

Vorwort	V
Abbildungsverzeichnis	XI
1 Erfolg mit der 360° IP-Strategie	1
1.1 IP als Gewinntreiber: Warum lohnt es sich dieses Buch zu lesen ..	1
1.1.1 Die digitale und globale Agenda	2
1.1.2 Das 4P-Konzept	4
1.1.3 IP-Management braucht Führung	7
1.1.4 Die Ergebniswirksamkeit von IP	10
1.1.5 Die praktische Umsetzung von IP-Management	12
1.2 Integriertes IP-Management ist die Summe der Maßnahmen	15
1.2.1 Das Integrierte IP-Managementsystem ist die Basis für den Erfolg	16
1.2.2 Geschäftsmodell und Wettbewerbsstrategie: Die Weichen für das IP-Management richtig stellen	22
1.2.3 Prozesse und Organisation zur Umsetzung der Strategie	26
1.2.4 Controlling und Tools: Erfolgsfaktor Konfiguration	30
1.2.5 Das Marketinginstrument IP für rechtlich durchsetzbare Alleinstellung	34
1.3 Die Führungsperspektive	40
1.3.1 Festlegung des Strategieziels	40
1.3.2 Erfolg durch multidisziplinäre Teams	44
1.3.3 Die IP-Kultur im Unternehmen gestalten	46
1.4 Die strategische Perspektive	50
1.4.1 Die 360° IP-Strategie	51
1.4.2 Wirkungen von IP im Geschäftsmodell: Die Zielmatrix	54
1.4.3 Strategiumsetzung Step-by-Step	59
Fallstudie Thermomix.....	62
2 Methoden und Werkzeuge	67
2.1 Bedarf erkennen und charakterisieren	67
2.1.1 Den Bedarf an IP im Geschäftsmodell analysieren	68
Fallstudie Stöbich	74
2.1.2 Evaluierung des IP-Bedarfs in der Innovation: Intellectual Property Function Deployment	79
Fallstudie Wilo	98
2.1.3 IP-Bedarf im Markenmanagement	105
Fallstudie ABUS	118

2.2 Bedarf decken	124
2.2.1 Strukturieren der Unternehmenskompetenzen in der Knowledge Map	124
Fallstudie ARRI	137
2.2.2 Synthetisches Erfinden als Grundlage gezielt hergestellter Exklusivitätssphären	143
2.3 Reporting und Controlling	154
2.3.1 Einhaltung von Zeit- und Kostenzielen durch IP-Projektcontrolling	155
2.3.2 Wirkungsanalyse durch IP-Assetcontrolling	162
2.4 Integration in den Innovations-/Produktentwicklungsprozess ...	168
2.4.1 Dem Entwicklungsfortschritt angemessenes, kontinuierliches Risikoscreening: Freedom of Action	168
2.4.2 IP-Prozessmodellierung zur Schaffung geeigneter Schnittstellen für die Entwicklung und Umsetzung einer 360° IP-Strategie	173
Fallstudie IFM	180
3 Die interne Perspektive	187
3.1 Veränderungsprojekt IP-Management erfolgreich umsetzen	188
3.1.1 Erfolgsfaktoren der Umsetzung	189
3.1.2 Projektziele und Stakeholder	192
3.1.3 Leuchtturmprojekte – Auswahl und Durchführung	196
3.2 IP-Informationsmanagement	204
3.2.1 Daten-, Informations- und Wissensmanagement	205
3.2.2 Information als zentrales Element der IP-Strategie	208
3.2.3 Herausforderungen des IP-Informationsmanagements – Informationsquellen und Informationsqualität	213
3.2.4 Referenzmodell des IP-Informationsmanagements	214
3.3 Praxisorientierter Vorschlag zum Aufbau eines toolgestützten IP-Informationsmanagements	216
3.3.1 Informationselemente und Informationsstruktur	217
3.3.2 Umsetzung ausgewählter Funktionen der IP-Strategieentwicklung	219
3.3.3 Patentüberwachung als zentrale Funktion im integrierten IP-Management	224
3.4 Roll-Out und nachhaltige Veränderung der „IP-Kultur“	227
3.4.1 Evaluierung der Ist-Situation	228
3.4.2 IP-Prozesselemente im Innovations- und Produktentwicklungsprozess	238
3.4.3 Schulung und Coaching	240
3.4.4 Qualitätssicherung durch Auditierung	244
Fallstudie Thermomix	248
4 Erfolgsprinzipien der 360° IP-Strategie	255
Stichwortverzeichnis	259