß diesem Erlass ist eine natürliche Person zur Anmeldung einer Marke nur berechtigt, wenn sie die Voraussetzungen des Art. 4 Markengesetz erfüllt. Dementsprechend können nur Einzelkaufleute, Einpersonengesellschaften, landwirtschaftliche Pächterhaushalte und andere zur Ausübung eines Gewerbes gesetzlich zugelassene/konzessionierte natürliche Personen individuelle Markeninhaber sein. Darüber hinaus dürfen natürliche Personen lediglich Marken anmelden, die zur Kennzeichnung des von dem individuellen Inhaber geführten oder geplanten und von den zuständigen Behörden genehmigten Betriebs dienen. Nach Maßgabe des Erlasses haben chinesische Einzelinhaber zumindest nachzuweisen, dass sie im Zeitpunkt der Anmeldung die redliche Absicht zur Benutzung der Marke haben. Für Ausländer gelten dagegen keine solchen Beschränkungen. Im Grundsatz verstößt diese Praxis des chinesischen Markenamtes gegen das Markengesetz und ist zu einem heiß diskutierten Thema in China geworden. Bei der Darstellung der Markenmeldung und sonstiger Verfahren in Markensachen vor dem chinesischen Markenamt werden wir hier jedoch von der Gültigkeit des Erlasses ausgehen.
- 214** Der wichtigste Zweck einer Marke besteht definitionsgemäß in ihrer Kennzeichnungsfunktion. Die Marke dient der Bezeichnung der von ihr erfassten Waren und/oder Dienstleistungen. Darüber hinaus hat der Markenbenutzer nach den Art. 45 und 48 Markengesetz die Qualität der mit dem Zeichen versehenen Waren oder Dienstleistungen zu garantieren, und zwar unabhängig davon, ob es sich um eine eingetragene Marke handelt oder nicht. Auch die Gewährleistungsfunktion ist daher untrennbar mit der Marke verbunden.
- 215** Die Kennzeichnungsfunktion gebietet, dass die Marke von Haus aus Unterscheidungskraft besitzt oder diese erlangt hat. Der Markenschutz ist ein zivilrechtliches Instrument. Ob und in welchem Umfang eine Marke Rechtsschutz genießt, ergibt sich vor allem aus einer Abwägung öffentlicher und privater Interessen. Das Markengesetz sieht daher die nachstehenden absoluten Eintragungshindernisse vor.
- 216** Gemäß Art. 10 Markengesetz dürfen die folgenden Zeichen nicht als Marken benutzt werden:
- (1) Zeichen, die mit der Staatsbezeichnung, der Nationalflagge, dem Nationalembem, der Militärflagge oder mit Ehrenzeichen der Volksrepublik China identisch oder diesen ähnlich sind, sowie Zeichen, die mit Bezeichnungen bestimmter Orte, an denen zentralstaatliche Regierungsstellen ihren Sitz haben, oder die mit den Bezeichnungen oder Darstellungen der repräsentativen Gebäude zentralstaatlicher Regierungsstellen identisch sind;

(2) Zeichen, die mit Staatsbezeichnungen, Nationalflaggen, Nationalemblemen oder Militärflaggen ausländischer Staaten identisch oder diesen ähnlich sind, es sei denn, es liegt die Zustimmung der Regierung des betreffenden Staates vor;

(3) Zeichen, die mit Bezeichnungen, Flaggen oder Emblemen internationaler überstaatlicher Organisationen identisch oder diesen ähnlich sind, es sei denn, es liegt die Zustimmung der betreffenden Organisation vor oder die Benutzung ist nicht geeignet, das Publikum irrezuführen;

(4) Zeichen, die mit amtlichen Zeichen oder Gütezeichen, die auf eine Kontrolle oder Garantie hinweisen, identisch oder diesen ähnlich sind, es sei denn, die Benutzung ist anderweitig zulässig;

(5) Zeichen, die mit den Bezeichnungen oder Symbolen des Roten Kreuzes oder des Roten Halbmonds identisch oder diesen ähnlich sind;

(6) Zeichen, die ihrer Natur nach eine Nationalität diskriminieren;

(7) Zeichen, die ihrer Natur nach Waren oder Dienstleistungen übertrieben und betrügerisch anpreisen;

(8) Zeichen, die die sozialistische Moral oder die sozialistischen Gebräuche beeinträchtigen oder in sonstiger Weise ungesunden Einfluss haben.

Die geografischen Bezeichnungen der Verwaltungsabteilungen auf Kreis- oder höherer Ebene sowie ausländische geografische Bezeichnungen, die dem chinesischen Publikum geläufig sind, dürfen nicht als Marken benutzt werden; dies gilt allerdings nicht für geografische Bezeichnungen, die darüber hinaus eine weitere Bedeutung haben oder die Bestandteil einer Kollektiv- oder Gewährleistungsmarke sind. Bereits genehmigte und eingetragene Marken, die solche geografischen Bezeichnungen enthalten, behalten jedoch ihre Gültigkeit. **217**

Gemäß Art. 11 sind die nachstehenden Zeichen von der Eintragung als Marken ausgeschlossen: **218**

(1) Kennzeichenarten Zeichen, die ausschließlich aus Gattungsbezeichnungen, Mustern oder Modellen der Waren bestehen, für die die Marke beansprucht wird;

(2) Zeichen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die sich unmittelbar auf die Qualität, das wesentliche Rohmaterial, die Funktion, die Bestimmung, das Gewicht, die Menge oder sonstige Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen beziehen;

(3) Zeichen, die keine Unterscheidungskraft besitzen.

Soweit Zeichen, die unter die vorstehenden Aufzählungen fallen, durch Benutzung Unterscheidungskraft erlangt haben und leicht zu unterscheiden sind, können diese als Marken eingetragen werden. **219**

Dreidimensionale Zeichen, die ausschließlich aus einer Form bestehen, die durch die Art der Ware selbst bedingt ist, die zur Erreichung einer technischen Wirkung erforderlich ist oder die der Ware einen wesentlichen Wert verleiht, sind nach Art. 12 nicht eintragungsfähig. **220**

Die Bestimmungen über dreidimensionale Zeichen sind identisch mit den in Europa geltenden Vorschriften. Steht der Form eines Produkts als solcher keines der vorgenannten absoluten Eintragungshindernisse entgegen und besteht keine Kollision mit älteren Rechten Dritter, kann sie theoretisch in China als Marke eingetragen werden. Normalerweise wird jedoch davon ausgegangen, dass die Form eines Produkts diesem erheblichen Wert verleiht. Aus diesem Grunde kommt es nur selten vor, dass die eigentliche Form eines Produkts als Marke eingetragen wird. **221**

Was in China Gegenstand des markenrechtlichen Schutzes werden kann, ist im Wesentlichen in der Klassifikation ähnlicher Waren und/oder Dienstleistungen aufgeführt, einem vom chinesischen Markenamt zusammengestellten Verzeichnis, in dem sowohl die vom chinesischen Markenamt anerkannten chinaspezifischen Waren und Dienstleistungen als auch diejenigen nach dem Abkommen von Nizza über die internationale Klassifikation von **222**

Waren und Dienstleistungen für die Eintragung von Marken (Nizzaer Klassifikation) enthalten sind.

II. Arten

- 223** Als Marken können in China Warenmarken, Dienstleistungsmarken, Kollektivmarken und Gewährleistungsmarken eingetragen werden.
- 224** Als Kollektivmarke wird eine Marke bezeichnet, die auf den Namen einer Gruppe, einer Vereinigung oder einer sonstigen Organisation eingetragen ist und die von deren Mitgliedern im Rahmen ihrer gewerblichen Tätigkeiten zur Kennzeichnung ihrer Mitgliedschaft benutzt wird.
- 225** Als Gewährleistungsmarke wird eine Marke bezeichnet, die von einer Organisation kontrolliert wird, die zur Aufsichtsführung über bestimmte Arten von Waren oder Dienstleistungen berufen ist, und die von Vereinigungen oder natürlichen Personen, die dieser Organisation nicht angehören, für Waren oder Dienstleistungen benutzt wird, um Herkunft, Rohmaterial, Art der Warenherstellung oder Dienstleistungserbringung, Qualität oder sonstige Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen zu zertifizieren.
- 226** Nach Art. 8 Markengesetz können visuelle Zeichen als Marke eingetragen werden; zu ihnen zählen Wörter, Abbildungen, Buchstaben, Zahlen, dreidimensionale Symbole, Farbkombinationen sowie alle Verbindungen solcher Elemente.
- 227** Grundsätzlich sind alle visuellen Zeichen, denen kein absolutes Eintragungshindernis gemäß dem Markengesetz entgegensteht und die nicht mit älteren Rechten Dritter kollidieren, eintragungsfähig. Dieser Grundsatz gilt auch für Werbeslogans, Buchtitel sowie Buchstaben- und Wortfolgen.
- 228** Werbeslogans gelten in der Regel als nicht unterscheidungskräftig und daher nicht eintragungsfähig. Slogans mit einem unterscheidungskräftigen Bestandteil können jedoch eingetragen werden; so ist zum Beispiel *Always enjoy Coca Cola* in China eine eingetragene Marke.
- 229** Auch Werktitel, denen kein absolutes Eintragungshindernis entgegensteht und die nicht mit älteren Rechten Dritter kollidieren, können als Marken eingetragen werden.
- 230** Die Eintragung von Buchstabenzeichen, die aus lediglich einem oder zwei normalen Buchstaben bestehen, ist aufgrund ihrer mangelnden originären Unterscheidungskraft normalerweise nicht zulässig. Die Eintragung von aus mehreren Buchstaben bestehenden Zeichen als Marke ist jedoch möglich, wenn keine absoluten Eintragungshindernisse entgegenstehen und die Marke nicht mit älteren Rechten Dritter kollidiert.
- 231** Für die Eintragung von Wortfolgen gelten die gleichen Regeln wie für die Eintragung von Werbeslogans.
- 232** Im Bereich der Farbzeichen sind in China lediglich Farbkombinationen als Marken eintragungsfähig. Die Kombination von zwei Farben gilt jedoch in der Regel als nicht unterscheidungskräftiges Zeichen. Ob eine Farbkombination genügend Unterscheidungskraft besitzt, um als Marke eingetragen werden zu können, hängt von den beanspruchten Waren oder Dienstleistungen, den Marktverhältnissen, der Wahrnehmung der Verbraucher und anderen Marktfaktoren ab. Bisher hat das chinesische Markenamt noch keine ausdrücklichen Vorschriften hierzu erlassen.

B. Unternehmenskennzeichen

I. Begriff und Funktion

- 233** Für jeden Wirtschaftsteilnehmer ist neben seinen Marken auch seine Firmenbezeichnung bzw. sein Handelsname ein wichtiges gewerbliches Zeichen. In China gibt es drei Arten von Geschäftsnamen, nämlich den Unternehmensnamen, den Firmennamen und

den Handelsnamen. Der allgemeinste Begriff von diesen ist der Unternehmensname, der den Firmennamen sowie die Bezeichnungen der einzelnen Unternehmensteile mit Ausnahme der Gesellschaft selbst umfasst. Handelt es sich bei dem Unternehmen um eine Gesellschaft, ist der Unternehmensname gleichzeitig auch der Firmenname. Der Handelsname ist Bestandteil des Firmennamens.

Eine ausdrückliche Legaldefinition des Begriffs des Handelsnamens gibt es in China nicht. Die wichtigsten gesetzlichen Regelungen über Handels- und Firmennamen sind derzeit die Bestimmungen über die Verwaltung der Eintragung von Unternehmensnamen, die Durchführungsmaßnahmen zur Verwaltung der Eintragung von Unternehmensnamen sowie das Gesetz über den unlauteren Wettbewerb. **234**

Gemäß Art. 9 der Durchführungsmaßnahmen zur Verwaltung der Eintragung von Unternehmensnamen setzt sich der Firmenname aus dem Verwaltungsbezirk, dem Handelsnamen, dem Geschäftsweig und der Organisationsform (Verwaltungsabteilung, Bezeichnung des Ladenlokals, Gewerbe- und Organisationsform in der vorgeschriebenen Reihenfolge) zusammen. Der Handelsname ist daher Bestandteil des Firmennamens. In dem Firmennamen Beijing ABC Garments Co. Ltd. zum Beispiel ist Beijing die Angabe des Verwaltungsbezirks, ABC ist der Handelsname, Garments (Bekleidung) gibt an, dass das Unternehmen im kleidungsverarbeitenden oder -vertriebenden Gewerbe tätig ist, und Co. Ltd. bezieht sich auf die Organisationsform der Gesellschaft. Dem lässt sich entnehmen, dass der Handelsname der unterscheidungskräftigste Bestandteil einer Firmenbezeichnung ist. In China muss der Handelsname aus mindestens zwei chinesischen Schriftzeichen bestehen, wobei auch der Name einer natürlichen Person als Handelsname verwendet und eingetragen werden kann. **235**

Als unkörperliches Persönlichkeitsrecht dient der Firmenname zur Unterscheidung einer Gesellschaft von anderen Wirtschaftsteilnehmern. Das Gleiche gilt für den Handelsnamen. Das Recht am Firmennamen sowie am Handelsnamen steht der Gesellschaft von ihrer Gründung bis zu ihrer Auflösung zu. **236**

Der Firmenname wird in China bei der örtlichen Industrie- und Handelsverwaltung in dem Verwaltungsbezirk registriert, in dem sich der Geschäftssitz des Unternehmens befindet. Da der Firmenname den Verwaltungsbezirk, den Gewerbebezirk und die Organisationsform enthält, kann jede Gesellschaft jeweils nur einen Firmennamen eintragen lassen, so dass jeder in China eingetragene Firmenname nur einmal vorkommt. Verschiedene Gesellschaften können jedoch den gleichen Handelsnamen haben. So können zum Beispiel die Firmennamen „Beijing ABC Garments Co. Ltd.“ und „Beijing ABC Entertainment Co. Ltd.“ rechtmäßigerweise nebeneinander bestehen, weil sie sich auf verschiedene Gewerbebezirke beziehen. Auch die Koexistenz von „Beijing ABC Garments Co. Ltd.“ und „Shanghai ABC Garments Co. Ltd.“ ist zulässig, weil die Unternehmen verschiedenen Verwaltungsbezirken angehören. **237**

Da der Handelsname Bestandteil des Firmennamens ist und der Verwaltungsbezirk, der Gewerbebezirk und die Organisationsform im Rahmen des Firmennamens keine Unterscheidungskraft besitzen, ist der Schutz eines Firmennamens praktisch gleichbedeutend mit dem Schutz des Handelsnamens. **238**

Eine weitere wichtige Frage ist, wie der Handelsname eines ausländischen Unternehmens geschützt werden kann. Gemäß der Pariser Verbandsübereinkunft zum Schutz des gewerblichen Eigentums (PVÜ) wird der Handelsname in allen Verbandsländern, ohne Verpflichtung zur Hinterlegung oder Eintragung, geschützt, gleichgültig ob er einen Bestandteil einer Fabrik- oder Handelsmarke bildet oder nicht (Art. 8 PVÜ). Da China dem Verband angehört, sind ausländische Handelsnamen dort zu schützen. Allerdings findet sich in der PVÜ keine ausdrückliche Bestimmung darüber, wie der Schutz des Handelsnamens in den Verbandsländern zu gewähren ist, so dass insofern das jeweilige nationale Recht maßgeblich ist. Doch auch im chinesischen Recht fehlt eine Vorschrift zum Schutz ausländischer Firmennamen. Soweit die Bestimmungen über die Verwaltung der Eintragung von Unternehmensnamen und die Durchführungsmaßnahmen zur Verwaltung der Eintragung **239**

von Unternehmensnamen auf den Schutz ausländischer Firmennamen verweisen, heißt es darin lediglich, dass Schutz gemäß den Vorschriften der völkerrechtlichen Verträge, Abkommen und Übereinkommen zu gewähren ist, denen China beigetreten ist. Weder im Völkerrecht noch in den innerstaatlichen Gesetzen ist daher der Schutz ausländischer Firmen- oder Handelsnamen ausdrücklich geregelt.

- 240 In der Rechtsprechung und im Schrifttum wird die Auffassung vertreten, dass für ausländische Firmen- oder Handelsnamen in China dieselben Rechtsschutzmöglichkeiten bestehen wie für chinesische Firmennamen. Nach dem derzeitigen chinesischen Recht im Bereich des gewerblichen Eigentums ist ein Firmenname entweder eingetragen oder der Firmen- bzw. Handelsname genießt Schutz gemäß dem Gesetz über den unlauteren Wettbewerb. Voraussetzung für den Schutz nach dem letztgenannten Gesetz ist, dass der Firmen- bzw. Handelsname durch Benutzung oder auf sonstige Weise eine gewisse Bekanntheit in China erlangt hat. Diese Auffassung wird bestätigt durch die im Juli 2007 vom Obersten Volksgericht erlassenen „Justiziellen Auslegungshinweise betreffend die Rechtsanwendung in Zivilprozessen wegen unlauteren Wettbewerbs“.

II. Arten

- 241 Zusammenfassend ist festzuhalten, dass in China ein Schutz sowohl des Firmen- als auch des Handelsnamens möglich ist.
- 242 Auch die Abkürzung eines Firmennamens kann in China geschützt werden, wenn sie die Schutzvoraussetzungen des Gesetzes über den unlauteren Wettbewerb erfüllt, d. h. wenn die Abkürzung durch Benutzung oder auf andere Weise eine gewisse Bekanntheit auf dem chinesischen Markt erlangt hat.
- 243 Das Logo eines Unternehmens kann als Marke geschützt werden.
- 244 Der Rechtsschutz von Domains wird im folgenden Abschnitt erörtert.

C. Domains

- 245 Die wichtigsten Vorschriften und Grundsätze zum Schutz von Domainnamen in China finden sich in der chinesischen Domainnamenverordnung, in der vom China Internet Network Information Center (CNNIC) erlassenen Domain Name Dispute Resolution Policy sowie in den Verfahrensregeln für die CNNIC Domain Name Dispute Resolution Policy. Darüber hinaus hat das Oberste Volksgericht im Jahr 2004 justizielle Auslegungshinweise betreffend Streitigkeiten wegen Domainnamen herausgegeben, die sogenannten „Auslegungshinweise betreffend einige Fragen der Rechtsanwendung in Zivilprozessen wegen Computernetz-Domainnamen“.
- 246 Der Begriff des Domainnamens ist in der chinesischen Domainnamenverordnung definiert als „die hierarchisch strukturierte Kennzeichnung, anhand deren ein Computer im Internet erkannt und geortet wird und die der IP-Adresse dieses Computers entspricht“.
- 247 Es handelt sich also praktisch um eine technische Kennung, die Internetnutzern dazu dient, sich die IP-Adresse einfacher zu merken. Mit der raschen weltweiten Ausbreitung des Internets haben Domainnamen jedoch einen hohen wirtschaftlichen Wert und große gesellschaftliche Bedeutung erlangt.
- 248 Ein Domainname kann jeweils nur auf einen bestimmten Inhaber eingetragen werden, so dass nach der Registrierung Dritte diesen registrierten Namen im Internet nicht benutzen dürfen. Dieses Merkmal deutet darauf hin, dass im Internet Domainnamen dieselbe oder eine ähnliche Funktion wie Marken- oder Handelsnamen haben. Tatsächlich verwenden die meisten Domaininhaber ihre Marken- oder Handelsnamen als Domainnamen, so dass sich dessen wirtschaftlicher Wert auf diese Weise noch erhöht.
- 249 Ob Domainnamen als Rechte geistigen Eigentums zu kennzeichnen sind, ist derzeit noch strittig. Es ist aber nur vernünftig, Domainnamen zumindest als mit zivilrechtlichen

Ansprüchen verbundene Rechte zu behandeln, vor allem dann, wenn darin Marken- oder Handelsnamen enthalten sind.

Der Schutz von Domainnamen dient zwei Zielen. Erstens sollen die rechtlichen Interessen des rechtmäßigen Domainnameninhabers geschützt werden, und zweitens geht es um die Verhinderung von Domainbesetzungen (sogenanntes cybersquatting). **250**

Wer einen Domainnamen rechtmäßig hat registrieren lassen (und wenn keine Einwände gegen die Registrierung erhoben worden sind), ist in seinen rechtlichen Interessen geschützt und kann den Namen ungehindert nutzen. Darüber hinaus sind Domainnamen, die bei den Internetnutzern über Websites oder auf andere Weise gewisse Bekanntheit erlangt haben, nach dem Gesetz über den unlauteren Wettbewerb geschützt. Dies bedeutet u. a., dass Dritten die Nutzung ähnlicher Domainnamen zu gewerblichen Zwecken untersagt ist. **251**

Soweit Dritte durch cybersquatting einen Domainnamen blockieren, kann der Marken- bzw. Handelsnameninhaber zur Beilegung der Streitigkeit entweder Beschwerde beim Domain Name Dispute Resolution Center (DNDRC) einlegen oder Klage bei Gericht erheben. Allerdings ist darauf hinzuweisen, dass das DNDRC in China keine Beschwerden in Bezug auf Domainnamen entgegennimmt, deren Registrierung länger als zwei Jahre zurückliegt. **252**

Gemäß der CNNIC Domain Name Dispute Resolution Policy ist einer Beschwerde gegen einen registrierten Domainnamen stattzugeben, wenn folgende Voraussetzungen erfüllt sind: **253**

1. Zwischen dem streitigen Domainnamen und den Namen oder Marken des Beschwerdeführers, an denen dieser ein zivilrechtliches Recht oder Interesse besitzt, besteht Identität oder eine Verwechslungsgefahr begründende Ähnlichkeit;
2. der Inhaber des streitigen Domainnamens besitzt kein Recht oder berechtigtes Interesse hinsichtlich des Domainnamens oder eines wesentlichen Teils davon;
3. der Inhaber des streitigen Domainnamens hat den Domainnamen bösgläubig registriert oder benutzt.

Nahezu dieselben Kriterien verwendet auch das Gericht bei der Entscheidung von Domainnamenstreitigkeiten, die von den 2004 herausgegebenen „Auslegungshinweisen betreffend einige Fragen der Rechtsanwendung in Zivilprozessen wegen Computernetz-Domainnamen“ erfasst werden. **254**

Allerdings unterscheiden sich Beschwerde und Klage geringfügig hinsichtlich der Rechte oder Interessen, für die Rechtsschutz begehrt werden kann. Bei dem DNDRC handelt es sich nämlich um eine private Einrichtung zur Beilegung von Streitigkeiten über Domainnamen, die ihre Entscheidung ausschließlich an den drei in der CNNIC Domain Name Dispute Resolution Policy genannten Kriterien ausrichtet, um deren Wirksamkeit zu gewährleisten. Demzufolge muss die Beschwerde auf ein an einer Marke oder einem Handelsnamen bestehendes Recht gestützt werden. Im Gegensatz dazu entscheidet ein Gericht nach wettbewerbs- oder verletzungstatbestandlichen Vorschriften. In einem Gerichtsverfahren kann der Kläger daher seine Marken-, Handelsnamen- oder Domainnamenrechte als ältere Rechte geltend machen. Nach allgemeiner Meinung kann ein Domainname mit einer Marke oder einem Handelsnamen kollidieren. **255**

Nach chinesischem Recht kann ein registrierter Domainname Prioritätsrechte aus einem älteren Domainnamen verletzen, wenn **256**

1. der ältere Domainname eine in China geschützte Rechtsstellung erlangt hat,
2. aufgrund der Identität oder Ähnlichkeit der streitigen Domäne und des älteren Domainnamens eine Verwechslungsgefahr für die Internetnutzer besteht,
3. der Person, für die der streitige Domainname registriert ist, kein Anspruch auf den Domainnamen oder den vorherrschenden Teil des Domainnamens zusteht und die Registrierung oder die Benutzung des streitigen Domainnamens nicht aus anderen Gründen gerechtfertigt ist und

4. die Registrierung und Benutzung des streitigen Domainnamens bösgläubig erfolgt ist. Das Gericht entscheidet über die kollidierenden Domainnamen nach dem Gesetz über den unlauteren Wettbewerb.

- 257 Erwähnenswert ist außerdem, dass die Verwendung eines besetzten Domainnamens unter bestimmten Voraussetzungen ein Nutzungsrecht begründen kann, das in China geschützt ist. Falls der registrierte Inhaber des streitigen Domainnamens im Verfahren nachweisen kann, dass sein Domainname infolge einer Nutzung vor Einleitung des Verfahrens einen bestimmten Bekanntheitsgrad erlangt hatte und dass sich sein Domainname von der Marke, dem Domainnamen oder einem sonstigen Zeichen desjenigen, der das Verfahren eingeleitet hat, hinreichend unterscheidet oder dass andere Umstände vorliegen, aus denen sich ergibt, dass die Registrierung oder Benutzung des streitigen Domainnamens nicht bösgläubig erfolgt ist, darf der registrierte Inhaber den streitigen Domainnamen behalten.

D. Werktitel

I. Begriff und Funktion

- 258 Werktitel gehören in China nicht zu den geschützten Rechten, so dass es nicht möglich ist, unmittelbare Ansprüche aus einem Werktitel herzuleiten.
- 259 Ein Werktitel kann allerdings ohne Weiteres Bestandteil eines urheberrechtlich geschützten Werks sein, d. h. als Name eines solchen Werks. Auch wenn der Schutz eines Werktitels gemäß dem Urheberrechtsgesetz grundsätzlich möglich ist, stehen dem doch aus folgenden Gründen Schwierigkeiten entgegen:
1. Im Urheberrechtsgesetz ist der Schutz von Werktiteln als urheberrechtlich geschützte Werke nicht ausdrücklich erwähnt und
 2. in der Praxis wird in der Regel davon ausgegangen, dass Werktitel der Originalität entbehren, die Voraussetzung für den Urheberrechtsschutz ist, und dass sie deshalb nicht gemäß dem Urheberrechtsgesetz schutzfähig sind. Der Begriff „Werk“ im Sinne des Urheberrechtsgesetzes bezeichnet geistige Schöpfungen im literarischen, künstlerischen oder wissenschaftlichen Bereich, die Originalität aufweisen und in körperlicher Form wiedergegeben werden können (Art. 2 der Durchführungsverordnung zum Urheberrechtsgesetz der Volksrepublik China). Werktitel erfüllen die Voraussetzung der Originalität nicht und sind daher keine urheberrechtlich geschützten Werke.
- 260 In der Praxis können Werktitel aufgrund des chinesischen Gesetzes über den unlauteren Wettbewerb geschützt sein, so dass sie wie gewerbliche Zeichen behandelt werden. Werden auf dem Markt bekannte Werktitel von Dritten kopiert, kann dem entgegengehalten werden, dass es sich bei diesen Titeln um Namen handelt, die bekannten Erzeugnissen zugewiesen sind, die ihrerseits Schutz nach dem Gesetz über den unlauteren Wettbewerb genießen.
- 261 Es versteht sich von selbst, dass als Marken eingetragene Werktitel markenrechtlich geschützt sind. Das Kopieren solcher Titel durch Dritte stellt eine Verletzung der Markenrechte des Werktitelinhabers dar.

II. Arten

- 262 In China sind nahezu alle urheberrechtlich geschützten Werke, einschließlich Zeitschriften, Bücher, Magazine, Filme, Musikwerke, Computerprogramme usw. mit Werktiteln gekennzeichnet.
- 263 Wie erwähnt, können Werktitel als Marken gemäß dem Markengesetz oder als zu einem bekannten (well-known) Produkt gehörige Namen gemäß dem Gesetz über den unlauteren Wettbewerb geschützt werden. Ein darüber hinausgehender Schutz besteht in China nicht.

E. Geografische Herkunftsangaben

In China sind drei staatliche Behörden unter verschiedenen Voraussetzungen für die Registrierung geografischer Angaben zuständig. Das chinesische Markenamt nimmt Markeneintragungen für geografische Angaben als Kollektiv- oder Gewährleistungsmarken vor, die allgemeine Verwaltung für Qualitätsüberwachung, Kontrolle und Quarantäne (AQSIQ) ist für die Eintragung besonderer Kennzeichen für Erzeugnisse aus geografisch abgegrenzten Gebieten zuständig und das Landwirtschaftsministerium übernimmt die Registrierung geografischer Angaben für primäre Agrarerzeugnisse. 264

Geografische Angaben sind im Markengesetz definiert als Angaben, die zur Kennzeichnung der Herkunft von Waren aus einem bestimmten Gebiet dienen, die ihre Qualität, ihr Ansehen oder sonstigen Eigenschaften im Wesentlichen den dortigen natürlichen oder menschlichen Einflüssen verdanken (Art. 16 Markengesetz). 265

In den Vorschriften über den Schutz von Erzeugnissen mit geografischen Angaben, die von der AQSIQ im Jahre 2005 erlassen worden sind, bezieht sich der Begriff geografische Angaben auf „Erzeugnisse mit geografischen Angaben“. Hierunter sind Erzeugnisse zu verstehen, die aus einem bestimmten geografischen Gebiet stammen und die ihre Qualität, ihr Ansehen oder ihre sonstigen Eigenschaften im Wesentlichen den dortigen natürlichen und menschlichen Einflüssen verdanken, sofern die Gebietsbezeichnung nach Prüfung und Genehmigung auf dem Erzeugnis angebracht ist (Art. 2 der Bestimmungen über den Schutz von Erzeugnissen mit geografischen Angaben). 266

In den vom Landwirtschaftsministerium im Jahre 2007 erlassenen Maßnahmen zur Verwaltung geografischer Angaben für Agrarerzeugnisse wird der Begriff „geografische Angaben für Agrarerzeugnisse“ für besondere Agrarerzeugnisangaben verwendet, die eine Gebietsbezeichnung enthalten und die darauf hinweisen sollen, dass das gekennzeichnete Agrarerzeugnis aus einem bestimmten Gebiet stammt, dessen Natur, Umweltverhältnisse, Kultur und Geschichte prägend für die Qualität und die wesentlichen Eigenschaften des Erzeugnisses sind (Art. 2 der Maßnahmen zur Verwaltung geografischer Angaben für Agrarerzeugnisse). 267

Auch wenn sich die Definitionen des Begriffs „geografische Angaben“ in den einzelnen Rechtsquellen unterscheiden, so verfolgen doch alle diese Angaben denselben Zweck. Sie dienen als Hinweis, dass Waren aus einem bestimmten Gebiet stammen und dass ihre Qualität, ihr Ansehen oder ihre sonstigen Eigenschaften eng mit den natürlichen oder menschlichen Einflüssen dieses Gebiets verbunden sind. 268

In der Praxis werden die bei den einzelnen staatlichen Behörden registrierten geografischen Angaben auf unterschiedliche Art und Weise und nach unterschiedlichen Gesichtspunkten geschützt. Die beim chinesischen Markenamt als Kollektiv- oder Gewährleistungsmarken eingetragenen geografischen Angaben genießen herkömmlichen markenrechtlichen Schutz. Die beim AQSIQ registrierten geografischen Angaben erlangen eine Art von Verwaltungsschutz nach dem Produktqualitätsgesetz. Danach stellt die Benutzung einer geografischen Angabe für ein Erzeugnis mit geografischen Angaben ohne die Genehmigung der AQSIQ eine Verletzung des chinesischen Produktqualitätsgesetzes dar. Der Schutz geografischer Angaben, die beim chinesischen Landwirtschaftsministerium registriert sind, dient der Wahrung der Qualität und der besonderen Eigenschaften von Agrarerzeugnissen und soll deren Konkurrenzfähigkeit auf dem Markt verbessern. Auch hierbei handelt es sich um eine Art öffentlich-rechtlichen Schutz. 269

Vergleicht man den markenrechtlichen Schutz geografischer Angaben mit den beiden anderen genannten Schutzmöglichkeiten in China, empfiehlt es sich, die geografische Angabe als Kollektiv- oder Gewährleistungsmarke anzumelden. Eine solche Eintragung der Marke verleiht dem Markeninhaber ein ausschließliches Recht zur Verwendung der geografischen Angabe in China. Darüber hinaus besteht ein landesweites Netz der Industrie- und Handelsverwaltungen, die Marktaufsicht ausüben und Markenrechtsverletzungen auf- 270

decken. Daraus resultiert ein äußerst wirksamer Schutz geografischer Angaben als Marken. Ferner kann der Verletzer nach dem Markengesetz öffentlich-rechtlich, zivilrechtlich und sogar strafrechtlich zur Verantwortung gezogen werden. Im Gegensatz hierzu führen die beiden anderen Schutzmöglichkeiten lediglich zu einer verwaltungsrechtlichen Verfolgung des Verletzers. Aus all diesen Gründen besitzt nur der markenrechtliche Schutz geografischer Angaben eine reale Abschreckungswirkung.

- 271 Erwähnt sei noch, dass nach dem Markengesetz und den Maßnahmen zur Verwaltung geografischer Angaben für Agrarerzeugnisse entsprechend Erlassen der Staatsverwaltung für Industrie und Handel bzw. des Landwirtschaftsministeriums die geografische Angabe und das amtliche Kennzeichen gleichzeitig verwendet werden müssen.

F. Namen

- 272 In diesem Abschnitt soll näher auf den Namen natürlicher Personen eingegangen werden, da die Namensrechte von Unternehmen und anderen Geschäftsorganisationen bereits im Rahmen des Abschnitts über Unternehmenskennzeichen behandelt worden sind (siehe oben).
- 273 Nach den Allgemeinen Grundsätzen des Zivilgesetzbuchs haben alle Bürger das Recht auf einen persönlichen Namen und sind berechtigt, diesen nach Maßgabe der einschlägigen Bestimmungen festzulegen, zu benutzen und zu ändern. Beeinträchtigung, Anmaßung oder Falschdarstellung von Personennamen ist verboten.
- 274 Da die Bürger nach dem Gesetz ihren persönlichen Namen selbst bestimmen können, ist das Nebeneinanderbestehen identischer Personennamen rechtmäßig und auch unvermeidlich. Gleichzeitig sind in den Allgemeinen Grundsätzen des Zivilgesetzbuchs drei Verletzungstatbestände aufgeführt: Beeinträchtigung, Anmaßung und Falschdarstellung von Personennamen.
- 275 Jedermann hat das persönliche Recht, seinen Namen zu bestimmen, so dass die Koexistenz identischer Namen zahlreicher Personen nur dann rechtswidrig ist, wenn einer der vorgenannten Verletzungstatbestände erfüllt ist.
- 276 Die Sachlage ist komplizierter, wenn es um einen Geschäftsbetrieb geht, weil dann der Personenname ein gewerbliches Kennzeichen mit wirtschaftlichem Wert darstellt.
- 277 In der Praxis werden Personennamen hauptsächlich als Marken- bzw. Handelsnamen im Rahmen gewerblicher Tätigkeiten verwendet. Der Schutz von Personennamen soll daher verhindern, dass Dritte einen identischen Namen als Marke bzw. Handelsnamen anmelden oder benutzen.
- 278 Um einen Personennamen im Rahmen einer Geschäftstätigkeit schützen lassen zu können, bedarf es in der Regel eines schutzfähigen vorrangigen Vermögensrechts oder -interesses. Da die Personennamen normaler Bürger keinen wirtschaftlichen Wert besitzen, ist damit auch kein Vermögensrecht verbunden. Solche Namen werden nur sehr selten gewerblich geschützt. Lediglich Prominenten- und Politikernamen, die allgemein bekannt sind und einen Vermögenswert besitzen, können geschützt werden.
- 279 Marken, die aus den Namen von Prominenten oder Politikern bestehen, sind nach dem Markengesetz nicht eintragungsfähig bzw. können für ungültig erklärt werden. Allerdings ist insofern zwischen Namen von Prominenten und Namen von Politikern zu unterscheiden. Ein Zeichen, das aus einem Politikernamen besteht, gilt als Beeinträchtigung sozialistischer Moral und Gebräuche oder in sonstiger Weise als ungesunder Einfluss, so dass hier ein absolutes Eintragungshindernis entgegensteht (Art. 10 Abs. 8 Markengesetz). Die Eintragung einer Marke, die aus dem Namen eines Prominenten besteht, wird normalerweise als Kollision mit dem Prioritätsrecht des betreffenden Prominenten an seinem Namen betrachtet, so dass in diesem Fall ein relatives Eintragungshindernis vorliegt. Eine klare Unterscheidung zwischen Namensschutz durch absolute und Namensschutz durch relative Eintragungshindernisse ist jedoch schwierig. Die Eintragung der Marke „Einstein“ wurde

zum Beispiel wegen eines absoluten Eintragungshindernisses von der Eintragung ausgeschlossen, obwohl es keinen Politiker namens Einstein gibt.

Die Eintragung und/oder Benutzung von Prominenten- oder Politikernamen als Marken verstößt in der Regel auch gegen das Gesetz über den unlauteren Wettbewerb. Voraussetzung für den wettbewerbsrechtlichen Schutz von Personennamen ist jedoch, dass diese durch Benutzung oder auf sonstige Weise gewisse Verkehrsgeltung erlangt haben. 280

Als persönlicher Name einer Person ist nicht nur der bürgerliche Name, sondern auch ein Pseudonym oder ein Künstlername geschützt. 281

Auch die Namen von Ausländern können in China geschützt werden, allerdings nicht nach den Allgemeinen Grundsätzen des Zivilgesetzbuchs, sondern nach dem Gesetz über den unlauteren Wettbewerb. Das Namensbestimmungsrecht nach den Allgemeinen Grundsätzen des Zivilgesetzbuchs steht nämlich nur chinesischen Staatsangehörigen zu und kann daher von Ausländern nicht geltend gemacht werden. Der wettbewerbsrechtliche Schutz greift hingegen ein, wenn es sich um ein gewerbliches Zeichen handelt. Ist also der Name des Ausländers ein gewerbliches Zeichen in diesem Sinne, d. h. hat er eine gewisse Bekanntheit auf dem Markt in China erlangt, ist er schutzfähig. 282

Darüber hinaus werden Namenskollisionsfälle nach dem Gesetz über den unlauteren Wettbewerb entschieden. 283

G. Sonstige Zeichen

Unter den Begriff „andere Zeichen“ fallen in China Geschmacksmuster, Handelsnamen von Arzneimitteln, Sortenbezeichnungen für Pflanzenarten, spezielle Bezeichnungen, Verpackungen oder Aufmachungen bekannter (well-known) Produkte usw. 284

Die Eintragung von Geschmacksmustern gehört zum Regelungsbereich des chinesischen Patentgesetzes; Anmeldungen sind beim staatlichen Amt für gewerblichen Rechtsschutz einzureichen. 285

Die staatliche Lebensmittel- und Arzneimittelverwaltung (SFDA) ist für Eintragung und Aufsicht im Bereich der Arzneimittel in China zuständig. Der Handelsname jedes einzelnen Arzneimittels ist bei der SFDA zu registrieren, andernfalls ist dessen Herstellung und Vertrieb in China unzulässig. Nach den Bestimmungen über die Arzneimittelregistrierung und den Grundsätzen der Nomenklatur für Handelsnamen von Arzneimitteln ist jedem Arzneimittel ein einziger bestimmter Handelsname zugewiesen. Der Handelsname eines auf dem Markt befindlichen Arzneimittels ist daher einmalig – wer identische oder ähnliche Handelsnamen verwendet, handelt rechtswidrig und haftet verwaltungs- oder zivilrechtlich. Der Handelsname von Arzneimitteln kann auch als spezielle Bezeichnung eines bekannten Produkts im Sinne des Gesetzes über den unlauteren Wettbewerb geschützt werden, wenn er auf dem Markt hohe Wertschätzung genießt. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, den Handelsnamen eines Arzneimittels als Marke anzumelden und damit entsprechenden markenrechtlichen Schutz zu erlangen. 286

Gemäß der vom Staatsrat erlassenen Verordnung über den Schutz neuer Pflanzensorten bezeichnet der Begriff „neue Pflanzensorte“ eine gezüchtete Sorte oder eine aus einer entdeckten natürlich vorkommenden Pflanze entwickelte Sorte, die neuartig, unterscheidungskräftig, einheitlich und stabil ist und die mit einer adäquaten Bezeichnung versehen ist. Die Bezeichnung für die neue Pflanzensorte kommt nur einmal vor; wer diese Bezeichnung ohne Genehmigung verwendet, handelt rechtswidrig und haftet verwaltungs- und zivilrechtlich. 287

Die spezielle Bezeichnung, Verpackung oder Aufmachung eines bekannten Produkts (well-known) ist nach dem Gesetz über den unlauteren Wettbewerb geschützt. 288