

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort	5
Einführung	13
Die Grundlagen des Strategischen IP-Managements	19
Stellenwert des IP-Managements für Unternehmen und seine Entwicklung	30
Dynamik der Veränderung	30
Innovationskraft und Innovationswille	31
Zukunftssicherung	31
Sinn und Zweck des IP-Managements	32
IP-Bestandteile	33
Wachsende Bedeutung von IP	34
Zukunftspotenzial und strategische Ressource	35
IP-Reaktionspotenzial	36
Erweiterung der Handlungsmöglichkeiten/Gewinn eigener Handlungsfreiheit	36
Erfolgsfaktor IP-Management	37
IP-Management und Wahrnehmung des Unternehmens	38
IP-Management im Verhältnis zur Konkurrenz	38
IP-Management als Teil des unternehmerischen Risikomanagements	38
Strategisches IP-Management (SIP)	39
Implementierung von IP-Rechten	45
Sicherung der Wertschöpfung durch schutzfähige Forschungs- und Entwicklungsergebnisse	46
Erwerb vielfach geschützter Wettbewerbspositionen	48
Abschotten von Entwicklungsmöglichkeiten zulasten von Konkurrenten	48

Externe Kommerzialisierung der unternehmenseigenen Technologie	49
Verbreiten der Innovationsstärke in der Unternehmenskommunikation	49
Strategien des SIP	50
Organisationsstrategie	50
Informationsstrategie	51
Strategie der Schutzbegründung	51
Kooperationsstrategie	53
Kommunikationsstrategie	53
Verwertungsstrategie	54
Kontrollstrategie	54
Verteidigungsstrategie	54
Implementierung des strategischen IP-Managements	55
Disziplinen und Werkzeuge des SIP	
Basis: Schaffen und Sichern von Vorsprungspositionen	56
Schaffen von Schutzrechtspositionen	77
Strategische Schaffung von Schutzrechtspositionen / Schutzrechtsanmeldungen	79
Gute Ideen unter Schutz stellen	85
Marken/Kennzeichen	99
Patente	116
Schutz von Know-how/Schutz von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen bzw. Unternehmens- und Wirtschaftsgeheimnissen	125
Schutzrechtsportfolios	129
Markenmanagement	136
Patentmanagement	140
SIP und Unternehmensfinanzierung	150
Mit dem Rechtsschutz synergetisch wirkende faktische Schutzmaßnahmen	153
IP-Audit - Audit des geistigen Eigentums	155
Systematischer Designschutz	170
Zusammenfassung	209

Kommunikationsorientierter Ansatz	211
Verknüpfung von SIP mit der Integrierten Unternehmenskommunikation (IUK)	211
Die Bedeutung einzelner Schutzrechte	215
Patente	215
Marken	217
Geschmacksmuster („Design“)	221
Geistiges Eigentum im Wettbewerbsrecht	223
Anhang	227
Anhang 1: Fragenkatalog SIP für Entscheider	227
Anhang 2: Betrachtung der Problematik mit systemtheoretischem Ansatz	228
Anhang 3: Checkliste SIP	230
Anhang 4: IP-Audit - Prüfungsstruktur (umfassendes IP-Audit)	233
Anhang 5: IP-Audit-Fragebogen	241
Abkürzungsverzeichnis	249
Literaturverzeichnis	251
Stichwortverzeichnis	255
Der Autor	259