



IST

Fallstudienreihe

Innovation, Servicedienstleistungen und Technologie

Case Studies on

Innovation, Services and Technology



Patentstrategien

Torsten Frohwein

Fallstudienreihe **IST** 14/2009

ISSN 1869-3105



Universität Stuttgart

© Prof. Dr. Wolfgang Burr
Betriebswirtschaftliches Institut
Abteilung I - Forschungs-, Entwicklungs- und Innovationsmanagement

Herausgeber

Wolfgang Burr

Betriebswirtschaftliches Institut der Universität Stuttgart
Lehrstuhl für ABWL, Forschungs-, Entwicklungs- und
Innovationsmanagement

Keplerstrasse 17
70174 Stuttgart

Erscheinungsort

Stuttgart, Deutschland

Patentstrategien

Dipl. Vw. Torsten Frohwein

Lehrstuhl Forschungs-, Entwicklungs- und Innovationsmanagement

Prof. Dr. Wolfgang Burr

Universität Stuttgart

Keplerstrasse 17, 70174 Stuttgart

<http://www.uni-stuttgart.de/innovation>

e-mail: torsten.frohwein@bwi.uni-stuttgart.de

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	2
2. Fallstudie	2
3. Aufgabenstellung	5
3.1.1 Schutzzumfang.....	5
3.1.2 Grundlagen Patentstrategien.....	5
3.1.3 Basispatent.....	5
3.1.4 Patentstrategien und Patentfunktionen.....	5
4. Literatur	7
4.1 Literaturquellen.....	7
4.2 Weiterführende Literatur zum theoretischen Hintergrund der Fallstudie...	7
4.2.1 Literaturhinweise zu ‚Schutzzumfang‘	7
4.2.2 Literaturhinweise zu ‚Grundlagen Patentstrategien‘	7
4.2.3 Literaturhinweise zu ‚Basistechnologie‘	7
4.2.4 Literaturhinweise zu ‚Patentstrategien und Patentfunktionen‘	7

1. Einleitung

Der Umfang des Patentschutzes muss in der Patentanmeldung fixiert werden. Diese Fallstudie untersucht am Beispiel „Mach3 vs. Quattro“ die Bedeutung der Breite des Patentschutzes. Insbesondere wird auf Patentstrategien fokussiert und der Zusammenhang mit Patentfunktionen untersucht.

2. Fallstudie¹

Vier gegen Drei

Die beiden größten Hersteller von Nassrasierern liefern sich ein messerscharfes Duell. Dabei hat Wilkinson am Donnerstag in Düsseldorf eine neue Attacke von Weltmarktführer Gillette zunächst einmal erfolgreich pariert.

Gillette hatte Wilkinson wegen angeblicher Patentverletzung verklagt. Beim Erfolgs-Rasierer „Quattro“ mit vier Klingen werde das Drei-Klingen-Patent des Gillette-Rasierers „Mach 3“ abgekupfert, lautete der Vorwurf. Mit der Produktlinie Mach 3 hat Gillette im vergangenen Jahr nach eigenen Angaben mehr als 2 Milliarden Dollar Umsatz erzielt. Für Gillette ist der Mach 3 damit ein entscheidender Umsatzträger: Der Gesamtumsatz der Rasierersparte lag im vergangenen Jahr bei 3,4 Milliarden Dollar. Der Gillette-Konzern, zu dem unter anderem noch der deutsche Elektrogerätehersteller Braun und der Batterieproduzent Duracell gehören, wies einen Umsatz von 8,5 Milliarden Dollar aus.

Zehn Jahre lang arbeitete Gillette an dem Produkt „Mach3“. Im Verlauf der Entwicklungsarbeit beantragten die Gillette-Rasierforscher 35 Patente und gaben 1,2 Milliarden Dollar aus, einschließlich Werbeetat und Fertigungsanlagen in Berlin und Boston. Ergebnis aller Mühen: eine Rasierklinge. Geschützt ist die stufenweise Klingengeometrie und die Kombination des aus drei beweglichen und damit besser an die Gesichtsform anpassungsfähigen Rasiermessern bestehenden „Mach 3“ durch 35 Patente, die neben der tatsächlich verwendeten

¹ Die Inhalte der Fallstudie sind teilweise den im Literaturverzeichnis aufgeführten Quellen entnommen.

Technologie auch alle weiteren damals entwickelten Problemlösungsmöglichkeiten einschließen. Der Quattro hat der Klage zufolge eine sogenannte "stufenweise Klingengeometrie", die auch beim Mach 3 zu finden ist. Das bedeutet, eine Klinge ist beim Rasieren näher am Gesicht als die nächste, was eine gründlichere Rasur ermöglichen soll. Gillette hat nach eigener Aussage ein Patent auf diese Rasierer-Eigenschaft, daher sei das Produktdesign von Schick illegal. Doch die Patentkammer des Düsseldorfer Landgerichts befand, dass vier Klingen nicht gleich drei Klingen sind und schmetterte die Klage ab. Damit ging eine Runde im zunehmend bissiger geführten Wettbewerb der beiden Enthaarungs-Giganten an den Branchenzweiten Wilkinson. Das weltweite Geschäft mit Rasierklingen ist ein umkämpfter Milliardenmarkt, den Gillette bislang mit großem Vorsprung bei den Marktanteilen anführt.

Doch der Erfolg des Vier-Klingers „Quattro“ - seit einem Jahr auf dem Markt“ - hat den Branchenführer anscheinend nervös gemacht. Mit einem Sieg im Patentstreit hätte Gillette das Konkurrenzmodell vom Markt fegen und noch ordentlich Strafgeld kassieren können. Wortreich hatte Gillette-Anwalt Guntram Rahn am Mittwoch argumentiert, dass das Gillette-Patent einen dreistufigen Angriff auf das Barthaar umfasst, der nicht unbedingt nur mit drei Klingen geführt werden muss. Die vierte Klinge als Zugabe ändere nichts am Prinzip.

In den vergangenen Jahren schien sich Wilkinson mit seiner Rolle als Mitläufer im Markt zu begnügen und spezialisierte sich vor allem auf billigere Produkte. Wilkinson machte im Prozess geltend, dass im Gillette-Patent vor einer vierten Klinge regelrecht gewarnt werde. Die Rede sei darin immer von drei Klingen, nicht von Stufen im Prozess des Bartstutzens. Die vierte Klinge, dass musste auch Gillette einräumen, sei keineswegs eine geschickt montierte „Placebo-Klinge“, sie wirke durchaus auf die Haut. Um die für den Verbraucher wichtige Frage, welcher Rasierer denn nun besser rasiert, ging es in Düsseldorf unter den Augen von Patentrichter Thomas Kühn nicht. „Für eine brauchbare Rasur kann ich mich auch mit dem letzten Knüppel rasieren“, befand Wilkinson- Prozessvertreter Christian Osterrieth.

Je mehr Klingen, desto besser die Rasur - diese Marketing- Gleichung geht jedenfalls nicht auf. Mit jeder zusätzlichen Klinge drohen deren Zugkräfte nämlich, die gestresste Gesichtshaut des Rasierten zu zerreißen.

Entsprechend konstatierte die Stiftung Warentest nun, dass das Drei-Klingen-Modell etwas hautschonender rasiere. Doch im Reklame- Wettstreit der US-Konzerne scheint es nun nur noch eine Frage der Zeit, bis der erste Fünf-Klinger auf die Männergesichter losgelassen wird. Denn Richter Kühn befand nach wenigen Minuten Beratung messerscharf, dass das Gillette-Patent sich auf drei Klingen festlege und damit nicht alle weiteren Schneiden für sich reklamieren kann.

3. Aufgabenstellung

3.1.1 Schutzzumfang

Welche Formen der Festlegung eines Schutzzumfangs von Patenten kennen Sie? Erläutern Sie diese.

Erläutern Sie den Zusammenhang von Patentansprüchen und Patentfunktionen. Welche Art der Beeinflussung von Patentfunktionen folgt für Gillette aus dem Urteil des Landgerichtes Düsseldorf?

3.1.2 Grundlagen Patentstrategien

Nach welchen Kriterienausprägungen kann die grundlegende Ausrichtung einer Patentstrategie bemessen werden? Beschreiben Sie mögliche Formen, wie Patentstrategien grundsätzlich eingeordnet werden können und erläutern Sie diese kurz. In welche Kategorie lassen sich die Patentstrategien von Gillette und Wilkinson einordnen? Begründen Sie Ihre Antwort.

3.1.3 Basispatent

Was ist unter einem Basispatent zu verstehen und welche Wirkungen besitzen sie? Auf welchem/n Basispatent/en baut Gillette mit dem „Mach 3“ auf? Konnte Gillette mit dem „Mach 3“ eine sogenannte „Patent-Standard-Verknüpfung“ setzen?

3.1.4 Patentstrategien und Patentfunktionen

Unterscheiden Sie offensive von defensiven Patentstrategien. Ordnen Sie die praktischen Anwendungsformen des ‚Clustering‘ und des ‚Bracketing‘ den Patentstrategien zu und erläutern Sie diese. Welche Patentstrategie wurde von Gillette ursprünglich verfolgt? Erläutern Sie vier Patentfunktionen, die mit dieser Patentstrategie verbunden sind.

Welche Patentstrategie würden Sie für das Unternehmen Wilkinson empfehlen? Berücksichtigen Sie in Ihrer Antwort, dass die Patentstrategie eines Unternehmens nicht nur auf einer Technologie aufbaut. Begründen Sie Ihre Antwort. Beschreiben Sie vier Patentfunktionen, die mit der von Ihnen empfohlenen Patentstrategie verbunden sind.

Wie ließen sich die Patentnetze von Gillette und Wilkinson erweitern?

4. Literatur

4.1 Literaturquellen

o.V.: Klingenstreit der Nassrasierer-Riesen. wiwo.de, 02.12.2004

Lindner, R.: Vier Klängen fordern Gillette heraus. faz.net, 23.08.2003

o.V.: Scharfes Gerät. spiegel.de, 14.09.1998

4.2 Weiterführende Literatur zum theoretischen Hintergrund der Fallstudie

4.2.1 Literaturhinweise zu ‚Schutzumfang‘

Burr, W., Stephan, M., Soppe, B., Weisheit, S. (2007): Patentmanagement., Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2007, S. 94-101.

4.2.2 Literaturhinweise zu ‚Grundlagen Patentstrategien‘

Burr, W., Stephan, M., Soppe, B., Weisheit, S. (2007): Patentmanagement., Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2007, S. 52, 90-92.

Bader, M., Gassmann, O. (2007): Patentmanagement. Springer-Verlag, Berlin Heidelberg New York 2007, S. 34-36.

4.2.3 Literaturhinweise zu ‚Basistechnologie‘

Burr, W., Stephan, M., Soppe, B., Weisheit, S. (2007): Patentmanagement., Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2007, S. 121.

4.2.4 Literaturhinweise zu ‚Patentstrategien und Patentfunktionen‘

Burr, W., Stephan, M., Soppe, B., Weisheit, S. (2007): Patentmanagement., Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2007, S. 36-44, 94-101.

IST

Fallstudienreihe

Innovation, Servicedienstleistungen und
Technologie

Case Studies on
Innovation, Services and Technology

Bereits erschienen sind

Laufende Nummer	Autor	Titel
IST 01/2009	Reuter, Ute	Ressourcenbasierung und Dienstleistungsstandardisierung im Facility Management Komplettangebot Bereich
IST 02/2009	Stilianidis, Anastasios	Mobilfunkmarkt Afrika
IST 03/2009	Reuter, Ute	Die Entwicklung der IBM zum Dienstleistungsunternehmen
IST 04/2009	Frohwein, Torsten	Schutzinstrumente für intellektuelles Eigentum und Lizenzierung
IST 05/2009	Reuter, Ute	Service Level Agreements und Dienstleistungsinnovation in der Software Branche
IST 06/2009	Stilianidis, Anastasios	Ideengewinnung und Dienstleistungsentwicklung in der Tourismusindustrie
IST 07/2009	Stilianidis, Anastasios	Die neue Fitneß-Welt: Qualitätsmanagement und Service Level Agreements.
IST 08/2009	Frohwein, Torsten	Patentfunktionen
IST 09/2009	Reuter, Ute	Modebranche in der Krise
IST 10/2009	Reuter, Ute	Maschinenbau als Dienstleistung
IST 11/2009	Frohwein, Torsten	Patentverzicht im Maschinenbau und alternative Strategien in der Pharmaindustrie
IST 12/2009	Torsten Frohwein	Neuheitsschonfrist
IST 13/2009	Hartmann, Irina	Neue Designlinie bei Escada
IST 14/2009	Torsten Frohwein	Patentstrategien