

Innovation und Erfinder-Patentverwertung: Förderung, Bewertung, Verkauf

1. Patente - eine Kostenfalle?

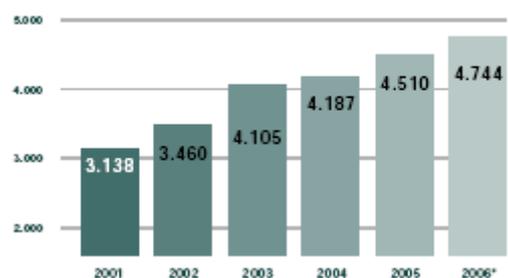
Vom Glücksgefühl der Patentanmeldung ins Jammertal der Patentkosten – diese leidvolle Erfahrung machen viele innovative Erfinder mit. Immer wieder wird dieser Leidensweg begleitet von der Erkenntnis, dass eine gute Idee allein noch nicht ihren Erfinder ernährt: im Vordergrund steht vielmehr deren Vermarktung. Deutschland ist bekannt für bahnbrechende Erfindungen, die dann teilweise anderswo zum Erfolg geführt werden; jeder kennt die Beispielliste von Fax bis MP3-Player.

Am Beispiel des Erfindenumfelds im Gesundheitswesen lässt sich die Situation besonders dramatisch darstellen:

- steigender Kosten- und damit Preisdruck
- verschärfte Zulassungsrichtlinien
- steigender F&E-Aufwand
- Vormarsch von Billigprodukten

Diese Konstellation bedroht Erfinder, die sich in der Regel nicht durch große Forschungsprojekte, sondern die Umsetzung spezieller Ideen auszeichnen. Zwar verfolgt mit verschiedenen Fördermaßnahmen das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) das Ziel, ein erfinderfreundliches Klima in Deutschland zu schaffen und die schnelle sowie umfassende Umsetzung von Forschungs- und Entwicklungsergebnissen in marktfähige Produkte zu verbessern. Das allein reicht allerdings nicht aus, um Erfindungen und Patente in klin-

Aufwendungen für Forschung und Entwicklung der pharmazeutischen Industrie in Deutschland 2001 - 2005 (in Mio. Euro)



Quelle: BPI 2006

gende Münze zu wandeln, die Erfinder so bitternötig brauchen. Dazu ist die Bewertung von deren Vermarktungspotential, die Suche nach dem richtigen Vermarktungspartner oder Käufer bzw. zunächst Investor zur Entwicklung eines vermarktungsfähigen Prototyps notwendig.

Gibt es einen Weg aus der mutmaßlichen Kostenfalle Erfindungen und Patente? Unsere klare Antwort lautet: ja.

2. Der Weg zum Patent-Profit

Die Lösung kommt von der Käuferseite: Wer wäre bereit, eine Erfindung/angemeldetes Patent zu kaufen und/oder in dessen Entwicklung zum Prototyp zu investieren? Dazu ist es notwendig, sich einen Augenblick in die Sichtweise eines Unternehmens zu versetzen, welches neue Ideen zur Auffüllung der eigenen Produkt-Pipeline zukaufte. Dort agiert F&E als Business-Unit im Unternehmen; dies fördert nicht nur einen engen Dialog zwischen F&E und Vertrieb, sondern auch die Aufgeschlossenheit gegenüber externen Entwicklungen. Ein- und Auslizensierungen, Allianzen und Zukauf externer Leistungen gehören zum F&E-Alltag. Mit internen und externen Umsätzen ist F&E eigenständige Geschäftseinheit, der F&E-Leiter Unternehmer im Unternehmen, der extern Ideen zukaufte. Eng damit verbunden ist die Projektfinanzierung, so dass eine auf diese Weise organisierte Forschung und Entwicklung in Folge Projekte umsetzen kann, die sie vorher schon aus Gründen einer ausgewogenen Projektrisikostuktur nicht hätte starten können.

Die Nutzung der hieraus resultierenden neuen Geschäftsmöglichkeiten ist der Anknüpfungspunkt für Erfinder, die ihrerseits die Finanzierung ihrer Entwicklungsvorhaben oder schlicht eine möglichst breite Vermarktung suchen. Die Gestaltungsoptionen beginnen mit der Auslizensierung von Erfindungen, setzen sich fort mit dem Abschluss von Entwicklungs- und Vermarktungsallianzen

und enden mit Verhandlungen über Verkauf und Wachstumsfinanzierung, um die wichtigsten zu nennen.

3. Konkrete Umsetzung

Mit den einzelnen Schritten von der Idee zur Patentrecherche bis zur Vermarktung brauchen Erfinder ausnahmsweise nicht erfindetisch sein, denn es gibt nicht nur klassische, mit hoher Wahrscheinlichkeit zum Erfolg führende Vorgehensweisen, sondern auch konkrete Förderungen. Der Suche nach dem richtigen Vermarktungspartner oder Käufer sollte eine realistische Patentbewertung vorausgehen. Auch bei der Ausgestaltung von Absichtserklärungen/LOI, Prototypenfinanzierung und Lizenzen kann auf branchen- oder sogar produktspezifische Erfahrungswerte zurückgegriffen werden.

Fest steht, dass Erfinder, die sich den veränderten Rahmenbedingungen entsprechend ausrichten, zu den Gewinnern der kommenden Jahre zählen werden. Die Nachfrage nach Ideen und Patenten für neue Produkte ist ungebrochen, Innovationen Garant für Gewinn und Marktwachstum. Auf eine erfolgreiche Patentverwertung!

Der Autor:

Dr. Ulrich Wandel

ist Geschäftsführer der
WANDEL Consultants GmbH
Hamburg / Stuttgart

www.wandelconsultants.com

