

PAUL HARTMANN AG, 始创于 1818 年, 是一家从事医疗保健产品的国际制造商, 在全球约有 11,000 名员工。公司的核心业务领域包括创面治疗、失禁护理、手术室风险防护以及消毒。Hartmann 集团下设有多个附属公司和分支品牌, 如 Dermaplast[®]、Sterillium[®]、MoliCare[®]、cosmos[®] 等。

PAUL HARTMANN AG 的使命是通过采取负责任的行动和节约资源, 改善全球医疗保健服务并取得经济成功。



Julia Jansen
非技术知识产权高级专家
PAUL HARTMANN AG



当我们或我们国外的同事发现网络上存在品牌侵权行为, 我们首先联系的就是 CSC。



CSC 采访了非技术知识产权高级专家 Julia Jansen, 她负责管理 Hartmann 集团的商标 (注册、防御和续约)、设计以及域名管理 (已注册 1,200 多个域名) 和品牌保护等业务。Hartmann 集团的商标组合包括 5,000 多个商标。

网络形象对于 Paul Hartmann AG 有多重要?

我们的产品面向医生、健康保健从业者和护士等专业人士, 以及终端消费者。因此, Hartmann 集团必须维护其网络形象。如今, Hartmann 旗下产品和服务的网络销量不断增加, 在社交媒体上也有体现。

Paul Hartmann AG 面临何种挑战和数字威胁?

我们已经具备处理域名抢注方面的经验。我们旗下最重要的商标之一在多个欧洲国家代码顶级域名 (ccTLD) 中以细微拼写修改 (只有一个“l”, 而不是两个) 的名称被注册, 然后出价给我们购买。

在产品防伪方面, 伪造产品的数量更是呈指数级增长, 特别是自新冠肺炎疫情开始以来尤甚。Sterillium 是我们在全球范围内最重要的消毒产品之一, 在新冠肺炎疫情期间, 其伪造商品层出不穷, 几乎难以管控。

您能否告诉我们 Paul Hartmann AG 正在面临着哪类品牌问题? 以及您们如何处理此类事故?

盗用我们名称和知名品牌的第三方产品问题严重。鉴于我们活跃在医疗保健领域, 而且制造医疗产品, 因此, 能让消费者和终端用户信任我们产品的质量尤其重要。伪造商品可能有损人体健康。因此, 我们会充分利用法律武器——发送警告信、封锁手段以及提起民事诉讼甚至刑事诉讼等, 以此竭力打击伪造商品和商标侵权行为。

但在欧洲地区之外, 则很难对此类商标侵权行为采取行动。

您为何认为这对贵公司或客户是一项大患？

我们奉行客户至上原则。一贯致力于超越客户期望。因此，杜绝伪造商品和假冒网站对我们至关重要。

通过与 CSC 合作, 您们管理品牌侵权的方式发生了怎样的变化? 您们的整日常工作又有怎样的改进?

我们使用了 CSC 的域名注册和管理服务以及品牌保护服务。当我们或我们国外的同事发现网络上存在品牌侵权行为, 我们首先联系的就是 CSC。

您会向其他人推荐 CSC 吗?

绝对会! 通过与 CSC 在品牌保护领域的密切合作, 我们取得了巨大的成就。我们认为, 在 CSC 的帮助下, 我们公司的互联网环境已得到妥善清理。双方合作之初, 我们在网上面临的伪造商品数不胜数, 而且难以应付。但是, 经过 CSC 两年半多的积极支持后, 情况已经大有好转。