

01.05.06

Chance für Hochschulen: Trend zu neuen IP-basierten Geschäftsmodellen in Unternehmen

01.05.2006 – Unternehmen erwerben in den letzten Jahren verstärkt extern entstandenes Intellectual Property durch Kauf, Einlizenzierung, Auftragsforschung, Kooperationen und Joint Ventures. Die Bedeutung von Patenten für Unternehmen steigt und gleichzeitig werden innovative Geschäftsmodelle entwickelt.

Patente als Schutz und zur Verteidigung

Unternehmen betreiben das Outsourcing von Innovationen, wenn sie die notwendige Technologie nicht selbst entwickeln wollen oder können, z.B. wenn eine Eigenentwicklung zu lange dauert oder zu teuer erscheint.

Erworbene Schutzrechte dienen klassischerweise der Schutz- und Verteidigungsstrategie des Unternehmens und ermöglichen die Positionierung am Markt. Die Nutzung erfolgt intern durch Absicherung, Optimierung und Ergänzung der eigenen Produkte und Verfahren.

Ein wichtiger Grund für den Erwerb von externen Patenten ist die Sicherung von Intellectual Property, das das eigene Kerngeschäft stört oder blockiert. Unternehmen der Halbleiter-Branche sowie alle Automobilzulieferer erwerben Patente oder exklusive Lizenzen von Substitutionstechnologien um die eigene Technologie zu schützen.

Im anderen Fall lizenzieren Unternehmen Patente ein, um ihren Mitbewerbern den Eintritt in den Markt zu verhindern.

Kaufen um zu verkaufen

Unternehmen gehen verstärkt dazu über neben ihrer ersten produkt- und dienstleistungsorientierten Wertschöpfungskette eine zweite zu entwickeln. Sie generieren Lizeinnahmen durch die Vermarktung von gewerblichen Schutzrechten, die nicht das Kerngeschäft betreffen bzw. schädigen.

Im Rahmen von Patentprogrammen werden gezielt Schutzrechte von außen zugekauft, um sie an Dritte zu verwerten. Ein so abgerundeter Patentbestand dient auch dazu, mit anderen Unternehmen ins Patenttauschgeschäft einzusteigen.

Mit einer Einbindung von Partnern durch Vermarktung lassen sich auch die eigenen Risiken minimieren. Partner mit geeigneten Ressourcen und komplementären Stärken zu beteiligen lohnt sich insbesondere in Bereichen, wie der Pharmaindustrie, wo Entwicklungen sehr zeit- und kostenintensiv sind.

Unternehmen können mit der Vergabe von Lizenzen eine strategische Positionierung am Markt zu erreichen. Sie versuchen, ihre eigene Technologie zu verbreiten, um damit eine Standardisierung in der Branche durchzusetzen. Dazu ist meist ein auf das Geschäftsmodell gerichtetes und durch Ankauf optimiertes Patentportfolio notwendig. Beispiele finden sich vor allem in der Elektrotechnik und Informationstechnologie.

Pressekontakt

Annette Siller, M.A.

Technologie-Lizenz-Büro (TLB)

Ettlinger Straße 25

76137 Karlsruhe | Germany

Telefon +49 721-79004-0

asiller@tlb.de | www.tlb.de

Eine neue Form des ökonomischen Umgangs mit Patenten stellt die Kombination der produkt- und dienstleistungsbezogenen Wertschöpfungskette mit der Lizenzierung von Patenten dar. So haben Unternehmen der Mobilfunktechnologie wie zum Beispiel Qualcomm Codierungs- und Übertragungsstandards geschützt. Die Unternehmen bieten Produkte auf Basis dieser Patente an. Zugleich vergeben sie Lizenzen an andere Unternehmen, die für die Nutzung dieser Standards in ihren eigenen Produkten Lizenzgebühren zahlen. Solche Geschäftsmodelle bringen sehr gute Renditen bei relativ geringem Einsatz eigener Ressourcen.

IP-Management ist abteilungsübergreifend

Im Zuge der neuen Geschäftsmodelle, die auf Lizenzierung und Verkauf von Patenten zielen, bauen Unternehmen neue Organisationsstrukturen im IP-Management auf. Eng verzahnt arbeiten die Spezialisten aus den Bereichen Technik, Patente/Schutzrechte und Marketing zusammen um die strategischen Ziele des Unternehmens umzusetzen. Neben der Kommerzialisierung zielt ihr Hauptaugenmerk darauf, geeignete Quelle für Patente zu finden. TLB arbeitet mit diesen Verantwortlichen zusammen, um die Schutz- und Technologielücken der Unternehmen mit passenden Patenten aus den Hochschulen zu schließen.

Die [Provisorische Patentanmeldung](#): Für und Wider

Nur auf den ersten Blick scheint die [Provisorischen Patentanmeldung](#) eine gute Möglichkeit, um sich rasch und mit wenig Aufwand den Patentschutz zu sichern.

Bei der [Provisorischen Patentanmeldung](#) handelt es sich formal um eine [normale](#) Patenanmeldung mit dem Unterschied, dass die Formulierung der Ansprüche und die Ausgestaltung wenig ausgereift sind. Die Anmeldung wird **schnell und kostengünstig** vom Erfinder selbst vorgenommen, um die (frühestmögliche) Priorität des Schutzrechts zu sichern.

Dies geschieht in der Absicht gegebenenfalls die bestehende Möglichkeit wahrzunehmen, die Patentanmeldung innerhalb von 12 Monaten nachzubessern. Diese zweite verbesserte Patentanmeldung beansprucht dann die Priorität (d.h. das Anmeldedatum) der ersten Anmeldung. Geregelt ist diese Möglichkeit in der Pariser Verbandsübereinkunft zum Schutz des gewerblichen Eigentums (PVÜ).

Eine provisorische Patentanmeldung kann angemessen erscheinen, etwa wenn Forschungsergebnisse noch wenig ausgereift sind und Unsicherheit herrscht, ob sich die Investition lohnt. Oder wenn der Patentschutz schnell gesichert werden muss, weil man die Forschungsergebnisse Kooperationspartnern gegenüber

mitteilen bzw. eine kurzfristige Veröffentlichung tätigen möchte.

Die Zeit- und Kostenersparnis ist darin begründet, dass für eine Einreichung beim Deutschen Patent und Markenamt (DPMA) **kein anwaltlicher Vertretungszwang** herrscht, die Hilfe eines Patentanwaltes also nicht in Anspruch genommen werden muss. Die amtliche Anmeldegebühr beträgt lediglich 60 €. Die Anmeldung muss zumindest so weit ausgereift sein, dass sie für eine erste Beurteilung vonseiten des DPMA verstanden werden kann.

Vorteilhaft ist auch, dass mit der Anmeldung ein **Recherchebericht** beantragt werden kann (Gebühr 250 €). Er beurteilt die Anmeldung bezüglich Neuheit und erfinderischer Tätigkeit, sodass die Chance für eine Patenterteilung sowie deren Umfang besser abgeschätzt werden können. Die für die Beurteilung in Frage kommenden Druckschriften (Patentschriften und sonstige Literatur) können € obwohl unselektiert € sehr aufschlussreich sein.

Aufgrund der fehlenden patentrechtlichen Fachkenntnisse wird die Provisorische Anmeldung im Allgemeinen **mit Form- und Sachmängeln behaftet** sein, insbesondere was die Patentansprüche, die den Schutzzumfang definieren, anbelangt. Eine provisorische Anmeldung wird in der Regel zu einem €schlechten€ Patent führen, d.h., sie verfehlt das oberste Ziel, nämlich den optimalen Schutz der Erfindung.

Dies ist insofern problematisch, als die Möglichkeit der Verbesserung in ein €gutes€ Patent in der Praxis auf Hindernisse stößt. Und zwar dann, wenn die Entscheidung abhängig gemacht wird von Weiterentwicklungen, der Suche nach Verwertungspartnern oder gar den Vertragsabschlüssen mit Lizenz- und Kooperationspartnern. Dafür ist die bleibende 12-Monatsfrist i.d.R. zu kurz. So wandelt sich der anfängliche Zeitgewinn in einen **höheren Zeitdruck**.

Professionelle Bewertung als Entscheidungsgrundlage

Der mangelhafte Patentschutz und der Zeitdruck machen deutlich, dass es in erster Linie darum gehen muss, frühzeitig zu einer klaren Entscheidung für eine ausgereifte Erstanmeldung mit Hilfe eines Patentanwaltes zu kommen. Zur sicheren Einschätzung der Patentierfähigkeit und des wirtschaftlichen Verwertungspotentials sind Fachleute notwendig. Unsere Innovationsmanager sind Spezialisten auf den unterschiedlichsten Fachgebieten. Sie bewerten Ihre Erfindung sorgfältig und machen kurzfristig ausgereifte Anmeldungen möglich.

Nutzen Sie unsere Kompetenz in allen Fragen der Patentanmeldung.

Wie stehts um Ihr Netzwerk?

Networking hat hohe Konjunktur und gilt vielen als Königsdisziplin: Hochschulen setzen auf Kompetenz- und Forschungsnetzwerke, Innovationsnetzwerke entstehen, Unternehmen finden sich in strategischen und kooperativen Netzwerken zusammen.

Ein gutes Netzwerk stärkt die eigene Position

Wer in einem effizienten Netzwerk lebt und arbeitet, kommt an interessante, vertrauliche nicht öffentliche Informationen, die Unternehmen und Forschern einen Wettbewerbsvorteil beschern. Solche Informationen werden nur durch persönliche Kontakte übermittelt und müssen unbedingt vertraulich und verantwortungsvoll behandelt werden.

Im anderen Fall lassen sich Informationen gezielt platzieren, denn Informationen z.B. über eine Idee für ein neues Produkt sind nur dann wertvoll, wenn sie an die richtigen Personen gelangen und nicht versickern.

Außerdem haben Netzwerkbesitzer Zugang zu Fähigkeiten und Ressourcen anderer Personen, die ihre eigenen Fähigkeiten und Ressourcen ergänzen oder verstärken. Gute Beziehungen unterstützen bei Karriere und Stellensuche und in schlechten Zeiten.

Zwei Regeln haben für das Networking grundlegend Gültigkeit.

Regeln 1: Suchen Sie Andersdenkende

Wie Studien belegen, neigen Menschen dazu Gesprächspartner mit ähnlichen Erfahrungen, Ausbildung und Weltanschauung zu suchen. Auch räumlich bewegen sie sich in bei der Arbeit und im gesellschaftlichen Leben in einem relativ geschlossenen nahen Bereich. Gleichgesinnte arbeiten zwar meist gut zusammen, aber hinterfragen sich nicht auch kritisch. Wer sein Netzwerk dagegen heterogen aufbaut, nutzt die große Chance an wirklich kreative Ideen zu gelangen und diese umzusetzen.

Der Schritt aus der **„Komfortzone“** hinein in Netzwerke mit Menschen, die anders **„ticken“**, hat also den höheren Nutzen. Auch darin sind sich Netzwerkspezialisten einig: Aufträge, Kooperationen, Jobs und Karriere kommen meist über eine Seitentür.

Regeln 2: Schaffen Sie vertrauensvolle Beziehungen

Networking ist eine zu tiefst menschliche Angelegenheit. Für den Erfolg maßgeblich ist allein die offene und vertrauensvolle Beziehung und nicht die Anzahl von gesammelten Visitenkarten. Networking geht davon aus, dass die befriedigendste Handlungsmotivation darin liegt, dass Menschen anderen Menschen gerne helfen **„freiwillig und großzügig“**.

Wer sich völlig eigennützig und auf ein Ziel fixiert mit einer bestimmten Erwartungshaltung unter Menschen bewegt, baut beim Gegenüber Druck und schließlich Widerstand auf. Außerdem verkrampft der Akteur selbst. Networking

sollte von der Freude an der Begegnung mit dem Anderen geprägt sein. Es soll darum gehen, sich gut zu unterhalten und dabei Erfahrungen und Wissen auszutauschen und Freunde zu gewinnen. Eine offene Haltung lässt Raum für Überraschungen, für Hinweise und Gelegenheiten. Der Erfolg kommt mit einem guten Netzwerk von selbst und meist unerwartet.

Gesteckte und formulierte Ziele sind dennoch sinnvoll, denn sie machen aus Ihnen einen motivierten und inspirierenden Gesprächspartner.

Sportvereine, kommunale Projekte, Verbände und Wohltätigkeitsorganisationen sind hervorragend geeignet, um beide Regeln miteinander zu verbinden. Hier treffen sich Menschen unterschiedlichster Couleur. Durch die gemeinsame Arbeit wird Gelegenheit geschaffen, in Kontakt zu kommen und sich sehr gut in verschiedenen Situationen mit Charakterschwächen und -stärken kennen zu lernen. Generell gilt: je größer bei Zusammenarbeit der Einsatz und das Risiko, desto größer die Chance, dass eine loyale und tiefe Beziehung erwächst.

Buchtipps:

Andreas Lutz: Praxisbuch Networking. Einfach gute Beziehungen aufbauen. Von open BC, September 2005

Monika Scheddin: Erfolgsstrategie Networking. Business-Kontakte knüpfen, organisieren und pflegen mit großen Adressteil, Mai 2005