



■ ■ ■ **WURZER & KOLLEGEN**
IP MANAGEMENT CONSULTING

UNTERNEHMENSPORTRÄT

Ein Patent ist noch kein Monopol

Um mit IP* wirklich Exklusivität zu erreichen, muss es als strategisches Instrument eingesetzt werden.

Unternehmen verstehen IP hauptsächlich als Schutz ihrer Erfindungen und übersehen dabei seine direkte Wirkung auf den Markt und die Zahlungsbereitschaft der Kunden.

Wer exklusive, nachhaltige und verteidigbare Marktpositionen aufbaut, kann Premiumpreise und -marktanteile erreichen. Verbotrechte liefern als strategisches Instrument den Schlüssel dazu.

Durch frühzeitige und systematische Nutzung moderner Verbotstrategien können sich Unternehmen zudem einen Zeitvorsprung im Wettbewerb sichern.

*IP = Intellectual Property (Geistiges Eigentum):
z.B. Patente, Marken, Designs, Urheberrecht ...

Eine wirksame IP-Strategie erfordert die Zusammenarbeit sämtlicher relevanter Funktionen. Eine entscheidende Rolle spielen dabei auch Marketing, Vertrieb und Produktmanagement: Sie bringen umfassendes Wissen über Differenzierungspotenziale ein.

Unternehmen, die ihre IP-Strategie am Geschäftsmodell ausrichten und in der Organisation verankern, können ihre Marktposition ausbauen und die Profitabilität spürbar verbessern – unsere Kunden bestätigen das.

IP ist nicht nur „Aufgabe der Patentabteilung“. IP Excellence muss eine Fähigkeit des Unternehmens werden.

Wir zeigen Ihnen, wie das geht.

F E E D B A C K

„WURZER & KOLLEGEN haben es mit ihrem integrierten Ansatz in kürzester Zeit geschafft, unsere auf Patente ausgerichtete IP-Strategie in eine kunden- und wettbewerbsorientierte Strategie umzuwandeln. Besonders zu erwähnen ist hier die praktische, hands-on-orientierte Vorgehensweise, in der WURZER & KOLLEGEN hochkarätige Experten einbinden konnten, die das Projekt schnell und für uns ressourcenschonend zu exzellenten Resultaten führte.

Durch das Einführen des integrierten, aber sehr fokussierten Ansatzes wurden nicht nur bessere, in sich greifende Schutzmechanismen erarbeitet, sondern auch große Summen eingespart, die nun in den strategisch wichtigeren Feldern eingesetzt werden können.“

Dirk Reznik, CEO
Thermomix Vorwerk International Strecker & Co.

„Mit WURZER & KOLLEGEN konnten wir methodisch eine IP-Strategie entwickeln, die es uns ermöglicht, IP aktiver als Wettbewerbsinstrument einzusetzen, um die wirtschaftlichen Potenziale unserer Innovationen besser auszuschöpfen.“

Martin Buck, Vorsitzender der Geschäftsführung
ifm electronic gmbh

„WURZER & KOLLEGEN hat uns beim Aufbau und bei der Organisation eines IP-Managements unter Kosten-/Nutzen-Gesichtspunkten sehr konkret und praxisorientiert unterstützt. IP wird dabei in unserem Unternehmen zunehmend als aktives Asset verstanden. Mit Hilfe von WURZER & KOLLEGEN wird die IP-Strategie proaktiv an der Wettbewerbs- und Kundenwirkung ausgerichtet.“

Dr. Thomas Steffen, Geschäftsführer
RITTAL GmbH & Co. KG

„Mit der Methode zur systematischen Entwicklung einer IP-Strategie von WURZER & KOLLEGEN habe ich optimale Vorgaben um die wirtschaftlich relevanteste Patentanmeldung für das Unternehmen schreiben zu können. Das führt zu einer sehr effektiven Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Patentanwalt bei der Generierung von Verbiehtungsrechten.“

Dr. Malte Köllner, Patent Attorney (DE), European Patent Attorney, Schriftleiter der Zeitschrift „Mitteilungen der deutschen Patentanwälte“

Die Methodik von WURZER & KOLLEGEN zum Einsatz von IP in Geschäftsmodellen ist Best Practice im Business Development bei der SCHOTT AG.

Ausgaben für IP haben oft keinen realen Gegenwert

Aber IP kann konkrete wirtschaftliche Vorteile erschließen.
Im Zentrum steht auch hier der Kunde.

Fakten aus der betrieblichen Praxis

- Unternehmen sehen sich steigenden Anforderungen und Ausgaben für IP gegenüber – meist bei nur mäßiger Ertragswirkung.
- Mehr als 40 % aller betrieblichen Patente werden weder genutzt noch für strategische Zwecke gehalten. Einen nennenswerten wirtschaftlichen Wert haben unter 10 %.
- Echte Basiserfindungen und Grundlagenpatente werden in den meisten Branchen und Technologien immer seltener – gleichzeitig nimmt der Wettbewerb rasant zu.
- IP-Arbeit konzentriert sich meist auf den Schutz von Erfindungen. Ein wesentlicher Faktor wird dabei übersehen: die Zahlungsbereitschaft der Kunden für Produkteigenschaften und Leistungen.

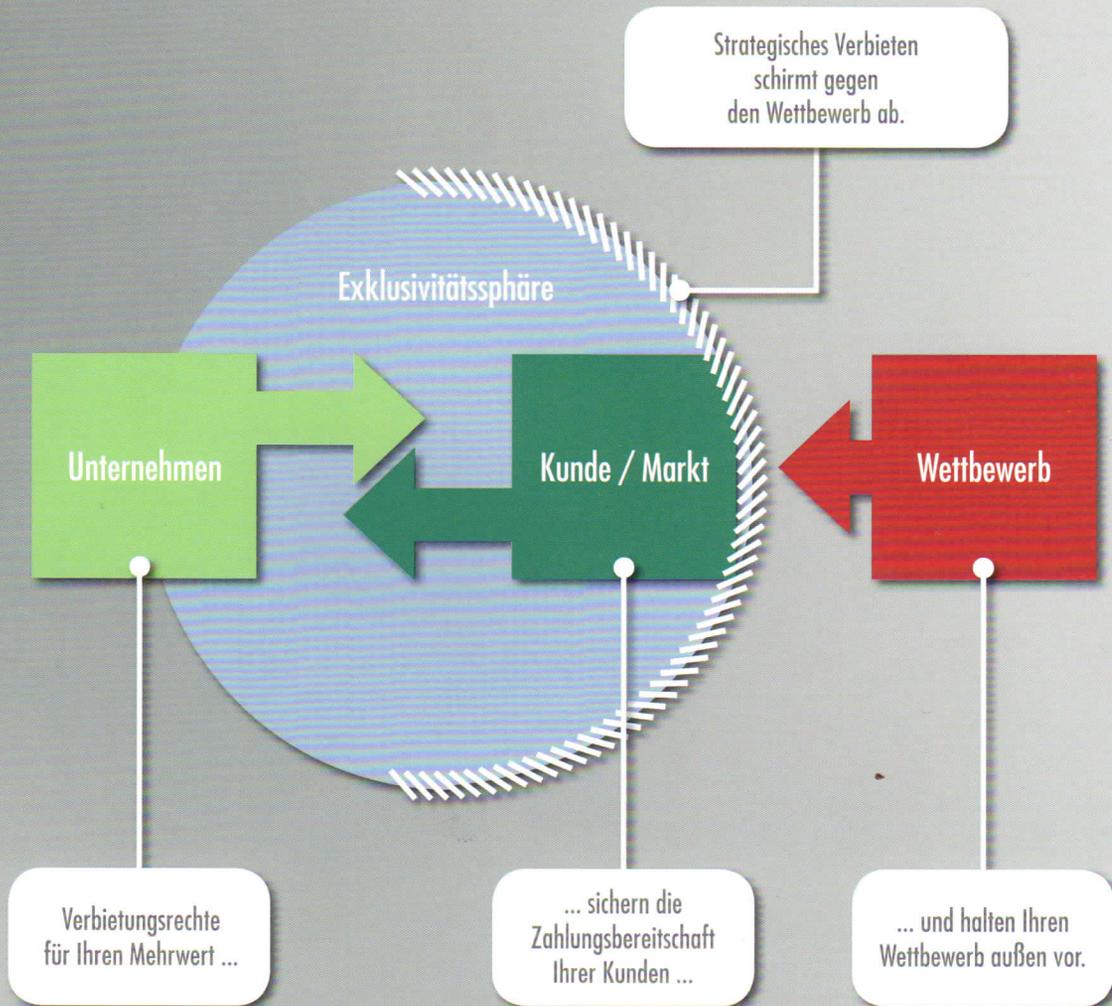
Fazit

Um IP im Differenzierungswettbewerb gewinnbringend einzusetzen, gibt es nur einen Weg: den Aufbau von Exklusivpositionen beim Kunden. Dies gilt vor allem für den Wettbewerb in reifen Technologien und Märkten.

Nicht jedes Unternehmen hat die Möglichkeit, IP in seinem Wettbewerbsumfeld ertragreich einzusetzen. Nur unter bestimmten Voraussetzungen kann IP den Unternehmenserfolg wirklich steigern.

Wir sagen Ihnen, was funktioniert.

MEHRWERT



Erfindungen ‚schützen‘ zu lassen genügt nicht

IP gibt Unternehmen Verbotensrechte an die Hand.
Hier liegt der Schlüssel zur Wettbewerbsstärke.

Erfindungsbezogene IP-Strategien verfolgen zwei klassische Ziele, die in der Verantwortung der Funktionen IP und F&E liegen.

1. Risiken minimieren

Die IP-Abteilung achtet darauf, keine Schutzrechte Dritter zu verletzen.

Betriebswirtschaftlicher Ansatz: Kosten vermeiden.

2. Imitationen unterdrücken

IP-Abteilung und F&E versuchen, Plagiate und Nachahmungen zu verhindern.

Betriebswirtschaftlicher Ansatz: Bereits eroberte Marktanteile sichern.

Moderne IP-Strategien ergänzen die klassischen Ziele: Hinzu kommt eine aktive Gestaltung marktwirksamer Verbotensrechte gegen den Wettbewerb.

3. NEUE OPTION: Strategisches Verbotens

Mit Hilfe von Verbotensrechten haben auch Marketing und Produktmanagement ein rechtliches Instrument zur Hand, um die Exklusivität für den Mehrwert Ihres Angebots zu sichern.

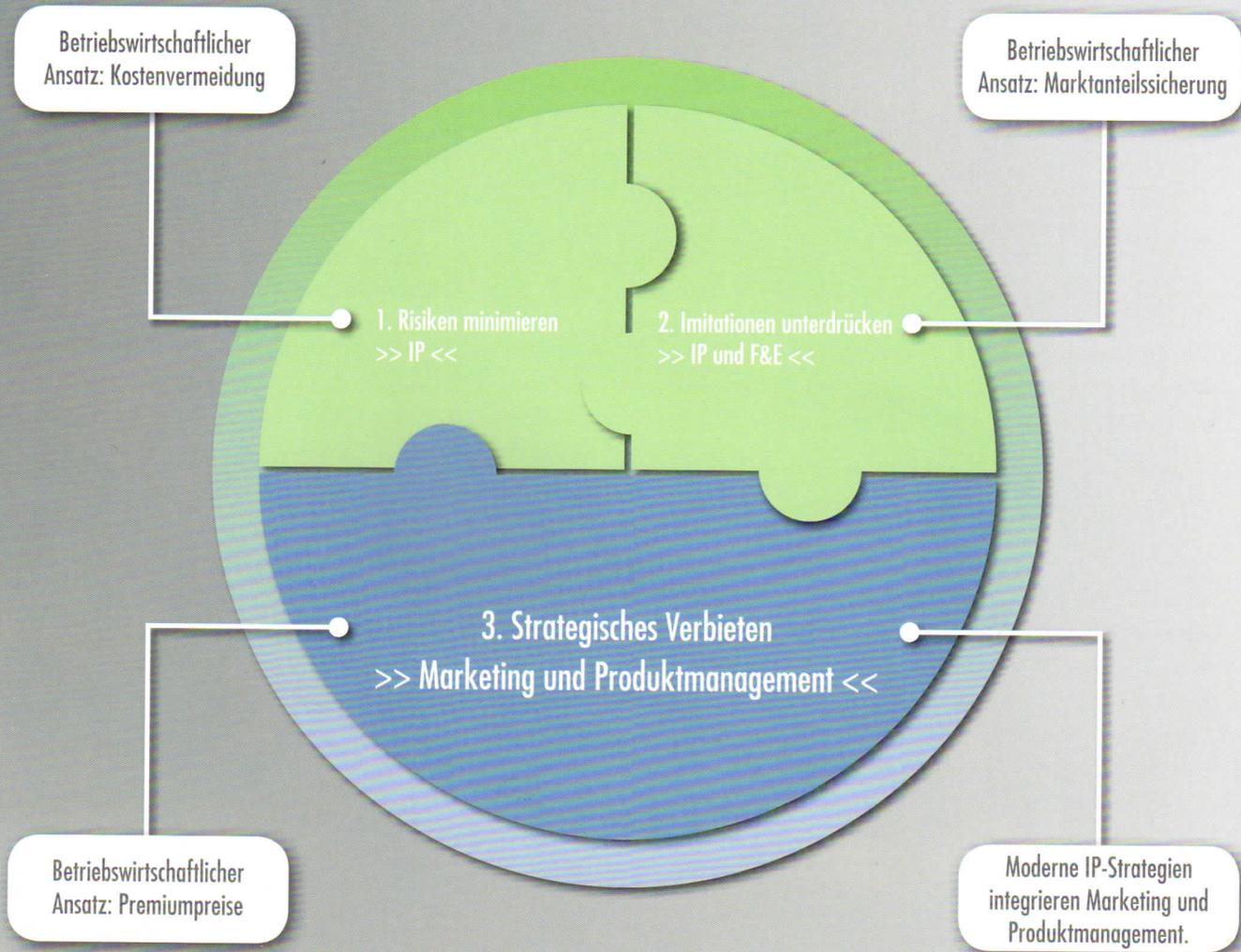
Betriebswirtschaftlicher Ansatz:

Durchsetzen von Premiumpreisen.

Aus betriebswirtschaftlicher Sicht liegt der Wert von Patenten nicht in den Erfindungen selbst und deren Beschreibung – sondern im resultierenden Verbotensrecht gegenüber dem Wettbewerb.

Wir zeigen Ihnen, wie Sie Ihr IP gestalten können.

NEUE OPTION



Strategisches Verbieten wird Teil des Marketings

Verbotungsrechte können Markteffekte gezielt hervorrufen.
Dazu muss IP ein Instrument des Marketings werden.

Verbotungsrechte helfen, exklusiven Kundennutzen zu schaffen und damit die eigene Marktposition zu verteidigen. Das erhöht die Freiheitsgrade im Marketing-Mix.

Preise durchsetzen

Wer seinen Mehrwert dauerhaft im Wettbewerb verteidigen kann, schöpft die Zahlungsbereitschaft des Kunden optimal ab.

Marktanteile gewinnen

Verbotungsrechte hindern den Wettbewerb daran, Kunden den gleichen Nutzen zu bieten.

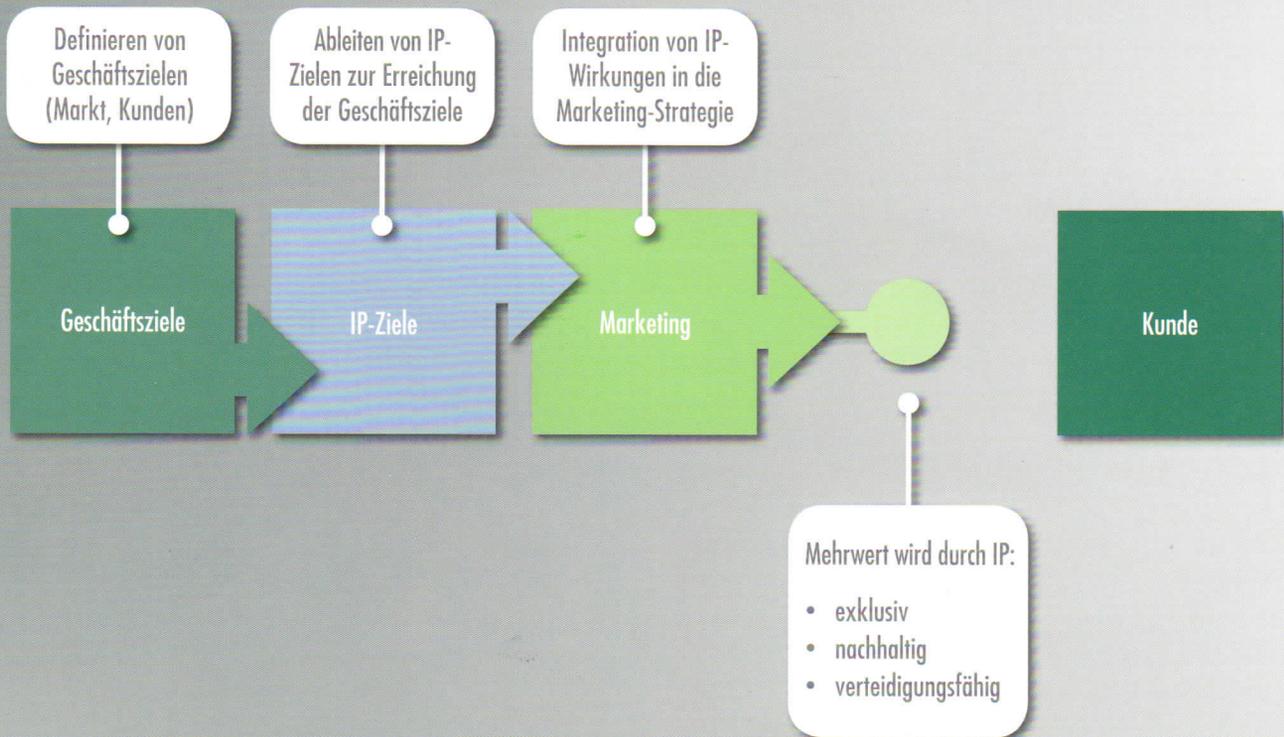
Kostenpositionen sichern

Wer sich den Zugriff auf Rationalisierungspotenziale sichert, kann den Wettbewerb am Aufbau überlegener Kostenpositionen hindern.

Wie IP im Einzelfall eingesetzt wird, hängt von den konkreten Wertschöpfungsstrukturen und Wettbewerbsbedingungen ab.

Wir helfen Ihnen, die IP-Ziele für Ihr Geschäft zu definieren.

ERFOLGSKONZEPT



IP liefert den Schlüssel zur exklusiven Marktposition

Das strategische Verbiehen ist eine First-Mover-Chance.
Der unternehmerische Wille ist die Grundvoraussetzung für den Erfolg.

Besonders wirksam ist strategisches Verbiehen, wenn es gelingt, dem Wettbewerb zuvorzukommen. Dazu sollte die Geschäftsleitung die Marktintelligenz des Unternehmens sehr gezielt einsetzen.

Einbindung der marktnahen Funktionen

IP muss gemeinsam mit dem Vertrieb, dem Marketing und dem Produktmanagement entwickelt und eingesetzt werden.

Übersetzung der Geschäftsziele in umsetzbare IP-Maßnahmen

Je nach spezifischer Situation und Positionierung des Unternehmens im Wettbewerb sind die Ziele der Strategie zu definieren. Best-Practice-Lösungen der Branche sind nicht unbedingt der Maßstab.

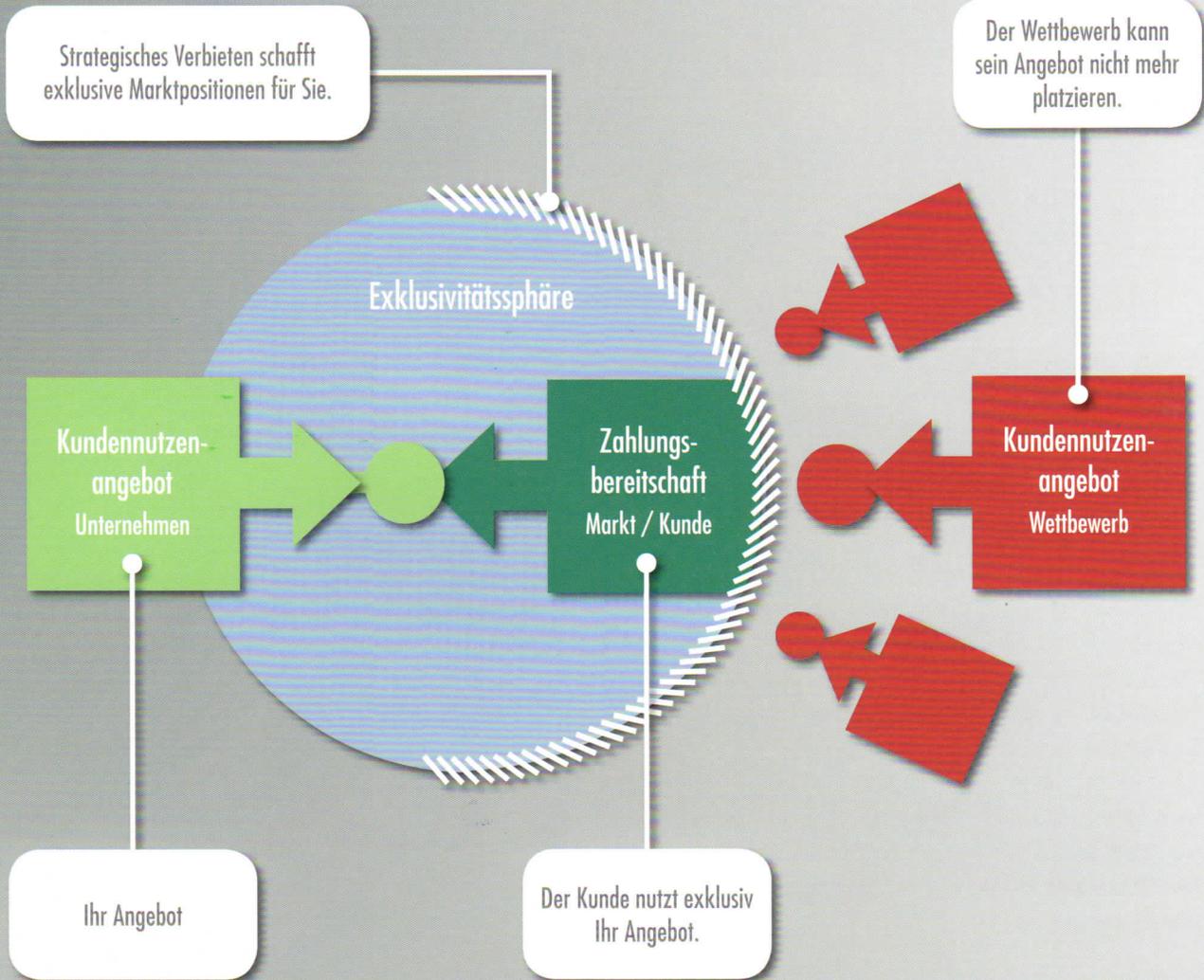
Anpassung der Rolle von IP im Innovationsprozess

Zur methodischen Einbindung der Marktintelligenz von Vertrieb, Marketing und Produktmanagement muss IP systematisch im Innovationsprozess verankert werden.

Klassisches IP schützt Produkteigenschaften – strategisches Verbiehen schafft exklusive, nachhaltige und verteidigbare Marktpositionen.

Wir helfen Ihnen, Ihre IP-Strategie zu optimieren.

ALLEINSTELLUNG



IP Excellence ist mehr als Best Practice

IP Excellence bedeutet effizientes Schaffen von Unternehmenswerten aus IP. Dies muss dauerhaft in der Firmenkultur verankert werden.

Eine nachhaltige Veränderung im Denken über IP entsteht aus echter Überzeugung. Um den konkreten Nutzen im Einzelfall aufzuzeigen, genügt die Begleitung eines einzigen Innovationsprojektes.

Passende IP-Strategie

Jede IP-Strategie muss sich an den Geschäftsstrukturen des Unternehmens und nicht primär an juristischen Fragen orientieren. Entscheidend für den Umsetzungserfolg ist die Einbindung der Funktionsbereiche und die wirkungsvolle Motivation aller Beteiligten.

Verankerung von IP Excellence

Für langfristige Wirksamkeit müssen die Ergebnisse des Projektes in der gesamten Organisation angewandt werden.

Controlling der IP-Ziele

Stringentes Controlling schafft Transparenz über die Zielerreichung und ermöglicht eine aktive Steuerung des Portfolios.

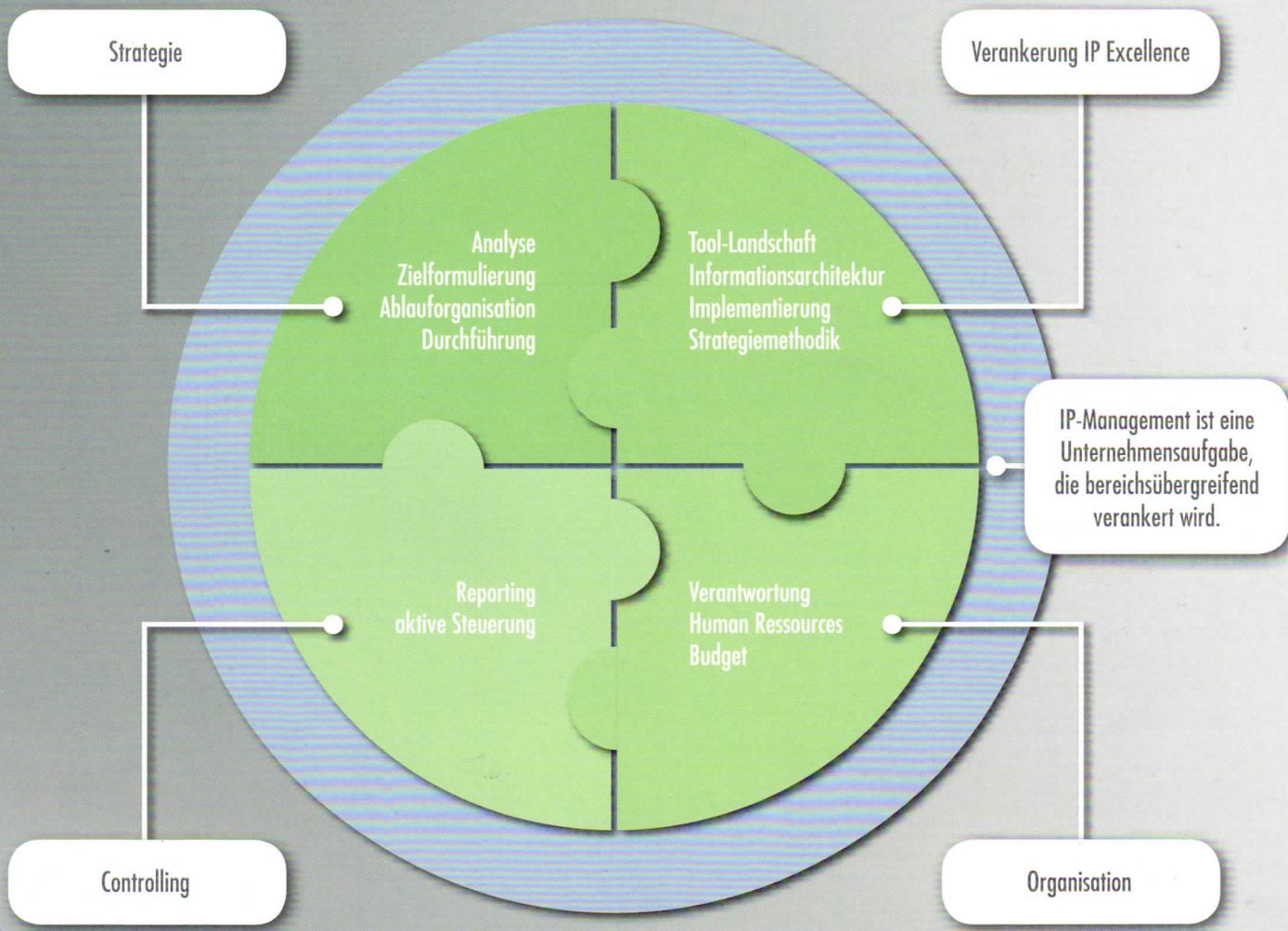
Organisation und System

Die organisatorischen und informationstechnischen Voraussetzungen sind anzupassen, um Systemlücken zu schließen.

Die rechtzeitige Gestaltung von Verbotungsrechten ist Teil des Innovations- und Produktentwicklungsprozesses.

Wir begleiten die Transformation, bis die Veränderung in Ihrem Unternehmen verankert ist.

CORPORATE-IP





Neues Denken schafft neue Erfolge

„Wo alle dasselbe denken, wird nicht viel gedacht.“ Karl Valentin

Unser Ausgangspunkt ist die Innovation bzw. das Markterfolgsszenario, nicht die Invention.

Wechsel der Perspektive

Wir unterscheiden ausdrücklich zwischen der Invention, dem Verbotungsrecht und der Innovation.

Trennung der Inhalte

Wir richten die Gestaltung der Verbotungsrechte an der angestrebten Marktpositionierung aus.

Ausrichtung an wirtschaftlichen Zielen

Wir integrieren die im Unternehmen vorhandene Marktintelligenz (Marketing, Produktmanagement, Vertrieb etc.) in die IP-Gestaltung.

Integration neuer Information

Wir sortieren die Schritte neu: Zuerst wird der angestrebte exklusive Mehrwert präzisiert – dann werden die dazu nötigen Verbotungsrechte gestaltet. Das „Warten auf Erfindungen“ ist Vergangenheit.

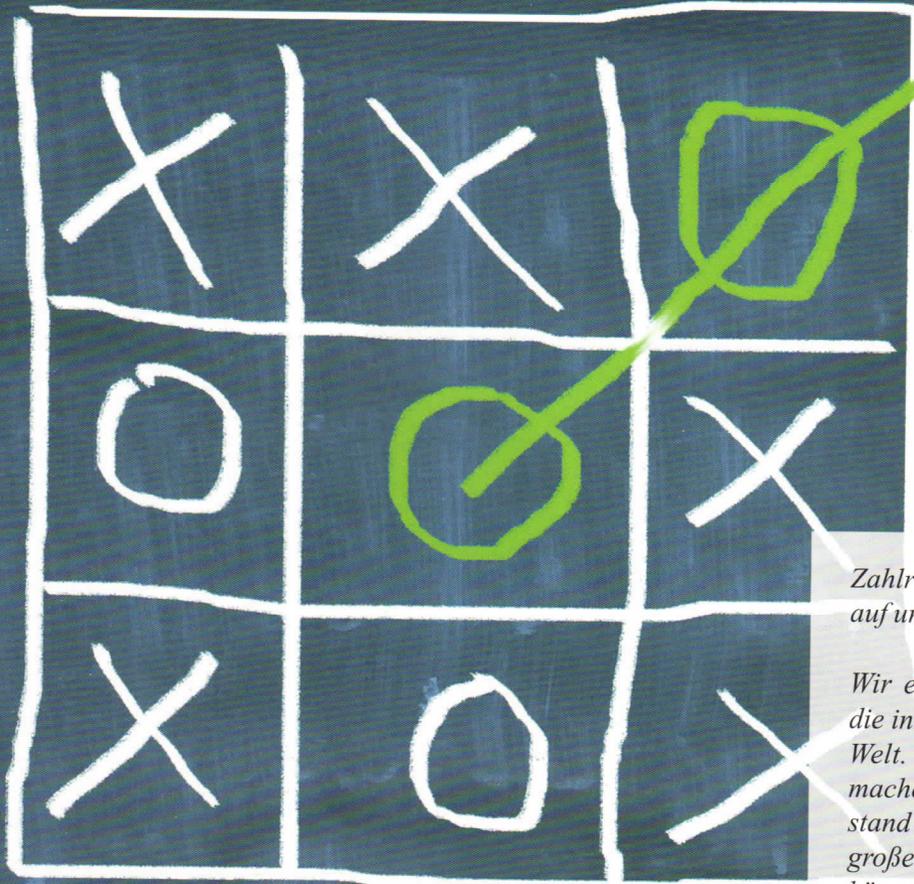
Wechsel der Reihenfolge

Durch den Einsatz unseres Methodenverbundes unterdrücken wir systematisch die Wirkung der Wettbewerbsangebote bei Ihren Kunden.

Optimierung der Exklusivitätsposition

IP Excellence als Managementsystem verbindet die IP-Strategiemethodik, den IP-Strategieprozess und die Werkzeuge zur Umsetzung und kontinuierlichen Verbesserung im Unternehmen.

Mit IP Excellence aktivieren Sie das Wissen Ihres Unternehmens für die Gestaltung der Zukunft.



Zahlreiche Unternehmen vertrauen auf unsere praxisnahen Lösungen.

Wir entwickeln IP Excellence für die innovativsten Unternehmen der Welt. Dieses Projekt-Know-how machen wir auch für den Mittelstand verfügbar. Dank unseres großen internationalen Netzwerks können wir für unsere Kunden jederzeit schnell und wirksam reagieren.



Unser Fokus ist Ihr IP-Erfolg

Gemeinsam mit Ihnen verankern wir IP Excellence in Ihrem Unternehmen.

Fokus auf Ihre Marktposition

Die mit unserer Hilfe gestaltete und umgesetzte IP-Strategie macht Ihre Markt- und Markenposition exklusiv, nachhaltig und verteidigungsfähig. So wird der wirtschaftliche Ertrag Ihrer angebotenen Mehrwerte durch den Einsatz von IP optimiert.

Fokus auf die Umsetzung

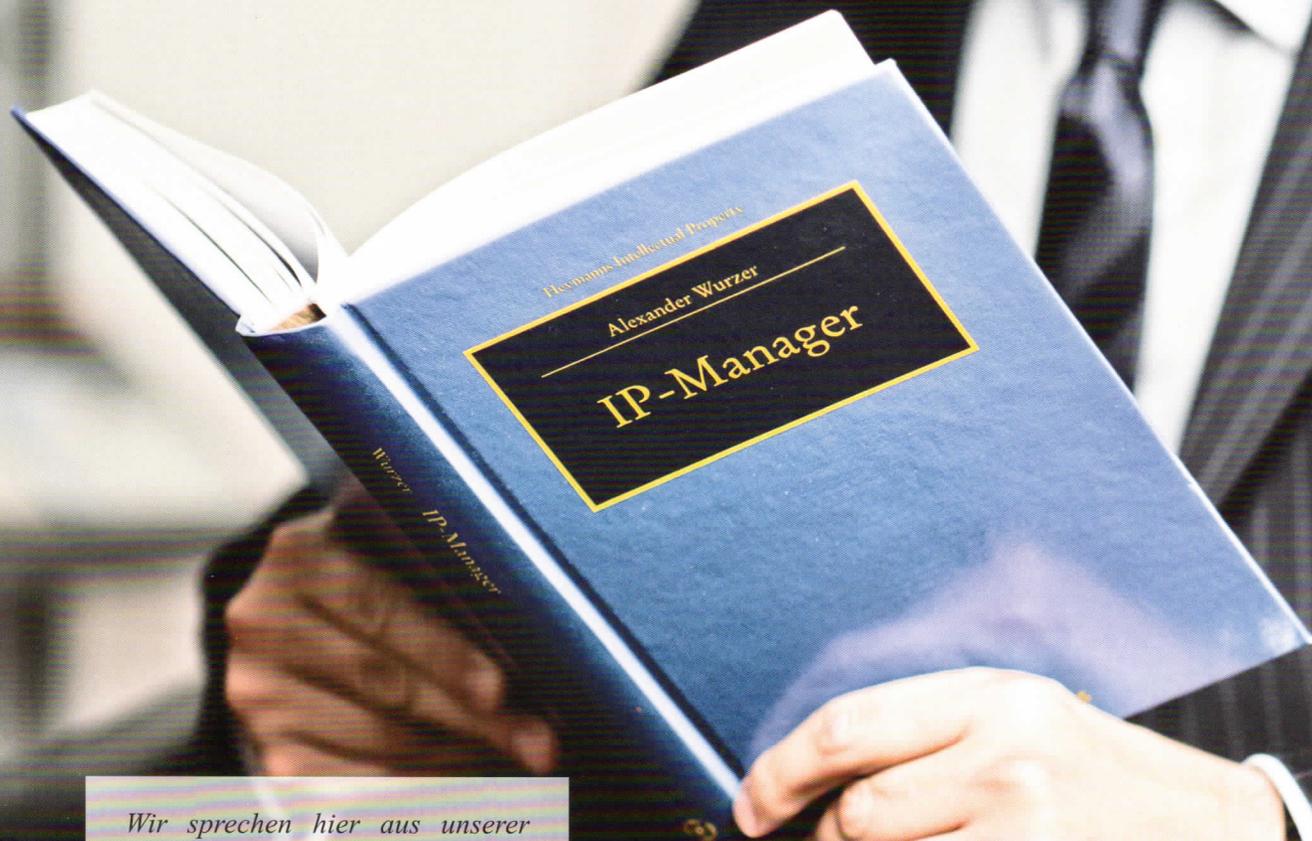
Unser systematisches und transparentes Vorgehen sichert den Wissenstransfer in Ihr Haus. Um das neue Denken organisatorisch zu verankern, sind meist nur wenige Korrekturen im Innovationsprozess erforderlich.

Fokus auf konkrete Ergebnisse

IP muss die gleichen Ansprüche an Transparenz, Nachvollziehbarkeit und Angemessenheit erfüllen wie andere Unternehmens-Assets. Unser strategisch ausgerichtetes Controlling ermöglicht es, den Erfolg Ihres IP-Investments wirksam nachzuhalten.

Unsere langjährige Erfahrung in der Unternehmensberatung sichert für unsere Kunden größtmögliche Umsetzungskompetenz und greifbare wirtschaftliche Erfolge.

Wir sagen Ihnen, wie Sie aus IP das Maximum für sich herausholen.



Wir sprechen hier aus unserer eigenen langjährigen Berufserfahrung als Berater und Gutachter. Das persönliche Gespräch, die individuelle Beratung haben Kundenbeziehungen geschaffen, die weit über kurzfristige Projekte hinausgehen. Wir tragen gern diese Verantwortung und sehen uns als Partner für die weitere erfolgreiche Entwicklung Ihrer IP Excellence.



Die Kompetenz unseres Teams: Grundlage für den gemeinsamen Erfolg

Aus dem Engagement und der Kreativität aller Beteiligten entsteht ein überzeugendes Gesamtergebnis.

WURZER & KOLLEGEN bündelt sein Know-how mit dem des Kunden – gemeinsam erzielen wir in enger und vertrauensvoller Zusammenarbeit messbare Ergebnisse. So leistet unsere Expertise einen relevanten Beitrag für die nachhaltigen Erfolge unserer Kunden.

Internationale Expertise

Unser Team hat hunderte Projekte in der Industrie erfolgreich betreut. Wir setzen neueste Erkenntnisse aus Wissenschaft und Forschung für Ihren wirtschaftlichen Erfolg um. Auch als Sachverständige und Gutachter sind wir europaweit anerkannt.

Berater mit Top-Qualifikation

Unsere Mitarbeiter rekrutieren wir aus den Top-Ausbildungszentren Europas. Spezialkenntnisse im Patent- und Markenmanagement sind bei uns ebenso vertreten wie Kompetenzen in den Bereichen Marketing, Vertrieb und Prozessmanagement.

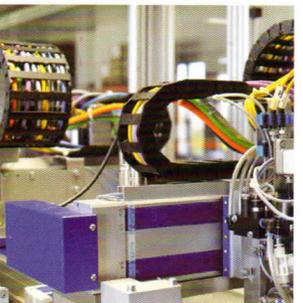
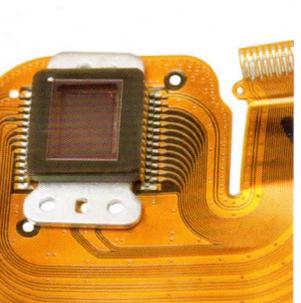
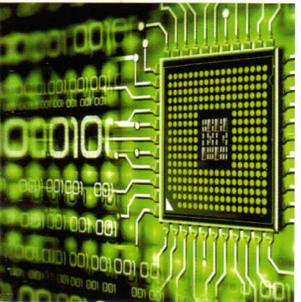
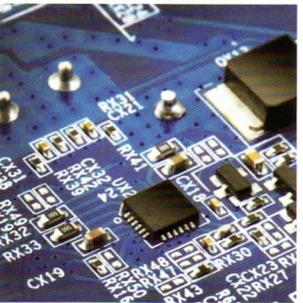
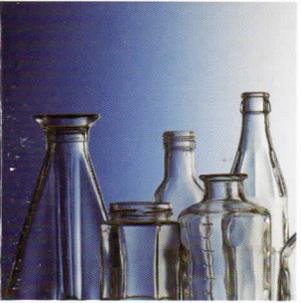
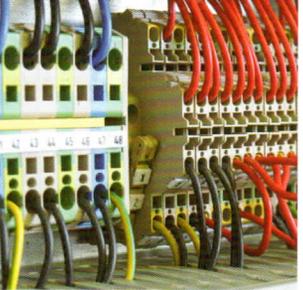
Im Austausch mit weltweit führenden Hochschulen, Industrieverbänden und Institutionen gestalten wir nicht nur die Diskussion über Best Practice, sondern entwickeln auch Konzepte für die „Next Practice“ im IP-Management.

Verbindung von Theorie und Praxis

Unsere Berater verbinden die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse mit fundiertem Praxiswissen sowie Projekterfahrung in Industrie und Wirtschaft.

*„Ein Geheimnis des Erfolgs ist,
den Standpunkt des anderen zu verstehen.“*

Henry Ford





WURZER & KOLLEGEN
IP MANAGEMENT CONSULTING

WURZER & KOLLEGEN GmbH
Thalkirchner Str. 2
D-80337 München

Telefon: +49 (0)89 74 63 92 - 0
Fax: +49 (0)89 74 63 92 - 60
E-Mail: kontakt@wurzer-kollegen.de
Internet: www.wurzer-kollegen.de