



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

signo

Erfinderclubs

Schutz von Ideen für die
gewerbliche Nutzung



Innovationspolitik, Informationsgesellschaft, Telekommunikation

Wege der Patentvermarktung

Eine Erfinderbiographie mit Tipps aus der Praxis

www.signo-deutschland.de

Vorwort

„Hallo, ich habe eine Erfindung im Bereich Handwerk gemacht - aber sie weder patentiert noch anderweitig geschützt - und möchte nun versuchen, sie zu vermarkten. Dollarzeichen habe ich nicht in den Augen, will mit der Erfindung also nicht reich werden, aber ein bisschen möchte ich davon schon profitieren.

Ich könnte mir vorstellen, eine große Handelskette oder Baumärkte anzusprechen, denen ich mein Produkt vorstelle und mit ihnen später die Beteiligungsmodalitäten aushandele. Das ist erstmal natürlich leichter gesagt als getan und ich will da auch nicht blauäugig zu Werke gehen. Andererseits möchte ich die Vermarktung aber nicht auf die lange Bank schieben und diverse Patentierungsvorgänge abwarten.

Also, langer Rede kurzer Sinn, was kann ich tun? Gibt es eine faire Möglichkeit, mit einem Lizenznehmer oder Investor Kontakt aufzunehmen, ohne gleich übervorteilt zu werden und ohne die Erfindung gleich total preisgeben zu müssen?“

So oder ähnlich lauten die Fragen, die uns beim SIGNO Projektmanagement in Köln, anderen Erfinderberatungsstellen sowie den Erfinderclubs vor Ort tagtäglich gestellt werden.

Mit den Erfinderclubs fördert und unterstützt das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie im Rahmen des Programms SIGNO (Schutz von Ideen für die gewerbliche Nutzung) das Innovationspotenzial freier Erfinderinnen und Erfinder sowie den Ideenreichtum von Technik interessierten Jugendlichen. Mit rund 3.500 Mitgliedern in derzeit 135 Erfinderclubs sind diese zu Deutschlands größtem Erfindernetzwerk avanciert.

Dabei setzt das Erfinderclub-Netzwerk ganz auf Synergien der Teamarbeit und Vernetzung von Wissen, Erfahrung und Aktionen. Gemeinsam werden dort marktfähige Ideen diskutiert und entwickelt, neuartige Lösungen gesucht sowie auf Messen präsentiert und im Idealfall vermarktet.

Bis zum Abschluss eines Lizenzvertrages oder einer Unternehmensgründung ist es aber ein langer und oft beschwerlicher Weg, auf dem schon manch ein Erfinder im wahrsten Sinne des Wortes viel „Lehrgeld“ gezahlt hat.

Impressum

Herausgeber

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)
Referat Öffentlichkeitsarbeit
Scharnhorststraße 34-37
10115 Berlin
www.bmwi.de

Autor

Friedhelm Limbeck

Redaktion

Institut der deutschen Wirtschaft Köln
www.signo-deutschland.de

Gestaltung und Produktion

DRAMA-GRILL Reklame, Erfstadt
www.dramagrill.de

Bildnachweis Cover

© Peter Wolfgang / PIXELIO

Stand

7. überarbeitete Auflage, Juli 2009

Das SIGNO Erfinderclub-Netzwerk



Das musste in jungen Jahren auch der Erfinder und Autor dieser Broschüre, Friedhelm Limbeck, Vorsitzender des größten deutschen SIGNO Erfinderclubs in Bad Münstereifel, feststellen. Damals ging er noch ähnlich unbedarft an das Vermarkten heran, wie die Person, deren Anfrage dieses Vorwort einleitet.

Um diese Erfahrungen anderen Erfindern zu ersparen, hat Herr Limbeck auf unsere Bitte seine Erfahrungen aus seinem bewegten Erfinderleben aufgeschrieben und mit Anekdoten und Tipps in Form des vorliegenden Leitfadens zur Patentvermarktung zu Papier gebracht.

Da es leider kein Patentrezept für die erfolgreiche Vermarktung von Erfindungen gibt, sind die folgenden Ausführungen in dieser Broschüre auch eher als Richtlinie oder Anleitung zu verstehen, mit deren Hilfe eine auf die jeweils konkrete Erfindung bezogene Vermarktungsstrategie ausgearbeitet werden kann.

An dieser Stelle bedanken wir uns bei Herrn Limbeck, dass er uns zeigt, wie ein langer, kurvenreicher und manchmal auch steiler und anstrengender Weg ans Ziel, d.h. zur erfolgreichen Vermarktung einer Idee führen kann.

Projektmanagement SIGNO Erfinderclubs

Inhalt

Vorwort	1	Deutsche Patentinformationszentren und Patentinformationsstellen	76
1. Die heutige Sicht	6	Recherchesäle des Deutschen Patent- und Markenamtes in München und Berlin	85
2. Der Lernprozess	10	Recherchieren mit DEPATISnet	87
3. Vermarkten	22	Recherchieren mit ESP@CENET	87
4. Recherchieren	25	Rechtsstands- und Verfahrensstandsinformation	88
5. Anmelden	28	Lizenzdatenbank RALF	89
6. Exposé verfassen	36		
7. Verhandeln lernen	43		
8. Der Lizenzvertrag	46		
9. Endlich am Ziel	59		
Anhang	62		
Antrag auf Erteilung eines Patentbesitzes	62		
Gebühren des Deutschen Patent- und Markenamtes	63		
Erfindererstberatungsstellen	64		
Übersicht der SIGNO Partner	65		
Patent- und Verwertungsagenturen der Fördermaßnahme SIGNO Hochschulen	76		

1. Die heutige Sicht

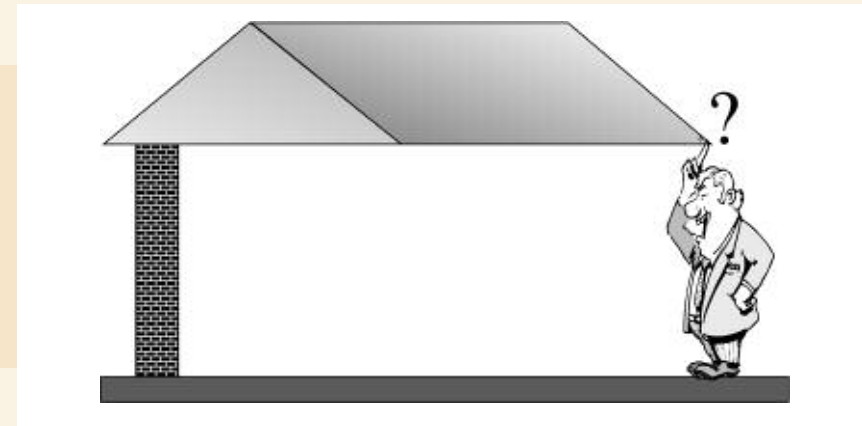
Ich sage immer: „Auch die beste Strategie kann keine Garantie dafür sein, dass eine Erfindung letztendlich auch vermarktet wird. Aber sie trägt auf jeden Fall dazu bei, bessere Voraussetzungen für eine erfolgreiche Vermarktung zu schaffen, so dass in der Folge auch die Quote der erfolgreich vermarkteten Erfindungen ansteigen dürfte.“

Dabei werden in der Anfangsphase die meisten Fehler begangen. Niemals sollte man vergessen, dass zur Vermarktung ein solides Fundament gehört: Kein Häuslebauer würde erst das Dach bauen und dann das Fundament.

Erfolg kann Neid, aber ebenso Bewunderung hervorrufen. Gerne werden dann Fragen nach den Rezepten des Erfolges gestellt. Wenn mich vor einigen Jahren jemand gefragt hätte, wäre die Antwort nur ein Satz gewesen: „Ich melde keinen Unsinn an.“ Heute sage ich: „Ich vermarkte keinen Unsinn.“ Leider merkt man oft viel zu spät, welchen Unsinn man erfunden hat.

Von meinen eigenen angemeldeten Erfindungen vermarkte ich ca. 30 Prozent. Das ist, statistisch gesehen, eine wahrhaft stattliche Anzahl. Bis vor einigen Jahren habe ich nicht darüber nachgedacht und auch nicht darüber gesprochen, es war einfach eine Tatsache. Um zu diesen Ergebnissen zu kommen, musste ich 30 Jahre Lehrgeld zahlen. Alle erdenklichen Fehler sind mir unterlaufen, doch habe ich immer hinzugelernt und mir meine Fehler gemerkt. Wenn wir nun in unserem Erfinderclub, der SIGNO Innovations-Gesellschaft Eifel e.V., versuchen, Erfindungen gemeinsam zu vermarkten, so liegt unsere Erfolgsquote bei rund acht Prozent. Auch das ist noch ein hoher Wert, wenn man ihn mit der von Experten genannten Verwertungsquote der freien Erfinder vergleicht, die bei geschätzten drei Prozent liegt.

Viele Erfinder wenden sich Rat suchend an unseren Erfinderclub und den meisten muss ich mitteilen, dass ihre Ideen schon aufgrund der ersten Herangehensweise zum Scheitern verurteilt sind. Diese Erfindungen kommen von Erfindern, die nicht über Ideen stolpern, das sind Erfinder, die ununterbrochen nach einer Idee suchen. Oft sieht die Suche so aus, dass sich diese Menschen fragen: „Was kann ich heute erfinden; was kann ich an den vorhandenen Gegenständen verbessern?“ Keiner, der so erfindet, wird jemals Erfolg haben. Genau so wenig wie der, der glaubt, dass er mit einer Erfindung sofort Millionär wird.



Mit dem Vermarkten ist es wie beim Hausbau: Gute Planung ist alles.

Ich kenne einen Erfinder, der sehr gerne und oft Vorrichtungen entwickelt, die ihm den dritten Arm ersetzen. Solch eine Vorrichtung ist eine gute Sache, jedoch darf der Zeitbedarf für den Bau der Vorrichtung nicht größer sein, als die Zeitersparnis, die man mit ihrem Einsatz erzielt. So musste der besagte Erfinder eines Tages ein Regal an die Wand schrauben. Da er keinen Helfer hatte, baute er sich eine Vorrichtung, bestehend aus zwei Brettern mit Langlöchern, die eine Höhenverstellung zuließen. Er stellte die Vorrichtung unter die eine Seite des Regals und hielt mit der Hand die andere Seite hoch, bis sie (nach Augenmaß) in der Waage stand. Nun konnten die Bohrlöcher markiert werden. Doch bevor er die Löcher in die Wand bohrte, meldete er diese Idee als „Montagehilfe für Regale“ beim Deutschen Patent- und Markenamt an.

Nach meiner Erfahrung muss man über eine gute Idee stolpern. Ist das passiert, dann betrachte ich sie aus allen Blickwinkeln, ganz akribisch, so als würde ich gegen meine eigene Problemlösung Ermittlungen anstellen. Denn ich muss mich fragen, warum die Erfindung noch nicht auf dem Markt ist. Ich recherchiere in Patentschriften, als ob ich für jede gefundene Patentschrift, die meiner Idee nahe kommt, einen Preis erhielte. Ja, ich bekomme tatsächlich für jede Patentschrift, die mit meiner Idee kollidiert, einen guten Batzen Geld. Das ist nämlich das Geld, das ich spare, weil ich es nicht für eine vergebliche Entwicklung oder Anmeldung ausbe. Und schließlich: Wenn ich nicht alle meine Ideen vorab auf Patent- und Marktfähigkeit überprüfen würde, hätte unser Erfinderclub auch nur eine unterdurchschnittliche Vermarktungsquote.



Grundsätzlich möchte ich allen Erfindern mit auf den Weg geben, sich nicht wegen einer Erfindung zu verschulden und womöglich noch Haus und Hof aufs Spiel zu setzen. Meiner Meinung nach dürfte sich eine Erfindung, der wirtschaftliches Potenzial attestiert wird, theoretisch auch vermarkten lassen.

Es gibt kaum einen Geschäftsmann auf der Welt, der eine Erfindung nur aus dem Grund ablehnt, weil diese seine etablierten Produkte vom Markt verdrängen könnte. Schließlich will er doch seine Marktanteile verteidigen und muss deshalb verhindern, dass die Erfindung von der Konkurrenz aufgegriffen und produziert wird. Ein solcher Geschäftsmann ist als Käufer der Erfindung prädestiniert.

Scheitern die aussichtsreichen Vertragsverhandlungen doch noch, sollte ich mir Gedanken über die Ursache machen und welchen Anteil ich selbst daran habe. Ist es vielleicht ein Fehler in der Patentschrift? Oder in meinem Business-Plan? Oder hatte ich vielleicht zu hohe Erwartungen bezüglich der Erlöse? Oft sind Erfinder nicht selbstkritisch genug und meinen, mit den Gewinnen aus nur einer vermeintlich Bahn brechenden Erfindung ihr Leben lang ausgesorgt zu haben.

Merke:

- ▶ Keinen Unsinn anmelden.
- ▶ Aus Fehlern lernen.
- ▶ Nicht nach Ideen, sondern nach Lösungen suchen.
- ▶ Immer sofort nach der Vermarktbarkeit fragen.
- ▶ Sofort recherchieren.
- ▶ Anmeldungen nur mit gut durchdachten Beschreibungen vornehmen.
- ▶ Selbstkritik üben.

2. Der Lernprozess

Als ich mit 19 Jahren meine erste Erfindung anmeldete, hatte ich schon viele Erfindungen gemacht, die aber niemand haben wollte. Gerade 14 Jahre alt geworden, erfand ich einen Einmachglasöffner, den ich stolz einer Firma anbot, die mir dann aber mitteilte, dass sie selbst schon die Idee hatte.

Mit 15 erfand ich einen neuen Fleischwolf, der das Fleisch oder auch Gemüse usw. mit einem rotierenden Messer zerhackte, und bot diesen einer Firma an. Doch welch Wunder, auch diese Firma hatte gerade zu diesem Zeitpunkt die gleiche Idee gehabt.

Mit 16 war es eine Kartoffelschälmaschine, die bei einer Firma schon in der Entwicklung war; mit 17 ein Bügeleisen, dessen Körper mit Wasser gefüllt werden konnte und bei dem das kalte Wasser mittels einer Düse auf die Wäsche gespritzt wurde. Und so ging es weiter.

Ich war nicht verzweifelt, ich kam nur immer zu spät. Und so machte ich viele Erfindungen, die dann tatsächlich von den Firmen nach einiger Zeit auf den Markt gebracht wurden. In der Regel etwas besser, als ich mir das gedacht hatte, aber im Prinzip nicht anders.

Als ich dann kurz vor meinem 20. Geburtstag auf dem Technikum hörte, dass man Ideen in der Zweibrückenstraße in München schützen lassen kann (die Adresse hat sich bis heute nicht geändert), meldete ich meine neueste Idee zunächst einmal an, bevor ich sie den Firmen anbot.

Natürlich änderte sich nichts. Nur die Absagen waren nicht mehr mit dem Standardsatz ausgestattet: „... es tut uns Leid, Ihnen keine positivere Nachricht geben zu können, aber in unserer Entwicklungsabteilung wird an dieser ‚Idee‘ schon seit längerer Zeit gearbeitet“. Es kamen Absagen wie: „... können die Stückzahlen nicht erreichen“, oder: „... passt nicht in unsere Produktionspalette“.

Wie gehabt, dachte ich. Doch eins war nun anders: Die von mir angemeldeten Erfindungen kamen nicht mehr auf den Markt. Wenn ich es nicht schon geahnt hätte, so wurde es so langsam zur Gewissheit. Meine Ideen hatten die Firmen einfach schnell nachgebaut.



Patenturkunde, BASF, 1890



Patenturkunde, 2007

Den ersten sicheren Beweis lieferte mir eine Patentschrift aus dem Jahre 1955, die ich in der Auslegestelle im Haus der Technik in Bielefeld fand: Genau die Firma, der ich seinerzeit den Fleischwolf angeboten hatte, hatte diese Erfindung selbst angemeldet. Dass das Datum der Anmeldung auch noch ca. eine Woche nach dem meines Angebotes lag, ließ mich weiter in den Patentschriften suchen. Und so fand ich noch vier Ideen von mir, die von den Firmen nach meinem Angebot angemeldet worden waren. Eine Erfindung sogar am nächsten Tag.

Meine Erkenntnis war: Niemals eine Idee anbieten, bevor diese beim Patentamt angemeldet ist.

Wenn ich später darüber nachdachte, wie ich mit meinen Ideen umging, dachte ich, dass nur mir so etwas Dummes passieren konnte, dass ich Ideen ohne Anmeldung vermarkten wollte. Doch viele Jahre später kam mir ein Schreiben eines Erfinders in die Hände, aus dem ich ersehen konnte, dass es außer mir noch andere Erfinder gab, die derartige Fehler machten.

Hinweis: Die folgenden Auszüge entstammen dem Originalschriftwechsel.

Firma
Musterfirma
Musterstraße

Betr. Idee: Schmirgeln leichter machen

Sehr geehrte Musterfirma,

die Winkelschleifhalterung und der elektronische Fuchsschwanz, die ich Ihnen am (Datum) telefonisch vorgestellt habe, waren meine Ideen. Sie haben die Erfindungen auf den Markt gebracht, aber ich bin bisher leer ausgegangen.

Ich habe nunmehr eine neue Idee, mit der man leichter schmirgeln kann, indem man den Schmirgel mit einem Klettverschluss auf der Halterung befestigt.

Die Erfindung wäre doch sicher ideal für Baumärkte.

Wenn Sie mich für meine Idee bezahlen, könnte ich Ihnen noch weitere Ideen liefern.

Mit freundlichen Grüßen

Darauf kam die Antwort:

.....
.....
.....

Wir haben Ihren Vorschlag in den dafür zuständigen Abteilungen

(Entwicklung, Konstruktion und Marketing) sorgfältig geprüft und müssen Ihnen leider mitteilen, dass wir zurzeit keine Möglichkeit sehen, Ihren Vorschlag zu verwirklichen.

Wir bedauern, dass wir Ihnen keine bessere Antwort geben können, würden es jedoch sehr begrüßen, wenn Sie sich auch in Zukunft mit neuen Ideen an uns wenden würden.

Mit freundlichen Grüßen

Drei Jahre später kam die Erfindung des per Klettverschluss befestigten Schmirgels auf den Markt. Daraufhin wandte sich der Erfinder wieder an die Firma:

.....
.....
.....

Betreff:
Mein Schreiben vom,
Ihr Schreiben vom,
Ihr Zeichen/.....

Sehr geehrter Herr,

da meine Idee nun unter dem Namen XXX auf dem Markt ist und der Hersteller eine Tochter Ihrer Firma ist, hoffe ich doch, dass Sie mich nicht leer ausgehen lassen wollen.

Hochachtungsvoll

Die Antwort war folgende:

.....

Sehr geehrter Herr,
 vielen Dank für Ihr Schreiben vom

Wir können leider nicht erkennen, warum Sie eine Vergütung von uns erwarten. Sollten Patentverletzungen vorliegen, bitten wir Sie um genaue Informationen, vor allem um die Patentnummer und das Anmeldedatum.

Die allgemeine Behauptung, es handele sich um Ihre Idee, genügt dafür leider nicht. Außerdem fühlen wir uns nicht für Produkte der Firma verantwortlich. Wir empfehlen Ihnen daher, sich direkt an diese Firma in den USA zu wenden.

Mit freundlichen Grüßen

Das sind Briefe, die noch keine zehn Jahre alt sind. Solche oder ähnliche habe ich Dutzende im Besitz. Und als ich seinerzeit erkannt hatte, dass ich den Unternehmen leichtfertig ungeschützte Ideen präsentiert hatte, wusste ich, dass ich mir solche Schreiben sparen konnte. Ich war durch eigene Fehler schlauer geworden.

Nach dieser Erkenntnis wollte ich meine erste geschützte Erfindung verkaufen. Es waren schwarze Bilder aus Spanplatten, in die Nägel geschlagen waren, über die dann dünne, weiße Fäden zu Konstruktionen gespannt waren. Später wurden sie unter dem Namen „Fadenbilder“ bekannt. Doch jede erdenkliche Mühe war sinnlos. Niemand wollte die Bilder herstellen.

Zwischenzeitlich hatte ich mein Studium in Maschinenbau abgeschlossen

und hatte die Idee zum Bau einer Maschine, die Cremehütchen (ähnlich wie der Zuckerhut in klein) ohne Hilfe einer Menschenhand auf die gerade Fläche stellen konnte, um diese dann in einer Überziehenanlage mit einem Film aus Schokolade überziehen zu können.

Ich hatte bei einer Besichtigung in einer Schokoladenfabrik gesehen, wie acht Frauen beidseitig am Fließband vor einer Überziehenanlage standen und die Cremehütchen mit den Händen aufstellten. Durch Zufall entdeckte ich, dass man durch einfaches Hin- und Herschieben die Pralinen ins Rollen bringen kann. In dem Moment jedoch, in dem sie auf ihre ebene Unterseite fallen, bleiben sie in dieser Position, rollen also nicht mehr. Zunächst wunderte ich mich, warum diese große Fabrik so eine Maschine noch nicht hat. Gab es diese Maschine noch nicht? Ich recherchierte und kam zu dem Ergebnis, dass meine Idee neu war. Wenn, so dachte ich damals, eine Maschine so viele Pralinen auf das Förderband stellen kann wie die acht Frauen, dann wird diese Maschine von jeder Schokoladenfabrik gekauft.

Ich meldete die Idee beim Patentamt an. Die Anmeldung war zwar nicht perfekt, aber sie erfüllte ihren Zweck. Ich überlegte, wie ich zum Inhaber einer Schokoladenfabrik vordringen konnte, um ihm meine Idee, mehr war es ja nicht, vorzuführen. Hier half mir ein Bekannter meines Vaters. Dieser verschaffte mir einen Termin, den ich pünktlich wahrnahm.

Bevor ich zur Schokoladenfabrik ging, kaufte ich mir im Bahnhof die Cremehütchen dieser Firma. Mit diesen Süßigkeiten und einem Zollstock bewaffnet betrat ich dann pünktlich das Büro, das mich schon beim Eintritt durch die Doppeltür beeindruckte; diese war mit echtem Leder überzogen. Schwere, geschnitzte Schränke im Stil eines Herrenzimmers sollten mich weitere drei Klassen herabsetzen. Hinter dem riesigen Schreibtisch saß der Herrscher und blickte – obwohl er saß und ich stand – auf mich herab.

Schüchtern trat ich halb in den Raum, der für mich die Größe eines Fußballfeldes hatte. Meine Stirn wurde feucht und meine Zunge trocken. Ich wäre in diesem Moment, trotz meiner 22 Jahre, am liebsten geflohen. Doch nun stand der Mann hinter dem Schreibtisch auf und, was mich wunderte, er wurde dadurch kaum größer. Er kam mir entgegen und fragte, als ob er mich schon seit meiner Geburt kannte: „Na, was willst du mir denn zeigen?“



Der Autor mit 18 Jahren ...
Bild: Friedhelm Limbeck



... und bei einer Veranstaltung 2008
Bild: Projektmanagement SIGNO Erfinderclubs

Er hatte mich mit „Du“ angesprochen! Und dann sollte ich auch meinen Mantel ausziehen. Er bot mir auch noch einen Platz an. Ich bekam meine Fassung wieder, – ich hatte doch alles in meinem Zimmer geprobt –, stand wieder auf, nahm die Cremehütchen aus der Tasche, schüttete diese auf seinen mit Leder überzogenen Schreibtisch, nahm meinen Zollstock, klappte die beiden Endstücke heraus und schob die Cremehütchen einige Male zwischen den aufgeklappten Endstücken hin und her. Mir kam es vor, als hätte es länger als sonst gedauert, bis die Cremehütchen alle auf der geraden Fläche standen. Dieser für mich damals alte Mann, der sicher erst 50 war, sah sich die Sache mit steinerne Gesicht an, doch in seinen Augen war ein Glanz, den ich nie vergesse.

Ich hatte diesen Mann mit einfachen Mitteln sofort davon überzeugt, dass hier für ihn ein Geschäft zu machen war. Und nun bot er mir auch noch etwas zu trinken an. Mit dem Getränk und der Erkenntnis, dass meine Strategie der wenigen Worte und dem verblüffenden Ergebnis richtig war, wuchs mein Selbstbewusstsein genau bis an die Schreibtischkante (der Sessel, in dem ich nun wieder saß, war sehr tief). Einige Minuten später war der Meister der Schlosserei anwesend, eine Stunde später saß ich mit dem Fabrikanten in einem teuren Restaurant und aß mit ihm. Eine Woche später begannen wir mit dem Bau der Maschine, die nach drei Wochen perfekt lief; und heute steht sie in jeder Schokoladenfabrik.



Friedhelm Limbeck (2. v. l.) 1967 bei der feierlichen Übergabe seines bis dahin größten Fadenbildes an ein Kinderheim in Dinslaken. Bild: Friedhelm Limbeck

Diese Erfindung habe ich vermarkten können, weil der Markt vorhanden war, ich Beziehungen nutzen konnte und weil die Präsentation stimmte.

Während der Bauzeit in der Fabrik sah ich in einem Raum mehrere Frauen, die einen Pralinenkarton mit den Händen zusammenfalteten. Diese Kartons hatten unter dem Boden und auf dem Deckel eine weitere Platte, die außen über den Rand hinausstand.

Eine Maschine zu bauen, die diesen Karton falten konnte, war meine nächste Idee. Ich baute in unserer „Garage“ eine Vorrichtung, die den Karton falten konnte, machte meine Hände zu dem Motor, der diese Vorrichtung antrieb, meldete die Vorrichtung zum Patent an, suchte nach jemandem, der einen Maschinenfabrikanten kannte, der derartige Maschinen baute, und führte diese Idee mit der Vorrichtung genauso vor wie damals mit den Cremehütchen. Ich hatte wieder Erfolg.

Also stimmte meine Strategie. Doch warum konnte ich keine der vielen anderen Erfindungen verkaufen, obwohl jede für sich einen Nutzen aufwies?

Jahrelang suchte ich nach einer geeigneten Strategie, aber ich fand einfach keinen Weg. Manchmal erfand ich etwas, von dem jeder begeistert war, aber kaufen wollte es niemand oder nur, um mir einen Gefallen zu tun.

Frustriert klammerte ich mich immer wieder an die Fadenbilder. Ich hatte darin mittlerweile eine Perfektion erreicht, die jeden erstaunte. Wir schrieben das Jahr 1969. Ich hatte ein weiteres Studium in Kunst abgeschlossen und verkaufte immer mehr von den Fadenbildern an Bekannte. Da immer noch niemand diese Bilder herstellen wollte, beschloss ich, mich nicht mehr um die Herstellung, sondern um den Vertrieb zu kümmern. So fuhr ich mit fünf raffinierten Fadenbildern zur Zentrale eines großen Kaufhauskonzerns nach Essen und legte die Bilder auf einen Tisch in der Musterungshalle. Bis dahin hatte ich immer gehört, dass die Bilder zwar schön seien, dass aber niemand Geld dafür ausgeben wollte. Der Zentraleinkäufer des Kaufhauskonzerns bewies mir das Gegenteil.

Auf der Musterung wurden sie geordert; ich begann mit der Fertigung. Bald verkauften alle Kaufhäuser in Deutschland die Bilder und aus der Fertigung wurde eine Fabrikation mit 28 fleißigen Händen. Schon bald begannen Exporteure, die Bilder in alle Welt zu exportieren, und wo der Erfolg sichtbar war, kamen Angriffe. Da wollte doch tatsächlich einer Schadenersatz von mir (unter Einschaltung eines Rechtsanwaltes), weil er seit 1970 auf die Bilder einen Gebrauchsmusterschutz hatte.

Obwohl der Schutz meiner Erfindung längst abgelaufen war und ich heute nicht sicher bin, ob meine Anmeldung überhaupt einer Prüfung standgehalten hätte, trumpfte ich mit meiner Anmelde Nummer von 1959 auf und verlangte einen sofortigen Stopp seiner Herstellung (ohne Anwalt). Die Einsicht in die bibliographischen Daten hätte genügt, um festzustellen, dass jeder die Bilder fertigen durfte. Aber die Anmeldung und mein Verlangen auf Verzicht der Herstellung der Bilder durch diesen Mann hatten Erfolg. Seit meiner Anmeldung war es Stand der Technik und seitdem ich keine Gebühren mehr zahlte, konnte sie jeder herstellen und verkaufen.

Nie könnte mich heute jemand mit einem solchen Schreiben in Verlegenheit bringen, aber wenn man keine Erfahrung hat oder sich keinen Anwalt leisten kann, dann wird ein solches Schreiben seine beabsichtigte Wirkung nicht verfehlen.

Vier Jahre lang konnte ich die Bilder gut verkaufen, aber wie es begann, so endete es wieder. In der Zeit der Hochkonjunktur hatte ich mir wenig Gedan-

ken darüber gemacht, warum plötzlich jeder die Bilder haben wollte und vorher nicht. Jetzt, als die Produktion endete, begann ich der Sache auf den Grund zu gehen. Was hatte ich falsch gemacht?

Mein Fehler war, dass ich keine Marktanalyse durchgeführt hatte, wie beispielsweise bei den Maschinen für die Schokoladenfabrik. Auch wenn ich den Markt dafür nur erahnt hatte, ergab sich der Bedarf doch aus der Tatsache, dass die Vorrichtung die teure Arbeitskraft vieler Angestellter ersetzen und die Arbeit in kürzerer Zeit absolut präzise verrichten konnte.

Bei den Fadenbildern hatte ich nur im Bekanntenkreis gefragt, wie sie dort gefallen. Ich hatte mich nicht vergewissert, ob sie sich die Bilder auch im Laden kaufen würden. Ich hatte auch keine Informationen darüber, wo die wenigen Bilder, die man mir hin und wieder abgekauft hatte, hingen. Dann erfuhr ich es: Sie hingen - wenn sie überhaupt aufgehängt worden waren - an Stellen, wo sie nicht weiter auffielen.

In den zehn Jahren nach meinem ersten Verkaufsversuch hatte sich viel geändert. Die Blumentapeten waren den Rauhfaser tapeten gewichen. Aus den Schränken mit echtem Furnier waren weiße Schleiflackschränke geworden. Alles war hell, selbst die Fenster waren größer geworden, damit noch mehr Licht in die Zimmer kam. Und genau in diese hellen, weißen Zimmer passten nun die schwarzen Bilder mit den weißen Fäden. Jeder wollte diesen „Klecks“ an den Wänden haben.

Der Markt war also da und ich hatte ihn durch meine Geduld „erwischt“. Mir war also klar, dass ich ohne Marktanalyse nie wieder eine Erfindung anbieten würde. Aber noch etwas war mir klar geworden: Niemand lässt sich als Produzent einer Erfindung einspannen, wenn die Stückzahlen zu gering sind.

Das A und O bei der Präsentation einer Erfindung ist es also, die Unternehmensvertreter gleich beim ersten Kontakt vom wirtschaftlichen Nutzen der Erfindung zu überzeugen. Bedenken Sie auch, dass große Unternehmen mit eigenen Entwicklungsabteilungen täglich zahlreiche Produktvorschläge von freien Erfindern erhalten. Da der Prüfaufwand dieser Vorschläge sehr hoch wäre, werden diese i.d.R. mit einem standardisierten Schreiben abgelehnt.

Gehen wir davon aus, dass ein Modell vorhanden und eine gute Marktprognose gegeben ist, so ist eine gute Idee aber längst noch nicht verkauft. Die Anmeldung muss hieb- und stichfest sein. Niemand darf auf die Idee kommen, die Erfindung mit nur geringen Änderungen nachzubauen zu können.

Wenn bis dahin alles stimmt, folgt das, was ebenso wichtig ist wie die Erfindung: die Präsentation. Bei der ersten Maschine habe ich die glänzenden Augen des Fabrikanten gesehen. Er hatte mit einem Blick erkannt, welche Einsparung diese Idee in seinem Betrieb bringen konnte. Er witterte sofort das Geschäft.

Eine komplexe Maschine muss ich natürlich anders präsentieren als einen Gebrauchsgegenstand, auf jeden Fall aber so, dass der Interessent sofort erkennt, welche Vorteile ihm die Erfindung bietet. Der Inhaber einer Firma oder dessen Konstruktionsleiter muss in weniger als zwei Minuten verstehen, was vor ihm liegt.

Da ich nicht bei jeder Firma persönlich vorsprechen kann, um eine Erfindung vorzustellen, benötige ich eine Präsentationsmappe, aus der alle wichtigen Informationen klar und deutlich hervorgehen. Wichtig ist, dass die Darstellung des neuen Produktes bereits auf der ersten Seite alle entscheidenden Informationen über die Erfindung enthält und den potenziellen Geschäftspartner überzeugt. Nur unter dieser Voraussetzung werden die nächsten Seiten überhaupt gelesen. Stellen Sie zu diesem Zeitpunkt auch noch keine Forderungen.

In die direkten Verhandlungen sollten Sie niemals ohne einen Experten eintreten. Denn jeder Geschäftsmann wird immer den Vorteil seiner Firma in den Vordergrund stellen, und das mit Recht. Das wollen Sie und jeder andere Erfinder doch auch. Um seine Ziele zu erreichen, benötigt man große Erfahrung im Verhandeln.

Pokern Sie niemals zu hoch. Hieran sind schon oft Lizenzverhandlungen gescheitert. Selbst ein erfahrener Pokerspieler kann das Blatt seines Gegners allenfalls errahnen.

Wenn meine Erfindung in einem Unternehmen abgelehnt wird, nutze ich



Der potenzielle Käufer muss sofort den Nutzen einer Erfindung erkennen.
Bild: Projektmanagement SIGNO Erfinderclubs, Institut der deutschen Wirtschaft Köln

die Gelegenheit und frage nach, ob ich mich zu einem späteren Zeitpunkt mit einer anderen Erfindung erneut an das Unternehmen wenden kann. Manchmal vergehen Jahre, bevor ich dem Unternehmen erneut etwas anbiete.

Ist es mir gelungen, eine Erfindung an ein Unternehmen zu verkaufen, habe ich mit dieser Firma gleich eine Anlaufstelle, wenn es um die Vermarktung neuer Erfindungen geht. Ich kenne ja schließlich den richtigen Ansprechpartner und frage nach einem weiteren Präsentationstermin.

Merke:

- ▶ Niemals eine Idee anbieten, bevor diese beim Patentamt angemeldet ist.
- ▶ Die Präsentation muss den Interessenten überzeugen.
- ▶ Treten Sie selbstbewusst und sicher auf.
- ▶ Der Markt muss vorhanden sein.
- ▶ Jede Erfindung benötigt eine eigene Vermarktungsstrategie.
- ▶ Der Interessent will eine Vorstellung von den möglichen Stückzahlen bekommen.
- ▶ Bauen Sie sich ein Unternehmensnetzwerk auf.

3. Vermarkten

Die Entwicklung einer Vermarktungsstrategie beginnt schon früh, nämlich im Ideenstadium. Stelle ich durch einen Marktakzeptanztest fest, dass die Erfindung nicht vermarktungsfähig ist, lasse ich die Finger davon. Sollte ich jedoch feststellen, dass die Zeit für die Erfindung noch nicht reif ist, lege ich die Idee zunächst in eine „Ideenakte“, um ggf. zu einem späteren Zeitpunkt darauf zurückgreifen zu können.

Wenn man mich fragt, woran ich erkenne, dass das Umfeld noch nicht stimmt, antworte ich immer: „Wenn du die Idee hast, einen Schraubenschlüssel zu entwickeln, um damit eine Schraube anziehen zu können, die es noch nicht gibt, dann lege die Idee zur Seite, bis es die Schraube gibt, oder erfinde zuerst die Schraube.“

Um auszuschließen, dass schon jemand anderes irgendwo auf der Welt meine Idee hatte, muss ich in der Patentliteratur genauestens recherchieren. Diese Recherche gibt aber nur Auskunft über das, was bereits veröffentlicht wurde. Dabei ist zu berücksichtigen, dass eine angemeldete Idee vom Deutschen Patent- und Markenamt erst nach 18 Monaten offen gelegt, d.h. veröffentlicht wird. Bei US-Patenten kann es sogar zwei bis drei Jahre dauern, bis diese veröffentlicht werden. Ich muss also einkalkulieren, dass ich mit meiner Erfindung ggf. trotzdem einen herben Rückschlag erleide, nämlich dann, wenn mir jemand mit einer Schutzrechtsanmeldung zuvor gekommen ist, und sei es auch nur um einen Tag.

Ein negatives Rechercheergebnis ist für mich immer auch ein Anlass, mir Gedanken darüber zu machen, weshalb offenbar noch niemand auf diese Idee gekommen ist. Könnte es vielleicht daran liegen, dass kein Markt dafür vorhanden ist oder dass der Markt vielleicht zu klein ist?

Erst wenn ich diese Fragen geklärt habe, fertige ich den Prototyp oder das Modell und bei einer Maschine eine Zeichnung an. Da es mein Anspruch ist, meine Erfindungen zu vermarkten und damit Geld zu verdienen, muss ich von Anfang an die Vermarktung in alle meine Überlegungen mit einbeziehen. Habe ich alle Bedenken ausgeschlossen, melde ich die Idee beim Patentamt an. Auf die Schutzrechtsanmeldung komme ich später noch ausführlicher zu sprechen.

Allen Neulingen kann ich nur dringend raten: Lassen Sie Ihre Schutzrechtsanmeldungen durch einen Patentanwalt vornehmen. Fragen Sie andere Erfinderinnen und Erfinder nach ihren Erfahrungen mit Patentanwälten, denn diese sind nicht nur fachlich unterschiedlich spezialisiert, auch ihre Honorarsätze können stark variieren. Meiner Meinung nach sollte ein Patentanwalt einen Erfinder bei einem Erstgespräch zunächst einmal kostenlos beraten und dabei auf die Stärken und Schwächen der Erfindung hinweisen.

Ein Anwalt sollte auch konkret sagen, was eine Anmeldung genau kostet und ob später noch für jeden Schriftsatz zusätzliche Kosten entstehen. Versuchen Sie, zu verhandeln. Achten Sie genau darauf, was Ihnen der Patentanwalt in Rechnung stellt.

Wenn die Anmeldung dann erfolgt ist, sollte zeitgleich auch das Konzept der Vermarktung zurechtgelegt sein, welches folgende Fragen umfasst:

- ▶ Wer ist der Endverbraucher?
- ▶ Wird die Erfindung im Direktvertrieb oder über Großhändler und Händler laufen?
- ▶ Wie hoch ist der Endverkaufspreis und lässt sich die Erfindung für den Preis verkaufen?
- ▶ Ist der Markt groß genug?
- ▶ Ist die Erfindung ein Zusatzteil zu etwas Bestehendem?
- ▶ Welche Person in einer Firma muss ich von der Erfindung überzeugen?
- ▶ Wie steht die Firma finanziell da?
- ▶ Wurden in naher Vergangenheit Teile der Belegschaft entlassen?
- ▶ Welche Firma ist die härteste Konkurrenz auf dem Markt?

Die nächste Herausforderung für Erfinder ist es, ein aussagekräftiges, professionelles Exposé zu erstellen und zu überlegen, wie man an Unternehmen herantritt. Suche ich das direkte Gespräch im Unternehmen oder suche ich den Erstkontakt über das Versenden eines Exposés?

Manchmal sind gerade Firmen, die wegen schlechter Auftragslage Mitarbeiter entlassen oder freie Kapazitäten haben, sehr offen für Innovationen. Hier empfiehlt es sich, das direkte Gespräch zu suchen. Auch ist es von Vorteil, wenn ich bereits einen Ansprechpartner kenne, an den ich mich wenden kann.

4. Recherchieren

In jedem Fall sollten Sie sich auf dieses Gespräch bis ins letzte Detail vorbereiten. Selbst der Preis der letzten Schraube mit Mutter und Unterlegscheibe muss Ihnen bekannt sein, falls dieser nicht ohnehin schon in Ihrem Exposé steht.

Spätestens an dieser Stelle müsste Ihnen klar sein, dass das Erfinden ein sehr komplexer Prozess ist, bei dem sich die Vermarktung durch alle Stufen hindurch zieht.

Da Erfinder erfinden und in der Regel keine Verkäufer sind, sollten Sie auch erwägen, eine professionelle Vermarktungsfirma zu Rate zu ziehen. Machen Sie sich aber zuvor ein genaues Bild von dieser Firma und ziehen Sie Erkundigungen ein. Es gibt eine Reihe von Vermarktern, die ihre Honoraransprüche nur im Erfolgsfall geltend machen, aber auch einige, die Standardleistungen ohne große Erfolgsaussichten gegen ein nicht unerhebliches Honorar anbieten.

Bevor wir zum Exposé kommen, sollten wir die verschiedenen Möglichkeiten der Recherche und der Anmeldung einer Erfindung durchgehen, also zunächst für ein Fundament sorgen.

Merke:

- ▶ Legen Sie eine Ideenakte für Ihre Erfindungen an.
- ▶ Fragen Sie sich, ob ein ausreichend großer Markt vorhanden ist.
- ▶ Fertigen Sie einen Prototyp oder ein Modell an.
- ▶ Der Aspekt der Vermarktung ist von Anfang an in alle Überlegungen mit einzubeziehen.
- ▶ Vermarkter sollten stets neueste Erfolge nachweisen.

Mit Patentrecherchen bzw. Recherchen zum Stand der Technik „steht oder fällt“ jede Idee, denn jeder potenzielle Lizenznehmer wird sich zuallererst über die Neuheit der Erfindung vergewissern, entweder durch Expertisen oder durch ein geprüftes, das heißt erteiltes Patent. Dabei ist aber selbst ein erteiltes Patent nicht vor Angriffen geschützt, beispielsweise weil die Recherche nicht alle Arten von Informationsquellen oder alle Länder abgedeckt hat.

Für einen ersten Neuheitscheck empfiehlt sich eine eigene Recherche in der kostenlosen Datenbank DEPATISnet des Deutschen Patent- und Markenamtes (www.depatistnet.de). Diese wird nicht auf Anhieb gelingen, da man sich zunächst einmal in die Suchsystematik einarbeiten muss, aber diese Vorrecherche lohnt sich auf jeden Fall.

Findet man keine Treffer, sollte der nächste Schritt die Beauftragung einer professionellen Recherchestelle sein, bspw. eines Patentinformationszentrums. Eine Liste der Rechercesäle und Patentinformationszentren finden Sie im Anhang.

Für jede Recherche gilt, dass die Aussagekraft ihres Ergebnisses immer nur so gut ist, wie die Strategie, die im Vorfeld erarbeitet wurde. Suchworte sollten sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache aufgelistet werden. Nehmen wir an, es geht um eine Hebebühne für Rasenmäher. Dann müssten in die Suche die folgenden Worte aufgenommen und beim Suchen kombiniert werden:

... Rasenmaeher
 ... Kipp..., Heb..., Montage..., Wartung..., Reinig..., Trag..., Stuetz..., Abstuetz..., Buehne..., Rampe..., Bock..., Rasenschneid..., Rasenarbeit..., Rasen..., Bearbeit..., Pfleg..., Schneid...,

LAWN oder GRASS MOW..., SOIL oder AGRICULT... oder FLOOR CULTIVAT..., oder TILLING oder IMPLEMENT...oder TREAT..., TIP..., TILT..., ELEVANT..., usw.

Eine solche Suchstrategie ist relativ trivial. Soll ein qualitativ höherwertiges Ergebnis erzielt werden, so sollte die Recherche über die internationale Patentklassifikation erfolgen. Die Klassen sind in der einschlägigen Literatur verzeichnet, aber selbstverständlich auch über das Internet abrufbar.



Mit der Neuheitsrecherche „steht oder fällt“ jede Idee.

Bild: Projektmanagement SIGNO Erfinderclubs, Institut der deutschen Wirtschaft Köln

Da jede Erfindung vom Patentamt eine Klassifizierungsnummer erhält, aus der ersichtlich ist, ob es sich z.B. um eine Erfindung im Bereich von Maschinen für Wiesen oder Rasen handelt oder um Maschinen, die Metall bearbeiten, kann man die Suche nach der Maschine sehr stark eingrenzen.

In unserem Fall wäre es eine Maschine zum Heben (Klasse B66F), eine Maschine zum Bearbeiten von Rasen oder auch Wiesen (Klasse A01B045) oder Ernten, Mähen und dessen Zubehör (A01D075) oder Werkstatteinrichtungen (B25H) für Rasenmäher (A01D101:00) oder eine Maschine, die aus einem Gestell und/oder Stützen besteht (F16M).

Sie werden nicht alles lesen können, was Sie im Zusammenhang mit Ihrer Erfindung recherchieren. Lesen Sie zunächst die Titel und die Zusammenfassung; auch die Zeichnung kann helfen. Alles, was Ihrer Erfindung nahe kommt, lassen Sie kopieren oder ausdrucken (das kostet extra).

Mein Tipp: Nehmen Sie die kopierten Patentschriften mit nach Hause und lesen Sie sie in Ruhe durch. Mogeln nutzt hier nichts. Spätestens wenn die Prüfer oder Rechercheure des Patentamtes tätig werden, kommt die Wahrheit ans Licht.



Für die Recherche unerlässlich: Die Datenbank DEPATISnet des Deutschen Patent- und Markenamtes (www.depatistnet.de).

Die preiswerteste Recherche bietet Ihnen das Deutsche Patent- und Markenamt an. Um diese Recherche zu erhalten, die meiner Meinung nach die beste ist, müssen Sie Ihre Anmeldung komplett einreichen, also mit der Beschreibung und den Patentansprüchen, der Zusammenfassung und den Zeichnungen.

Seit 2002 zahlen Sie für eine Patentanmeldung 60 Euro. Die Recherchekosten betragen 250 Euro. Haben Sie es sehr eilig, dann bitten Sie um Verzicht der Wartezeit und Sofortrecherche. Nach ca. vier Monaten haben Sie das Ergebnis.

Bei den Patentauslegestellen und Patentinformationszentren, die ebenfalls preiswerte Recherchen anbieten, lohnt sich ein Vergleich der Kosten. Selbstverständlich können Sie Recherchen auch bei Informationsvermittlern oder Patentanwälten in Auftrag geben, aber gerade hier sollten Sie sich im Vorfeld über die Gebühren erkundigen.

5. Anmelden

Wenn Sie sicherstellen könnten, dass Sie der Erste sind, der die Idee hatte, melden Sie Ihre Erfindung an. Natürlich kann man auch eine Idee ohne Patentanmeldung vermarkten. Diese Strategie ist jedoch nur für seltene Ausnahmefälle anzuraten, ansonsten werden die Vermarktungsbemühungen erfolglos bleiben. Grundsätzlich gilt: Die Vermarktung setzt ein Schutzrecht voraus.

Nachfolgend möchte ich kurz auf die wesentlichen Charakteristika von Patenten und Gebrauchsmustern eingehen. Ob es nun Patent- oder Gebrauchsmusteranmeldungen sind, der Aufwand ist gleich, nur die Art der Antragsstellung ist unterschiedlich. Welche Form des Schutzes Sie wählen sollten, hängt von mehreren Faktoren ab: der Art der Erfindung, der Laufzeit und dem qualitativen Anspruch an das Schutzrecht.

Als Patent können angemeldet werden:

Technische Erfindungen und Verfahren, die neu sind, auf einem erfinderischen Schritt beruhen und gewerblich anwendbar sind.

Nicht als Patent angemeldet werden Erfindungen wie bspw.:

- ▶ Entdeckungen sowie wissenschaftliche Theorien und mathematische Methoden,
- ▶ ästhetische Formschöpfungen,
- ▶ Pläne, Regeln und Verfahren für gedankliche Tätigkeiten, für Spiele oder für geschäftliche Tätigkeiten sowie Programme für Datenverarbeitungsanlagen,
- ▶ die Wiedergabe von Informationen in Form von Tabellen oder Formularen,
- ▶ Erfindungen, deren Veröffentlichung oder Verwertung gegen die öffentliche Ordnung oder die guten Sitten verstößt,
- ▶ Pflanzensorten oder Tierarten sowie im Wesentlichen biologische Verfahren zur Züchtung von Pflanzen und Tieren,
- ▶ Verfahren zur chirurgischen oder therapeutischen Behandlung des menschlichen oder tierischen Körpers und Diagnoseverfahren.

Als Gebrauchsmuster können angemeldet werden:

Analog zu den Patentanmeldungen: Technische Erfindungen, die neu sind, auf einem erfinderischen Schritt beruhen und gewerblich anwendbar sind. Ausgenommen sind Verfahren.

Neben den oben genannten Merkmalen von Patenten und Gebrauchsmustern unterscheiden sich die beiden Schutzrechte im Wesentlichen auch hinsichtlich ihrer Laufzeit sowie der Tatsache, dass der Antragsteller eine Gebrauchsmusterurkunde schon drei bis vier Monate nach seinem Antrag erhält, jedoch ohne dass hierbei eine Recherche oder Prüfung durch das Deutsche Patent- und Markenamt durchgeführt wurde. Deshalb sollten Sie unbedingt mit Hilfe einer professionellen Recherche sicherstellen, dass Sie Ihr Schutzrecht durchsetzen können und damit die Basis für die Vermarktung schaffen.

Im Gegensatz zum Gebrauchsmuster, dessen Laufzeit max. zehn Jahre beträgt, kann ein Patent bis zu 20 Jahre lang aufrechterhalten werden. Wichtige Voraussetzung für die Vermarktung ist, dass die Patentschrift professionell verfasst und die Erfindung somit umfassend abgesichert ist. Ob der Schutz auf weitere Länder ausgedehnt werden soll, muss innerhalb eines Jahres nach Anmeldung entschieden werden - entsprechende Märkte vorausgesetzt.

Sollten Erfinder aufgrund ihrer wirtschaftlichen Situation nicht in der Lage sein, die im Zusammenhang mit ihrer Anmeldung anfallenden Gebühren und Kosten zu tragen, können sie die Möglichkeit der Verfahrenskostenhilfe des Deutschen Patent- und Markenamtes in Anspruch nehmen, die sogar die Jahresgebühren für die Aufrechterhaltung des Schutzrechtes umfasst. Der Umfang des Schutzrechtes ist in jedem Fall der gleiche.

Ich erwähnte schon, dass eine Anmeldung keinen absoluten Schutz gewähren kann. So gab es schon Fälle, in denen erteilte Patente noch nach jahrelanger Vermarktung zunichte gemacht wurden, weil die Priorität im Nachhinein einem Dritten zugesprochen wurde, der bei der ursprünglichen Recherche nicht ermittelt werden konnte und nunmehr seine Ansprüche geltend machte.

Keinen unmittelbaren wirtschaftlichen Schaden hat man hingegen zu befürchten, wenn im Nachhinein festgestellt wird, dass eine Erfindung – vielleicht schon lange – Stand der Technik ist und das ehemals bestehende Schutzrecht abgelaufen ist.

So das Beispiel mit den „Inline-Skatern“. Jahrelang waren diese die Gold-

grube für den Erfinder und die Lizenznehmer. Doch dann entdeckte man, dass es keine amerikanische, sondern eine deutsche Erfindung war, die schon als Rennausführung des guten alten Rollschuhs von der Dresdner Gummiwarenfabrik Baemcher vor über einhundert Jahren (1894) zum Patent angemeldet wurde. Damit waren die „Inline-Skater“ seit einhundert Jahren durch eine Patentanmeldung „Stand der Technik“ und jeder hätte sie seit 80 Jahren bauen und verkaufen können (was dann nach der Entdeckung auch geschah). Hier hatte niemand in den uralten Patentschriften nachgesehen.

Ein zweites Beispiel betrifft ein Verfahren zum Heben gesunkener Schiffe. Nach der Anmeldung wurde bekannt, dass in einem viele Jahre vorher veröffentlichten Heft beschrieben war, wie ein gewisser Donald Duck ein Schiff so gehoben hatte, wie es später in der Patentbeschreibung stand. Diese Erfindung des „Donald Duck“ bzw. des Zeichners war zwar niemals als Patent angemeldet worden, aber durch die Veröffentlichung „Stand der Technik“ und somit für jedermann anwendbar.

Abschließend möchte ich noch einmal die Überlegungen im Vorfeld einer Anmeldung zusammenfassen. Am Beginn steht die Wahl des passenden Schutzrechtes. Dann muss ich eine Beschreibung meiner Erfindung anfertigen. Diese Beschreibung muss so vollständig sein, dass kein Detail fehlt, auch das Unwesentlichste nicht, weil ich diese Beschreibung niemals ändern kann. Sie darf nicht ergänzt werden und es kann nichts nachgeschoben werden, was die ursprüngliche Offenbarung des Erfindungsgegenstandes erweitert. Alle Ansprüche, die ich stelle, müssen in der Beschreibung erkennbar sein.

Grundsätzlich stelle ich mir folgende Fragen:

- ▶ Welche Ansprüche will ich stellen?
- ▶ Was kann meine Erfindung alles?
- ▶ Wo ist sie überall einsetzbar?
- ▶ Wo liegt das technische Problem, was ist die Zielsetzung und die Aufgabe?
- ▶ Was ist der technische Stand?
- ▶ Könnte meine Erfindung bereits bestehende Schutzrechte Dritter verletzen?
- ▶ Welche Anwendungsgebiete sehe ich sonst noch?

Handelt es sich um ein neues Verfahren, frage ich mich:

- ▶ Wo liegen die Vorteile meiner Erfindung gegenüber dem Stand der Technik?
- ▶ Welche Möglichkeiten der Gestaltung oder der Bauweise lege ich in einer Zeichnung fest?

Wenn ich alle Fragen beantwortet habe, beginne ich mit der Beschreibung wie folgt:

Name und
Anschritt
des Erfinders

Seite 1

Beschreibung

Vorrichtung zum Vorfalzen von Papier

Die Erfindung betrifft eine Vorrichtung, die aus nur zwei Teilen besteht und so konstruiert ist, dass sie nach Anlegen eines Blattes an einen Anschlag auf einer Grundplatte und dem relativen Zueinanderbewegen eines Hebels zur Grundplatte mindestens ein zwischen Grundplatte und Hebel gelegtes Blatt Papier an bestimmten Stellen vorfalzt. Nach Herausnehmen des Blattes ist es leichter, es auf das gewünschte, vorgefalzte Format zusammenzulegen.

Bisherige bekannte Konstruktionen wie in den Druckschriften DE 39 33 691 A1, DE 297 09 571 U1 und DE 297 10 152 U1 beschrieben, befassen sich ausschließlich mit dem fertigen Falten von Papierbögen. Die abgebildeten Vorrichtungen sind verhältnismäßig aufwändig hergestellt und bestehen aus vielen Einzelteilen. Selbst das Falten ist mit Aufwand verbunden.

Elektrische Maschinen eignen sich nur für größere Serien und sind im Büro unpraktisch. Erfinderaufgabe war es daher, eine Maschine zu entwickeln, die die Nachteile der o.g. Erfindungen nicht in sich birgt, also einfacher in der Konstruktion, Handhabung und niedriger im Preis ist.

Diese Aufgabe wird erfindergemäß wie folgt gelöst:

In der o.g. Erfindung wird ein Blatt Papier auf eine Grundplatte an den Anschlag angelegt. Dann wird der Hebel und die Grundplatte relativ zueinander gedrückt. Der Hebel ist mittels Scharnier mit der Grundplatte verbunden. Beim Gegeneinanderdrücken der Grundplatte und dem Hebel senkt sich der Hebel mit dem Papier in eine Aussparung und falzt das Papier an den Knickstellen vor. Nach Heben des Hebels lässt sich das so vorgefaltete Papier leicht entnehmen und endgültig an den vorgefalteten Stellen zusammenlegen.

Die erreichten Vorteile sind insbesondere in der hohen Geschwindigkeit zu sehen, mit der auch ein Ungeübter bis zu zehn Blätter zum Format DIN lang zusammenlegen kann. Weitere Vorteile sind der Preis und das einfache Herstellungsverfahren der Vorrichtung. Weiter ist die Vorrichtung überall sofort einsetzbar und bewältigt nicht nur kleine Posten an Serienbriefen, sondern auch, was heute in Betrieben immer häufiger vorkommt, Faltprospekte in kleinen Auflagen, die auf dem Kopierer hergestellt wurden.

Ist die Oberfläche der Vorrichtung von ihrer Struktur geeignet, kann sie neben jedem Computer als Mausunterlage benutzt werden, wo sie einen weiteren Vorteil bringt.

Der Einsatzbereich dieser Vorrichtung ist schon allein wegen ihres Preises und dem praktischen Nutzen überall dort, wo Briefe oder Prospekte geschrieben oder versandt werden: in Verwaltungen, Vereinen, in praktisch jedem Büro.

Im Folgenden wird die Erfindung anhand eines Beispiels und mit Bezug auf die beiliegende Zeichnung näher erläutert, wobei die Abbildung die Arbeitsweise des Vorfalzbrettes zeigt sowie in Draufsicht eine

Computer-Mausunterlage als Nebenprodukt. In der Abb. wird der Hebel 3 nach oben gehoben und ein Blatt Papier auf die Grundplatte 1 unterhalb des Hebels 3 an den Anschlag 2 gelegt. Dann wird der Hebel 3 mit dem Papier gegen die Grundplatte in die Aussparung 5 gedrückt.

Das Papier erhält in der Aussparung einen Knick und ist damit vorgefalzt. Nach Heben des Hebels 3, der mit dem Einhängescharnier mit der Grundplatte 1 fest verbunden ist, lässt sich das Papier leicht aus der Grundplatte nehmen und auf das Format zusammenlegen, welches die Größe des Vorfalzbrettes vorgibt.

Name und Seite 2
Anschritt
des Erfinders

Patentansprüche

Vorrichtung zum Vorfalzen von Papier

1. Vorrichtung zum Vorfalzen von Papier, bestehend aus 2 Teilen, einer Grundplatte (1) und einem Hebel (3), dadurch gekennzeichnet, dass deren Anordnung so zueinander steht, dass durch die Bewegung des Hebels (3) relativ zur Grundplatte (1) mindestens ein dazwischen abgelegtes Blatt Papier an bestimmten Stellen durch eine Aussparung (5) in der Grundplatte (1), in die sich der Hebel (3) senken lässt, vorgefalzt wird.
2. Vorrichtung zum Vorfalzen von Papier gemäß Anspruch 1, dadurch gekennzeichnet, dass das Falzbrett im zusammengeklappten Zustand mit entsprechender Oberfläche als Mausunterlage neben dem Computer dient.

Name und
Anschrift
des Erfinders

Seite 3

Zusammenfassung

Vorrichtung zum Vorfalzen von Papier

Papier wird, um es zu Faltblättern, zum Versand oder Ähnlichem auf ein bestimmtes Format zu falten, zunächst zwischen zwei durch ein Scharnier (4) miteinander verbundene Platten (1+3) gelegt, wobei eine die Grundplatte (1) und die zweite der Hebel (3) ist. Dann werden die beiden Platten gegeneinander gedrückt, wobei der Hebel (3) sich mit dem Papier in eine Aussparung (5) der Grundplatte (1) senkt, die z.B. bei der Faltung von DIN A4 auf DIN lang die Breite eines Drittels des zu faltenden Blattes hat. Hierdurch wird das Papier an den bestimmten Stellen vorgefalzt. Nach dem Herausnehmen des Papiers aus der Vorrichtung lässt sich das vorgefalzte Blatt leicht an den Knickstellen zusammenfallen.

Merke:

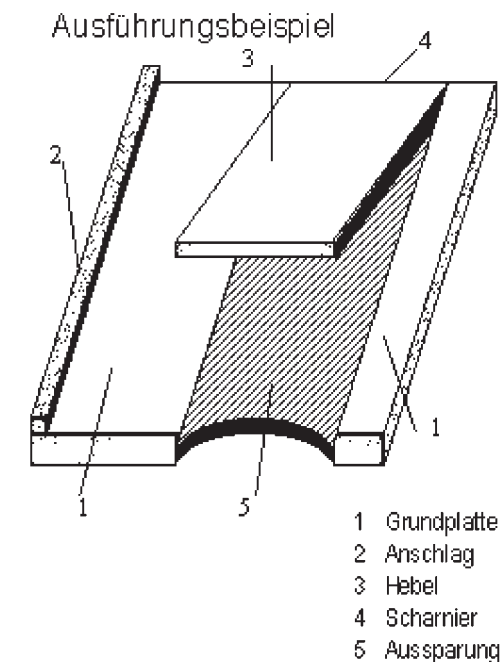
- ▶ Nicht geschützte Erfindungen zählen bei Veröffentlichung sofort zum Stand der Technik und können somit von jedermann vermarktet werden.
- ▶ Priorität bedeutet ein Jahr Schutz auf der ganzen Welt.
- ▶ Für die Beschreibung, die Ansprüche, die Zusammenfassung und die Zeichnung wird immer ein neues Blatt genommen, das mit dem Namen des Erfinders, der Seitenzahl und der Überschrift beginnt.

Name und
Anschrift
des Erfinders

Seite 4

Zeichnung

Vorrichtung zum Vorfalzen von Papier



6. Exposé verfassen

Das Exposé ist für die Vermarktung mindestens genauso wichtig wie der Prototyp, mit dem man den Funktionsnachweis erbringt. Deshalb sollten sich Erfinder vor jedem Lizenzgeschäft rechtzeitig mit diesem Thema befassen.

Meines Erachtens ist ein Exposé eine Verkaufsunterlage, mit der ich mein Produkt anpreise. Über den Aufbau eines Exposés sind sich selbst Experten nicht einig.

Wir erstellen ein einfaches, stichhaltiges Exposé, in dem alles aufgeführt ist, was den potenziellen Lizenznehmer an unserer Erfindung interessieren könnte. Informationen, die darüber hinaus gehen, stellen wir dem potenziellen Lizenznehmer bei Bedarf selbstverständlich gerne zur Verfügung.

Anhand des konkreten Beispiels eines Fluss- und Gezeitenkraftwerkes für flache Gewässer möchte ich die Mindestansprüche an ein Exposé erläutern:

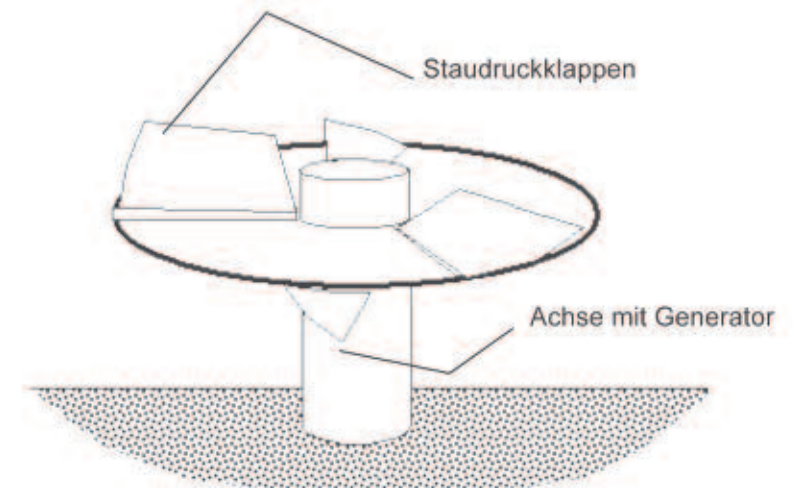
Das Deckblatt sollte ansprechend sein und kann ein Foto der Erfindung beinhalten. Auf der zweiten Seite sollte ein übersichtliches Inhaltsverzeichnis stehen. Dann belege ich gerne die dritte Seite mit einer Zeichnung der Erfindung, wie sie z.B. in der Patentschrift abgebildet ist. Hier können die einzelnen Konstruktionsmerkmale erläutert werden, was in der Patentschrift nicht erlaubt ist.

Die Zeichnung darf nicht überladen sein. Der Leser sollte mit einem Blick erkennen, um was es geht. Eine kleine Effekthascherei ist erlaubt, darf aber nicht aufdringlich sein.

Nach der Zeichnung hat die zusammenfassende Beschreibung zu folgen, die das Wesentliche beinhaltet und den Leser überzeugen soll.

Aber wen muss ich eigentlich mit dem Exposé überzeugen? Im Falle des Fluss- oder Gezeitenkraftwerkes für flache Gewässer müsste ich mich an einen Hersteller von Wasserkraftwerken wenden. Dieser ist Experte auf seinem Gebiet und muss somit nicht erst über die Materie aufgeklärt werden. Dieser Fachmann wird mit einem Blick erkennen, was das Besondere an der Erfindung ist.

Muster Seite 3



Muster Seite 4

Technische Beschreibung

Der Rotor ist als Unterwasser-, Fluss- oder Gezeitenkraftwerk einsetzbar. Das Kraftwerk besteht aus einer senkrecht im Grund befestigten Achse, an der mindestens acht waagrecht liegende Achsen angebracht sind, die jeweils mit einer klappbaren Schaufel (Staudruckklappen) versehen sind. Vier der Schaufeln klappen nach oben und vier nach unten auf. Jede dieser Schaufeln legt sich, durch Gegengewichte unterhalb ihrer Achse ausbalanciert, im Ruhezustand in annähernd waagerechte Lage. Die waagrecht liegenden Achsen sind an den äußeren Enden durch einen Ring miteinander verbunden oder ganz in einer Scheibe untergebracht, die an der senkrecht stehenden Achse befestigt ist.

Werden die Schaufeln durch fließendes Wasser angesteuert, hebt das fließende Wasser nur die Schaufeln an, unter die das Wasser greifen kann. Mit den dann senkrecht stehenden Schaufeln wird durch das fließende Wasser ein Druck erzeugt, der die Schaufel, und damit dessen waagerechte Achse um die senkrecht stehende Achse dreht. Sobald der Druck vom fließenden Wasser nachlässt, legt sich die Schaufel wieder in die waagerechte Position und dreht sich flach anliegend gegen die Fließrichtung, um sich in dem Moment, in dem die Oberkante der Schaufeln gegen die Fließrichtung gerichtet ist, wieder aufzurichten, und so den Wasserdruck aufzunehmen.

Die senkrecht stehende Achse, die durch die Schaufeln gedreht wird, treibt einen Generator an, der die von den Schaufeln aufgenommene Energie in Strom umwandelt.

Muster Seite 5

Um das Kraftwerk reparaturfreundlich zu gestalten, ist die senkrechte Achse pneumatisch ausfahrbar, so dass alle Reparaturen am Kraftwerk über Wasser ausgeführt werden können.

Die Vorteile, die ein Unterwasserkraftwerk mit klappbaren Schaufeln bringt, sind in der hohen Energiegewinnung auf kleinstem Raum zu sehen. Zudem ist ein solches Unterwasserkraftwerk umweltfreundlich, die Energie ist nachwachsend und die Drehzahlen des Kraftwerkes liegen nahe der Fließgeschwindigkeit oder der Strömungsgeschwindigkeit, was ein Fischsterben wie bei Turbinen vermeidet.

Sie sind preiswert in der Herstellung und haben wegen der fehlenden Energiezufuhr keine oder nur wenig Standzeiten. Es ist als Unterwasserkraftwerk in schnell und langsam fließenden Gewässern einsetzbar. Es arbeitet schon bei einer Strömung von 1,5 km/h.

Es kann in Europa als Gezeitenkraftwerk zum Einsatz kommen. Es ist nicht auf Tidenhub oder große Tiefen angewiesen. Es kann als schwimmendes, verankertes Kraftwerk oder als Sandbankkraftwerk arbeiten. Es ist einfach in der Bauart und reparaturfreundlich sowie unempfindlich gegen Kollisionen.

Das Kraftwerk kann zur Stromerzeugung oder zur Bewässerung auch in Entwicklungsländern eingesetzt werden. Es arbeitet bei Hoch-, Normal- und Niedrigwasser in Flüssen und kann auch unter einer Eisdecke zum Einsatz kommen. Es ist niemals wetterabhängig und schöpft dort die Energie, wo diese unerschöpflich vorhanden ist.

Muster Seite 6

Rund fünfzehn Prozent des Welt-Energiebedarfs ließen sich nach Daten des Forschungsverbunds Sonnenenergie durch verschiedene Formen der Meeresenergie decken. Vor der Westküste Großbritanniens ging der erste Prototyp eines Unterwasser-Rotors in Betrieb.

Dabei handelt es sich um die Anlage im Bristol Channel, rund zwei Kilometer vor der Küste von Devon. Im 20 Meter tiefen Wasser kreist ein 11 Meter großer Rotor mit 15 Umdrehungen pro Minute in der Strömung der Gezeiten statt im Wind.

Die sechs Mio. Euro teure Anlage, die von der EU gefördert wurde, ist ein Gemeinschaftsprojekt der britischen und deutschen Regierung. Die Unterwasser-Mühlen sind Windkraftwerke, die unter Wasser aufgestellt werden. Sie sind wetterunabhängig und ihr Ertrag lässt sich gut vorausberechnen. Solange sich die Erde dreht und der Mond sie umkreist, ist diese Energie sicher.

Die Technik ist vor allem für Länder mit langer Küste und tiefem Wasser interessant. Der Prototyp kommt auf eine Leistung von rund 300 Kilowatt, spätere Anlagen sollen jedoch ein Megawatt pro Rotor erzeugen. Europaweit ließen sich damit an mehr als 100 geeigneten Standorten 12.500 Megawatt Strom erzeugen - etwa so viel wie in zwölf Kernkraftwerken.

In Deutschland und vielen anderen Ländern gibt es nicht die Möglichkeit, solche Unterwasser-Mühlen zu errichten. Dort wo genügend Tiefe für derartige Anlagen besteht, befinden sich bereits Schifffahrtswege und auf den vorhandenen Sandbänken kann man nur Windmühlen errichten, die mit den bekannten Nachteilen behaftet sind.

Der hier vorgestellte Rotor ist eine Ausnahme. Der Rotor benötigt nur eine geringe Wassertiefe und lässt sich somit auf Sandbänken vor den Küsten aufstellen. Ein Rad mit einem Durchmesser von ca. zehn Metern und einer Wassertiefe von fünf Metern kann bei einer Strömungs-

geschwindigkeit von 3,5 km/h ein Megawatt Strom erzeugen. Ein Windkraftwerk benötigt hierzu einen Rotordurchmesser von 55 Metern und eine "Wasser-Mühle" eine Wassertiefe von mehr als 30 Metern.

Je tiefer die Stellen im Meer sind, an denen Kraftwerke errichtet werden, desto teurer ist eine Anlage und desto teurer ist der Strom, den die Anlage produziert. Das hier vorgestellte Kraftwerk wird voraussichtlich allein durch die geringe Einbautiefe 50 Prozent weniger Aufbaukosten verschlingen als andere Unterwasserkraftwerke mit vergleichbarer Leistung.

Da das Kraftwerk zudem durch seine einfache Konstruktion preiswert herzustellen ist, wird der Strompreis im Bereich von oder unter dem von Kohlekraftwerken liegen und somit konkurrenzlos sein. Ein weiterer Vorteil liegt zweifellos in der Möglichkeit, das Kraftwerk an allen Küsten mit Gezeitenströmung anbringen zu können und darin, keine bestehenden Schifffahrtslinien zu beeinträchtigen.

Nun müssen Sie Ihre Ausführungen im Exposé mit Zahlen belegen und dem potenziellen Lizenznehmer konkrete Angaben zu den Kosten, den notwendigen Investitionen und ggf. weiteren Entwicklungskosten sowie zu Marktvolumen und den möglichen Erlösen geben. Obwohl es zahlreiche Quellen gibt, die entsprechende Informationen bereitstellen können, wie bspw. das Internet, Verbände, das Statistische Bundesamt etc., wird es Ihnen nicht in allen Fällen gelingen, die realistischen Zahlen zu ermitteln.

Da davon auszugehen ist, dass sich Ihr Verhandlungspartner ganz genau in der Materie auskennt, lassen sie einzelne Zahlenwerte lieber weg, anstatt nicht belastbare Zahlen anzugeben, denn diese könnten die Seriosität des Exposés in Frage stellen.

7. Verhandeln lernen



Messen sind ideal für die Anbahnung von Geschäftskontakten.

Bild: Projektmanagement SIGNO Erfinderclubs, Institut der deutschen Wirtschaft Köln

Wenn Sie einen Film oder eine Animationsgrafik von Ihrer Erfindung besitzen, sollten Sie diese dem Exposé beilegen.

Abschließend möchte ich Ihnen noch den Rat geben, die Erfindung auf Messen vorzustellen. Nutzen Sie jede Gelegenheit, um Aussagen zum Wert und zur Akzeptanz Ihrer Erfindung zu gewinnen. Notieren Sie auch die Branchenzugehörigkeit Ihrer Gesprächspartner. Daraus lassen sich bei entsprechenden Häufungen Rückschlüsse auf das Kaufinteresse einzelner Branchen ziehen.

Merke:

- ▶ Ermitteln Sie den richtigen Ansprechpartner im Unternehmen.
- ▶ Für die Vermarktung ist das Exposé mindestens genau so wichtig wie der Prototyp.
- ▶ Bringen Sie die Informationen zu Ihrer Erfindung im Exposé in attraktiver Form auf den Punkt.
- ▶ Lieber keine als vage Zahlen.

Aus Sicht des Erfinders geht es bei geschäftlichen Verhandlungen in den meisten Fällen um eine Lizenzvergabe. Dabei ist derjenige Vertragspartner, der aus bestimmten Sachzwängen einen Abschluss erzielen muss, grundsätzlich im Nachteil. Da es in dieser Vertragskonstellation der Erfinder ist, der etwas verkaufen will und dies aus wirtschaftlichen Gründen ggf. auch muss, ist er von daher meist in der schwächeren Position.

Alle meine Überlegungen sollten jetzt darauf abzielen, wie ich meine Verhandlungsposition verbessern kann. Das beginnt mit einer guten Vorbereitung, in deren Rahmen ich möglichst viele Informationen über das Unternehmen und ggf. meinen Gesprächspartner einhole. Das Exposé habe ich in der Tasche und alle technischen und wirtschaftlichen Daten und Fakten habe ich mir eingeprägt.

Das Modell oder den Prototyp kann ich vor Ort präsentieren und damit die Funktionsfähigkeit meiner Erfindung nachweisen. Ich bin mir auch nicht zu schade, „Verstärkung“ zu dem Termin mitzubringen, denn ich sitze schließlich auch mehreren Firmenvertretern gegenüber.

Außerdem bereite ich mich mental derart vor, dass ich nicht den Eindruck erwecke, unbedingt einen Geschäftsabschluss erzielen zu müssen. Das würde nur unnötig meine Verhandlungsposition schwächen. Auch versuche ich, weder zu aggressiv noch zu defensiv aufzutreten, um meinen Verhandlungserfolg nicht zu gefährden.

Ich beobachte auch meinen Verhandlungspartner genau, ob sein Interesse während des Gesprächs wächst oder nachlässt, um sofort darauf reagieren zu können. Sollte ich feststellen, dass das Gespräch zu keinem konkreten Ergebnis führt, mein Gesprächspartner also - aus welchen Gründen auch immer - nicht „anbeißt“, sollte ich die Verhandlungen abbrechen. Unter Umständen kann ich damit sogar eine Wende zum Positiven herbeiführen.

Als geistiger Vater meiner Erfindungen bin ich natürlich von meinen „Kindern“ voll und ganz überzeugt. So fällt es mir nicht schwer, den potenziellen Interessenten mit Begeisterung zu überzeugen; ich hüte mich jedoch, Gesprächspartner überreden zu wollen.



Präsentieren und verhandeln lernen gilt ebenso für den Forschernachwuchs
Bild: Projektmanagement SIGNO Erfinderclubs, Institut der deutschen Wirtschaft Köln

Aber ich kann nur dann nachhaltig überzeugen, wenn ich mich in die Rolle des Unternehmers versetze, denn den interessiert naturgemäß in erster Linie der wirtschaftliche Nutzen für sein Unternehmen. Stellen Sie ruhig auch Fragen, die in Bezug auf ihr beabsichtigtes Ergebnis Ziel führend sein können, denn wer fragt, bekommt Antworten. An den Antworten kann ich auch ablesen, ob mein Gesprächspartner ausweicht oder ob ein ernsthaftes Interesse besteht.

Ist mein potenzieller Geschäftspartner an meiner Erfindung interessiert und ein Geschäftsabschluss wird eingeleitet, bewahre ich Ruhe und überlasse es ihm, den Termin für die Unterzeichnung festzulegen.

Kommt ein Abschluss wider Erwarten doch nicht zustande, so muss ich es akzeptieren, aber ich versuche, die Gründe hierfür zu erfahren. Ein Problem wäre es schließlich nur, wenn mein Partner den Vertrag nach dem Abschluss nicht einhalten sollte.

In einem Punkt bleibe ich immer hart, nämlich wenn es um die garantierte Mindestlizenzgebühr und den Zeitpunkt geht, ab dem diese gezahlt werden soll. Was die Höhe der Mindestlizenzgebühr anbelangt, kann ich allen Erfindern nur den guten Rat geben, es nicht zu übertreiben – die Gebühr muss für beide Vertragsparteien akzeptabel sein. Die Summe sollte aber durchaus auch die Gewinne berücksichtigen, die in diesem Zeitraum erzielt werden können.



Professionelles Auftreten soll die Fachkompetenz zur Geltung bringen.
Bild: Projektmanagement SIGNO Erfinderclubs, Institut der deutschen Wirtschaft Köln

Die Mindestlizenzgebühr erfüllt aber noch einen ganz anderen Zweck: Um auszuschließen, dass der Lizenznehmer den Vertrag nur nutzt, um die Konkurrenz fernzuhalten, sollten Lizenzverträge eine Klausel über Mindestlizenzgebühren enthalten, die anführt, wie viel der Lizenznehmer zu zahlen hat, wenn er das Patent nicht verwertet.

Merke:

- ▶ Bereiten Sie sich intensiv auf das Gespräch vor.
- ▶ Wenn möglich, nehmen Sie sich „Verstärkung“ mit.
- ▶ Üben Sie keinen Druck auf Ihren Gesprächspartner aus.
- ▶ Im Falle eines negativen Ergebnisses, versuchen Sie unbedingt die Gründe in Erfahrung zu bringen.
- ▶ Bleiben Sie realistisch, was die Lizenzgebühr anbelangt.

8. Der Lizenzvertrag



Prüfen Sie genau, wozu sich beide Parteien verpflichten.
Bild: © Claudia Hautumm / PIXELIO

„Lizenzierung ist die Ausnahme vom grundsätzlichen Verbot, ein geschütztes Gut zu nutzen.

Beim Lizenzvertrag handelt es sich um einen formfreien Vertrag, der vom Prinzip der Vertragsfreiheit geprägt ist. Er ist ein gegenseitiger Vertrag und vereint u.a. Elemente des BGB, des HGB, des gewerblichen Rechtsschutzes. Als vertragliche Gattung ist er allerdings nicht ausdrücklich geregelt.“*

Lizenzverträge sind eine komplizierte Materie, bei denen sich die Konsultation eines Juristen immer auszahlen wird. Da es hier unter Umständen um viel Geld geht, versucht natürlich jede Vertragsseite, zunächst einmal die eigenen Interessen in den Vordergrund zu stellen.

In unserem Erfinderclub haben wir versucht, einen Lizenzvertrag zu formulieren, der für beide Seiten fair ist, so dass er eine ausgewogene Balance zwischen den Interessen des Lizenzgebers und des Lizenznehmers beinhaltet. Er berücksichtigt zudem alle Details, die im Rahmen eines Lizenzvertrages relevant sind.

* Quelle: International licensing Industry Merchandisers' Association (www.licensing.org)

Lizenzvertrag

Zwischen
– nachstehend Lizenzgeber genannt –

und

vertreten durch.....
– nachstehend Lizenznehmerin genannt –

wurde heute der folgende Vertrag geschlossen:

Präambel

Der Lizenzgeber hat ein/e

..... erfunden.

Diese Erfindung ist am beim Deutschen Patent- und

Markenamt unter angemeldet worden.

Die PCT Patentanmeldung erfolgte >noch nicht< am

und erstreckt sich auf die Staaten des europäischen Patentsystems und

weiterhin auf

– nachfolgend als Vertragsschutzrechte bezeichnet –

Die Vertragsschutzrechte sind <nicht> in Kraft.

Die internationale Recherche vom Europäischen Patentamt und

..... enthielt keine relevanten

Entgegenhaltungen.

Der Lizenzgeber verfügt über Funktionsmodelle für die Darstellung der Funktionen. Der Lizenzgeber ist zur Erteilung der ausschließlichen Lizenz berechtigt. Der Lizenzgeber erteilt mit diesem Vertrag erstmals eine Lizenz auf die o.g. Erfindung.

Die Lizenznehmerin plant die >Entwicklung eines Prototypen<, die Herstellung und den Vertrieb des Vertragsgegenstandes. Die Erfindung ist bei Vertragsabschluss >noch nicht< serienreif entwickelt und wird bis zur Serienherstellung >keine besonderen< Aufwendungen erforderlich machen.

Hiervon ausgehend vereinbaren die Parteien, auch mit Wirkung für die jeweiligen Rechtsnachfolger, Folgendes:

§ 1 Definition

Vertragsgegenstand ist die/das, wie es in der Patentanmeldung beschrieben und der Lizenznehmerin als Muster übergeben wurde. Technische Änderungen der Lizenznehmerin in Form, Maßen, Farbe und Handling oder Weiterentwicklungen beeinträchtigen das Vertragsabkommen in keiner Weise.

§ 2 Lizenzumfang

1. Der Lizenzgeber räumt der Lizenznehmerin das ausschließliche Recht ein, die Vertragsschutzrechte >weltweit< >in den Staaten< zu nutzen, >in denen die Vertragsschutzrechte erteilt sind<.
2. Die Lizenzerteilung erstreckt sich auf die Weiterentwicklung, Herstellung, den Gebrauch und den Vertrieb des Vertragsgegenstandes. Die Vergabe einer ausschließlichen Lizenz an Dritte ist für die Laufzeit dieses Vertrages ausgeschlossen. Die Vergabe von Unterlizenzen durch die Lizenznehmerin ist nur mit schriftlicher Genehmigung des

Lizenzgebers erlaubt. Diese Genehmigung ist in einem zusätzlichen Vertrag festzuhalten.

§ 3 Übergabe

1. Der Lizenzgeber übergibt der Lizenznehmerin bei Vertragsabschluss alle zum Patent gehörenden Unterlagen.
2. Alle Unterlagen sind nach Vertragsablauf unverzüglich zurückzugeben.

§ 4 Lizenzgebühr

1. Die Lizenznehmerin zahlt dem Lizenzgeber eine Gebühr in Höhe von % vom Nettoverkaufsbeitrag des Vertragsgegenstandes. Unter Nettoverkaufsbeitrag ist der Rechnungsbetrag zu verstehen, den die Lizenznehmerin den Händlern oder Endkunden ohne Mehrwertsteuer und Frachtkosten in Rechnung stellt, allerdings ohne Berücksichtigung von Händler- oder Barzahlungsrabatten. Für die Berechnung von Verkäufen an Mutter-, Tochter- oder Schwestergesellschaften der Lizenznehmerin werden handelsübliche Konditionen zugrunde gelegt, auch wenn diese nicht verlangt werden.
2. Die Lizenzgebühr wird am Tag der Rechnungsstellung der Lizenznehmerin für den Abnehmer fällig. Zahlungsausfälle mindern die Zahlungspflicht und die Höhe der Lizenzgebühr nicht.
3. Die Lizenznehmerin hat unabhängig von den in Abs. 1 und 2 getroffenen Vereinbarungen eine Mindestlizenzgebühr von Euro pro Jahr zu zahlen, die auf die laufende Lizenzgebühr gemäß Abs. 1 und 2 angerechnet wird.

§ 5 Vorauszahlungen

1. Bei Abschluss des Vertrages leistet die Lizenznehmerin an den Lizenzgeber eine einmalige Vorauszahlung in Höhe von Euro auf die in § 4 bestimmte Lizenzgebühr. Die Vorauszahlung kann nicht zurückverlangt werden. Die Verrechnung der Vorauszahlung mit der Lizenzgebühr erstreckt sich über die ersten drei Jahre der Vertragsdauer.
2. Ferner entrichtet die Lizenznehmerin bei Vertragsabschluss einen einmaligen Betrag in Höhe von Euro zur Abdeckung der dem Lizenzgeber bis dahin entstandenen Kosten. Dieser Betrag kann ebenfalls nicht zurückverlangt werden.
3. Alle laufenden Kosten der Patenterteilung und -erhaltung, einschließlich der Anwaltskosten, übernimmt ab Vertragsabschluss die Lizenznehmerin während der gesamten Vertragsdauer. Die Zahlungsüberwachung übernimmt der Patentanwalt.

§ 6 Buchführungspflicht

1. Die Lizenznehmerin hat über die Weiterentwicklung, Herstellung und den Vertrieb des Vertragsgegenstandes Buch zu führen. Aus der Buchführung müssen für den Lizenzgeber jederzeit die produzierten und vertriebenen Stückzahlen, auch wenn diese in verschiedenen Werken produziert wurden, sowie die entsprechenden Abnehmer ersichtlich sein.
2. Der Lizenzgeber hat das Recht, die Richtigkeit der Buchführung durch einen zur Verschwiegenheit verpflichteten Buchprüfer seiner Wahl in zeitlicher Abstimmung mit der Lizenznehmerin überprüfen zu lassen. Die Kostenlast verändert sich zu Lasten der Lizenznehmerin, wenn der Buchprüfer Unrichtigkeiten in der Buchprüfung feststellt.

§ 7 Lizenzgebühren – Abrechnung und Abrechnungskontrolle

1. Die Lizenznehmerin übersendet innerhalb von vier Wochen nach Quartalsende eine vorläufige Abrechnung des vergangenen Quartals über die in dem Quartal angefallene Lizenzgebühr. Die Überweisung des fälligen Betrages hat innerhalb weiterer zwei Wochen zu erfolgen. Der Betrag kann als Abschlagszahlung auf volle Summen in 500,00-Euro-Schritten ab- oder aufgerundet werden.
2. Die Lizenznehmerin übersendet bis Monatsende Januar des Folgejahres bzw. bis Monatsende des Folgemonats des Geschäftsjahres die Jahresabrechnung über die angelaufene und gezahlte Lizenzgebühr. Die Überweisung der dann noch fälligen Lizenzgebühr erfolgt innerhalb weiterer zwei Wochen auf das Konto des Lizenzgebers.
3. Bei Auslandsverkäufen richtet sich die Lizenzgebühr nach dem Wechselkurs, der am Tag der aktuellen Buchung gültig war. Der Lizenzgeber ist berechtigt, ab dem Fälligkeitstag 5 % Verzugszinsen über dem jeweiligen Basiszinssatz nach § 247 BGB zu erheben, ohne dass eine Mahnung erforderlich ist.
4. Mit der Jahresabrechnung übersendet die Lizenznehmerin von sämtlichen Verkaufsrechnungen Duplikate an den Lizenzgeber.

§ 8 Lizenzgebühren nach Vertragsbeendigung

Die Lizenznehmerin hat innerhalb von 30 Tagen nach Beendigung des Vertrages dem Lizenzgeber die endgültige und abschließende Abrechnung zu übersenden und die restliche Lizenzgebühr innerhalb weiterer zwei Wochen auf das Konto des Lizenzgebers zu überweisen.

§ 9 Ausübungspflicht

Die Lizenznehmerin ist zur Lizenzausübung verpflichtet.

§ 10 Unterlizenzen

Der Lizenznehmerin ist die Erteilung von Unterlizenzen gestattet, wenn der Lizenzgeber vorher schriftlich zugestimmt hat.

§ 11 Entwicklungsbindung

Die Lizenznehmerin verpflichtet sich, alle Entwicklungsarbeiten und weitere Ausgestaltungen am Vertragsgegenstand mit dem Lizenzgeber abzustimmen und den Aufwand des Lizenzgebers entsprechend zu entgelten.

§ 12 Produkthaftpflicht und Schutzrechte Dritter

1. Die Lizenznehmerin gewährleistet, dass der Lizenzgegenstand den behördlichen Qualitätsanforderungen entspricht. Der Lizenzgeber hat ein ständiges Kontrollrecht, das ihm persönlich während der Arbeitszeit der Lizenznehmerin in deren Produktionsstätten zusteht.
2. Die Lizenznehmerin hat für die Produkthaftung jeder Art einzustehen.
3. Der Lizenzgeber hat das Recht, der Lizenznehmerin die Produktion minderwertiger Lizenzgegenstände zu untersagen.
4. Sollte der Vertragsgegenstand, soweit durch die Lizenz abgedeckt, ein Schutzrecht eines Dritten verletzen, werden die Parteien sich um eine einverständliche Lösung bemühen. Die Haftung des Lizenzgebers berührt nicht die Mindestlizenzgebühr und ist auf 50 % der darüber hinaus erhaltenen Lizenzgebühr gem. § 4 begrenzt.

§ 13 Technische Hilfe

1. Der Lizenzgeber ist bei der Weiterentwicklung und Planung des Vertragsgegenstandes beratend mit einzubeziehen.
2. Die Kosten der Beratung und der technischen Hilfestellung, einschließlich der anfallenden Nebenkosten, trägt die Lizenznehmerin.

§ 14 Vervielfältigung von Lizenzunterlagen

1. Der Lizenznehmerin ist es gestattet, Kopien von technischen Daten anzufertigen. Die Kopien sind jedoch ausschließlich zum Gebrauch der Lizenznehmerin bestimmt und von dieser mit einem Vertraulichkeitsvermerk zu versehen.
2. Zu den Lizenzunterlagen gehören alle mit dem Vertragsgegenstand im Zusammenhang stehenden und der Lizenznehmerin übergebenen Papiere.

§ 15 Zusammenarbeit

1. Die Vertragsparteien verpflichten sich gegenseitig zur Förderung des Lizenzgegenstandes, ohne dass dadurch ein gesellschaftliches Verhältnis begründet wird. Die Zusammenarbeit umfasst u.a., dass beide Vertragspartner sich gegenseitig über Verbesserungen und Veränderungen des Lizenzgegenstandes in Kenntnis setzen. Die Verteidigung der Vertragsschutzrechte obliegt der Lizenznehmerin.
2. Es ist beabsichtigt, innerhalb von drei Monaten mit der Produktion zu beginnen. Beide Parteien verpflichten sich, die notwendigen Anstrengungen zu unternehmen, dieses Ziel zu erreichen. Hierzu ist im Einzelnen Folgendes angestrebt: Die Lizenznehmerin beginnt nach Vertragsunterzeichnung unverzüglich mit der Entwicklung und Herstellung der zur Produktionsaufnahme nötigen technischen Voraussetzungen sowie der kaufmännischen Vorbereitung für den Vertrieb.

3. Bei der gemeinsamen Weiterentwicklung des Vertragsgegenstandes werden die einzelnen Arbeitsabschnitte mit den geschätzten Kosten besprochen und dann wie vereinbart durchgeführt. Als Bemessungsgrundlage für die Tätigkeit des Lizenzgebers wird ein Stundensatz vereinbart, der dem des/eines Leiters der Entwicklung gleichkommt. Dazu kommen vorab gegen spätere Nachweise die vorab besprochenen zusätzlichen Ausgaben wie Materialausgaben, Werkstattkosten, Reisekosten, Spesen, Kommunikationskosten, Bürokosten und Ähnliches plus Mehrwertsteuer.

§ 16 Verbesserungen und Veränderungen

1. Die Lizenznehmerin ist mit Ausnahme von konstruktiven Veränderungen berechtigt, den Vertragsgegenstand weiterzuentwickeln bzw. zu verändern und zu verbessern. Sofern die Verbesserung zu mehr als 50 Prozent auf die Arbeit der Lizenznehmerin zurückzuführen ist und eine Schutzrechtsanmeldung durchgeführt wird, erhält die Lizenznehmerin eine Mitinhaberschaft am neu anzumeldenden Schutzrecht. In diesem Fall verlängert sich der Lizenzvertrag automatisch auf die neue Schutzrechtszeit.
2. Werden vom Lizenzgeber Verbesserungen vorgenommen, ist er verpflichtet, der Lizenznehmerin eine Lizenz zu den in diesem Vertrag genannten Bedingungen einzuräumen.

§ 17 Lizenzvermerk

Die Lizenznehmerin verpflichtet sich, jeden Vertragsgegenstand mit der vom Patentamt für das Patent erteilten Nummer zu versehen.

§ 18 Gewährleistungsausschluss

Der Lizenzgeber leistet keine Gewähr für die Unabhängigkeit der Vertragsgegenstände von Schutzrechten Dritter.

§ 19 Nichtigerklärung und Erlöschen der Vertragsschutzrechte

1. Die Gültigkeit des Vertrages bleibt von einer rechtskräftigen Nichtigerklärung eines Vertragsschutzrechtes unberührt. Der Lizenznehmerin steht lediglich das Recht zu, innerhalb von drei Monaten nach Rechtskraft eine Anpassung der Lizenzgebühren zu verlangen oder den Vertrag mit sofortiger Wirkung zu kündigen. Eine Vertragsanpassung kann innerhalb der genannten Frist auch verlangt werden, wenn Vertragsschutzrechte beschränkt werden oder sich deren Abhängigkeit von einem anderen Schutzrecht herausstellt und die Abhängigkeit andauert.
2. Der Vertrag bleibt auch vom Erlöschen der Vertragsschutzrechte unberührt. Der Lizenznehmerin steht lediglich ein sofortiges Kündigungsrecht zu.
3. Erlöschen die Vertragsschutzrechte wegen Nichtzahlung der Schutzgebühren ganz oder teilweise, besteht der Lizenzvertrag mit allen Rechten und Pflichten weiter, als bestünden die Schutzrechte weiter. In diesem Fall haftet die Lizenznehmerin im vollen Umfang für die durch einen Umsatzrückgang entstandenen Mindereinnahmen an Lizenzgebühren.

§ 20 Nichtangriffsabrede

Die Lizenznehmerin verpflichtet sich zur Zahlung einer Vertragsstrafe i.H. des 30fachen dessen, was der Lizenzgeber pro Jahr an Lizenzgebühren

erhielt, mindestens aber die Summe von i.W., wenn ihr nachgewiesen wird, dass sie während der Vertragsdauer direkt oder indirekt den Bestand der Schutzrechte angreift oder Dritte bei einem Angriff unterstützt. Die Verpflichtung erstreckt sich auch darauf, keine Löschungsanträge gegen das Vertragsschutzrecht zu stellen.

§ 21 Verteidigung der Schutzrechte

Die Lizenznehmerin verteidigt jeden Angriff Dritter gegen die Vertragsschutzrechte. Die entstehenden Kosten werden von der Lizenznehmerin getragen.

§ 22 Vertragsdauer und Vertragsbeendigung

1. Dieser Vertrag beginnt am Tage der Unterzeichnung und hat eine Laufzeit von zunächst fünf Jahren. Wird er danach von keiner der Vertragsparteien bis sechs Monate vor Ablauf eines Jahres gekündigt, so verlängert sich der Vertrag jeweils um ein weiteres Jahr. Bei einer Kündigung ist der Grund anzugeben.
2. Ein außerordentliches Kündigungsrecht besteht neben dem in § 19 genannten wichtigen Grund innerhalb einer Frist von vier Wochen nach Bekanntwerden des Kündigungsgrundes nur in folgenden Fällen: Der Lizenzgeber ist zur Kündigung des Vertrages aus wichtigem Grund berechtigt, wenn die Lizenznehmerin
 - a) in Insolvenz gerät,
 - b) ihrer Lizenzgebührenpflicht gemäß § 4 dieses Vertrages ganz oder teilweise innerhalb der vereinbarten Fristen nicht nachkommt. Die Regeln des Verzugs sind entsprechend anzuwenden.
 - c) trotz Abmahnung wesentliche Verpflichtungen des Vertrages nicht einhält,
 - d) die jährlichen Patentgebühren zur Erhaltung der Schutzrechte nicht zahlt.

3. Die Lizenznehmerin ist nach Ablauf eines Jahres nach Vertragsabschluss zur fristlosen Kündigung berechtigt, wenn der Absatz der Vertragsgegenstände wirtschaftlich unmöglich ist.

4. Im Falle einer Kündigung gemäß Abs. 1 durch den Lizenzgeber wird der Lizenznehmerin das Recht eingeräumt, den Kündigungsgrund auszuräumen. Wird dieser Grund innerhalb von drei Monaten nach der Kündigung beseitigt, verlängert sich der Vertrag jeweils um ein weiteres Jahr.

§ 23 Rechtsverhältnisse nach Vereinbarung

Wird der Vertrag nach den in § 22 getroffenen Vereinbarungen vorzeitig beendet, so gelten neben den im Vertrag außerhalb dieser Vorschrift geregelten Abwicklungsbestimmungen folgende Grundsätze:

1. Bereits eingegangene Aufträge dürfen noch ausgeführt werden, wenn die Zahlung der Lizenzgebühr für Vergangenheit und Zukunft sichergestellt ist.
2. Der Vertrieb der bereits hergestellten Vertragsgegenstände ist nur erlaubt, wenn hierfür eine zu schließende Vereinbarung zustande kommt, die die Interessen des Lizenzgebers befriedigt.
3. Die Lizenznehmerin ist auch nach Beendigung des Rechtsverhältnisses zwischen den Parteien zur Geheimhaltung verpflichtet.
4. Bestehende Unterlizenzverträge sind innerhalb von einer Woche nach Rechtskraft der Kündigung dem Lizenzgeber auszuhändigen.
5. Bestehende Unterlizenzverträge werden mit allen Rechten und Pflichten auf den Lizenzgeber übertragen.

§ 24 Rechtsnachfolge

1. Der Lizenzgeber darf diesen Vertrag und die Vertragsschutzrechte einschließlich aller Rechte und Pflichten an einen Rechtsnachfolger übertragen, vererben oder in eine Handelsgesellschaft einbringen.
2. Der Lizenzgeber und die Lizenznehmerin dürfen diesen Vertrag nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung des Vertragspartners veräußern. Die Zustimmung darf nur aus wichtigem Grund verweigert werden.

§ 25 Salvatorische Klausel

Sollten sich einzelne Bestimmungen dieses Vertrages als unwirksam erweisen, so wird dadurch die Rechtsgültigkeit dieses Vertrages im Übrigen nicht berührt. Vielmehr werden sich die Parteien bemühen, eine ungültige Regelung einvernehmlich durch eine gültige Regelung zu ersetzen.

§ 26 Schlussbestimmungen

1. Eine Änderung oder Ergänzung dieses Vertrages wird vorbehalten, wenn dies infolge Änderungen einschlägiger Gesetze, behördlicher Beanstandungen oder aus anderen Gründen erforderlich ist. Änderungen und Ergänzungen bedürfen der Schriftform.
2. Mündliche Abreden zu diesem Vertrag bestehen nicht.
3. Der Vertrag unterliegt dem deutschen Recht.
4. Die Kosten dieses Vertrages und seiner Durchführung trägt die Lizenznehmerin.

Ort, den

Unterschriften

9. Endlich am Ziel

Jede erfolgreiche Vermarktung hat ihre eigene Geschichte, und manchmal braucht man einfach auch nur eine Portion Glück. Wer einmal einen Lizenzabschluss erzielt hat, wird diesen Erfolg niemals vergessen. So muss es sein, wenn man in einer sportlichen Disziplin den ersten Platz erringt und oben auf dem Siebertreppchen steht.

Bei dem bereits erwähnten Falzbrett hat es fast ein Jahr gedauert, bis ich endlich die Ziellinie überqueren konnte. Es war verflixt: Jeder, der es sah, wollte es haben, aber niemand wollte es produzieren und vermarkten. Ich war mit meinem Latein schon fast am Ende und hatte mich im Grunde schon damit abgefunden, die Erfindung aufzugeben oder - wie schon bei den Fadenbildern - sie notfalls selbst zu produzieren.

Doch es kam mal wieder anders.

Als ich das Falzbrett wieder einmal in einem öffentlichen Rahmen präsentierte, sprach mich ein Vermarkter an, den ich schon seit langem gut kannte. Da dieser aber auf Autozubehör spezialisiert war, bin ich nie auf die Idee gekommen, ihn wegen des Falzbretts anzusprechen.

Dieser Bekannte fragte mich: „Warum kannst du das Falzbrett nicht verkaufen?“ Ich gestand ihm, dass auch ich es nicht wusste, weil jeder potenzielle Geschäftspartner mir andere Gründe für seine ablehnende Haltung nannte. Daraufhin sagte mein Bekannter süffisant: „Vielleicht lässt es sich ja wirklich nicht verkaufen, aber ich würde dir zehntausend Mark für das Patent zahlen.“

Ich erkannte sofort, dass er mich auf den Arm nehmen wollte und konterte im gleichen Ton: „Dann verbrenne ich es lieber“.

Tags darauf stand er wieder vor mir, wiederholte sein Angebot und sagte: „Hör mal, ich würde das Patent nicht verbrennen, Zehntausend sind doch viel Geld.“ Ich verstand einfach nicht, was das alles sollte und spielte das Spiel erneut mit. Als er mich am dritten Tag wieder ansprach, war ich mit meiner Geduld am Ende und bat ihn, dass er doch endlich aufhören soll, mich auf den Arm zu nehmen.

Der Vermarkter sagte daraufhin nur: „Würdest du ein Angebot von Zehntausend bar auf die Hand wirklich ablehnen?“ Das hatte ich nicht erwartet - sollte er es wirklich ernst meinen? In meinem Kopf rasten die Gedanken und ich wollte nun keinen Fehler mehr machen. Wollte er diese Erfindung wirklich für zehntausend Mark kaufen? Hatte er ein ernsthaftes Interesse?

Ich schaltete blitzschnell um und feixte: „Zehntausend ja, aber als Mindestzahlung pro Jahr und pro hergestelltem Stück soundsoviel Prozent“. Wenn er also wirklich Interesse hat, so dachte ich, ist das ein Angebot, das ihn nun aus der Reserve locken muss. Wenn nicht, wird er versuchen, sich irgendwie aus der Affäre zu ziehen und auch ich hätte mein Gesicht nicht verloren. Zu meinem Erstaunen streckte er mir die Hand entgegen und sagte: „Wann machen wir den Vertrag?“ Und so trafen wir uns zwei Wochen später in seinem Büro.

Ich wollte natürlich ergründen, weshalb der Abschluss auf eine so unorthodoxe Weise zustande gekommen war, denn schließlich hatte er zwar das Falzbrett gesehen, aber kein Exposé, in dem alle relevanten Informationen zu Markt, Kosten und möglichen Gewinnen aufgelistet waren.

Dies war das erste Mal, dass ich eine Erfindung ohne ein hieb- und stichfestes Exposé verkaufen konnte. Offenbar musste es also auch hier Ausnahmen geben. Aber wie sich herausstellte, hatte der Vermarkter an meinem Stand unter den Flyern auch zufällig ein einzelnes Exposé entdeckt und dieses genau studiert. Von den Vermarktungs- und Einsatzmöglichkeiten des Falzbretts war er so überzeugt, dass er es auf den Markt bringen wollte. Da er aber auch wusste, dass ich schon ein Jahr nach einem Käufer suchte und niemanden gefunden hatte, glaubte er, das Patent für eine kleine Summe kaufen zu können. Er sah dann aber an meiner Reaktion, dass ich an meine Erfindung glaubte und war bereit, einen so hohen Preis zu zahlen.

Diese kleine Geschichte zeigt, wie wichtig es ist, Situationen schnell richtig einschätzen zu können und sich darauf einzustellen. Und neben der guten Erfindung und dem aussagefähigen Exposé, der taktisch richtigen Reaktion auf sein Eingangsangebot sowie meine neue Forderung brauchte ich auch das kleine Quäntchen Glück, dass der Vermarkter das Exposé gefunden hatte, das sich eigentlich nur unter den Stapel Flyer verirrt hatte.

Drei Monate nach Unterzeichnung des Lizenzvertrages wurde die erste Serie der Falzbretter geliefert, und dies zu dem Preis, den ich in meinem Exposé als Herstellerpreis exakt berechnet hatte.

Ich erzähle diese Geschichte nur, weil ich die Erfindung nach einem Jahr vergeblicher Vermarktungsbemühungen eigentlich schon fast aufgegeben hatte und einen Schlusstrich darunter ziehen wollte.

Liebe Leserin, lieber Leser, man kann nicht immer gewinnen und deshalb mein letzter Rat: Trennen Sie sich von einer Erfindung, wenn Sie feststellen, dass alle noch so großen Vermarktungsbemühungen einfach nicht fruchten wollen. Sparen Sie Ihre Energie und Ihr Geld dann doch lieber für die nächste Erfindung, denn die kommt bestimmt.

Anhang

Antrag auf Erteilung eines Patentes

An das Deutsche Patent- und Markenamt 80297 München		DEUTSCHES PATENT- UND MARKENAMT	
(1) Sendungen des Deutschen Patent- und Markenamts sind zu richten an:		Antrag auf Erteilung eines Patents	
In der Anschrift Straße, Haus-Nr. und ggf. Postfach angeben Vordruck nicht für PCT-Verfahren verwenden s. Rückseite		1	
		TELEFAX vorab am <small>Aktenzeichen (wird vom Deutschen Patent- und Markenamt vergeben)</small>	
(2)	Zeichen des Anmelders/Vertreters (max. 20 Stellen)	Telefon des Anmelders/Vertreters	Datum
(3)	Der Empfänger in Feld (1) ist der Anmelder Zustellungsbevollmächtigte Vertreter ggf. Nr. der Allgemeinen Vollmacht		
(4)	Anmelder (Name und Anschrift - kein Postfach! -) Vertreter (Name und Anschrift) <small>nur auszufüllen, wenn abweichend vom Feld (1) Handelsregisternummer nur bei Firmen anzugeben</small>		
Der Anmelder ist eingetragen im Handelsregister Nr. _____ beim Amtsgericht _____			
(6)	Anmeldercode-Nr.	Vertretercode-Nr.	Zustelladressecode-Nr. ABT / ERF
(9)	Bezeichnung der Erfindung <small>s. auch Rückseite IPC-Vorschlag ist unbedingt anzugeben, sofern bekannt</small>		
			IPC-Vorschlag d. Anmelders
(7)	Sonstige Anträge <small>s. Erläuterung u. Kostentabelle auf der Rückseite</small>		Aktenzeichen der Hauptanmeldung (des Hauptpatents)
Die Anmeldung ist Zusatz zur Patentanmeldung (zum Patent) →			
Prüfungsantrag - Prüfung der Anmeldung mit Ermittlung der öffentlichen Druckschriften (§ 44 Patentgesetz)			
Recherchantrag - Ermittlung der öffentlichen Druckschriften ohne Prüfung (§ 43 Patentgesetz)			
Aussetzung des Erteilungsbeschlusses auf _____ Monate (§ 49 Abs. 2 Patentgesetz) <small>(Max. 15 Mon. ab Anmelde- oder Prioritätstag)</small>			
(8)	Erklärungen <small>s. auch Rückseite</small>		Aktenzeichen der Stammanmeldung
Teilung/Ausscheidung aus der Patentanmeldung an Lizenzvergabe interessiert (unverbindlich) →			
Nachanmeldung im Ausland beabsichtigt (unverbindlich)			
(9)	Inländische Priorität (Datum, Aktenzeichen der Voranmeldung) Ausländische Priorität (Datum, Land, Aktenz. der Voranmeldung; vollständige Abschrift(en) der ausländischen Voranmeldung(en) beifügen)		
(10)	Gebühreuzahlung in Höhe von _____ EUR <small>Erläuterung und Kostentabelle s. Rückseite</small>		
Einzugsermächtigung Überweisung (nach Erhalt der Empfangsbescheinigung) <small>Vordruck (A 9607) ist beigelegt</small>			
Wird die Anmeldegebühr nicht innerhalb von 3 Monaten nach dem Tag des Eingangs der Anmeldung gezahlt, so gilt die Anmeldung als zurückgenommen!			
(11)	Anlagen <small>Anlagen 3 - 6 jeweils 3-fach</small>		
1. _____ Vertretervollmacht		5. _____ Blatt Zeichnungen	
2. _____ Erfinderenennung (P 2792)		7. _____ Abschrift(en) d. Voranmeld.	
3. _____ Zusammenfassung (ggf. mit Zeichnung Fig. _____)		8. _____ Zitierte Nichtpatentliteratur	
4. _____ Seite(n) Beschreibung (ggf. mit Bezugszeichenliste)		9. _____ Anzahl Datenträger	
5. _____ Seite(n) Patentansprüche		10. _____	
		für Sequenzprotokoll nach § 11 Abs. 2 PatV für umfangreiche Anmeldeunterlagen nach § 8 Abs. 1 S. 2 PatV	
		(12) Unterschrift(en)	
Nur von der Dokumentenannahme auszufüllen: Diese Patentanmeldung ist am dem durch Perforierung angegebenen Tag beim Deutschen Patent- und Markenamt eingegangen. Sie hat das o.a. Aktenzeichen erhalten. Dieses Aktenzeichen ist bei allen Eingaben anzugeben. Bei Zahlungen ist das vollständige Aktenzeichen und der Verwendungszweck in Form der Gebührennummer (s. Rückseite zu Feld (10)) zu vermerken.			
<input type="checkbox"/> Bei Einzugsermächtigung A 9607 bzw. Doppel an Referat 4.2.1 - Zahlungsverkehr - gesandt.			
<input type="checkbox"/> Die genannten Anlagen sind vollständig eingegangen.			
<input type="checkbox"/> Folgende o.a. Anlagen fehlen.			
P 2007 4,04		Bitte beachten Sie die Hinweise auf der Rückseite der zurückgehaltenen Antragsdurchschrift	

Das Formular kann unter www.dpma.de (Patent, Formulare) abgerufen werden.

Gebühren des Deutschen Patent- und Markenamtes

Als Gebühren und Auslagen sind zu entrichten:

- ▶ für eine elektronische Patentanmeldung 50 €
- ▶ für eine Anmeldung in Papierform 60 €
- ▶ für eine Recherche 250 €
- ▶ für die Prüfung einer Anmeldung
 - bei gestelltem Recherchantrag 150 €
 - ohne Recherchantrag 350 €

Außerdem ist für jede Patentanmeldung unaufgefordert bei Beginn des dritten und jedes folgenden Jahres, gerechnet vom Anmeldetag an, eine Jahresgebühr nach folgender Tabelle zu entrichten:

Patentjahr	Euro	Patentjahr	Euro
3.	70	12.	620
4.	70	13.	760
5.	90	14.	910
6.	130	15.	1.060
7.	180	16.	1.230
8.	240	17.	1.410
9.	290	18.	1.590
10.	350	19.	1.760
11.	470	20.	1.940

Die Gebühren können Sie unter www.dpma.de (Service, Formulare/Merkblätter) einsehen.

Erfindererstberatungsstellen

Folgende Serviceeinrichtungen bzw. Netzwerke führen kostenlose professionelle Erstberatungen für Erfinderinnen und Erfinder durch:

SIGNO-Partner Netzwerk

Die SIGNO-Partner informieren und beraten über die SIGNO-Förderprogramme, u.a. die Fachauskunft für Erfinder. Die Adressen der SIGNO-Partner finden Sie ab Seite 65 sowie unter www.signo-deutschland.de.

Patentinformationszentren (PIZ)

Neben der kostenlosen Erstberatung durch Patentanwälte umfasst das Serviceangebot der Patentinformationszentren folgende Bereiche: Individuelle Rechercheunterstützung, professionelle Auftragsrecherche, verschiedene Services wie bspw. Veranstaltungen, Schulungen, Seminare zum Thema Schutzrechtsanmeldung. Nähere Informationen erhalten Sie unter: www.patentinformation.de.

Auskunftsstellen des Deutschen Patent- und Markenamtes (DPMA)

Das Deutsche Patent- und Markenamt verkörpert die Zentralbehörde auf dem Gebiet des gewerblichen Rechtsschutzes in Deutschland. In den Dienststellen in München, Jena und Berlin werden durch Patentanwaltskanzleien regelmäßig Erstberatungen für Erfinder organisiert. Weitere Informationen unter: www.dpma.de.

Industrie- und Handelskammern (IHK)

Viele Industrie- und Handelskammern bieten eine kostenlose Erstberatung zum gewerblichen Rechtsschutz an, die von unabhängigen und erfahrenen Patentanwälten durchgeführt wird. Weitere Informationen unter: www.patentserver.de (Beratungsangebote, Erstberatung für Erfinder).

Patentanwaltskammern

In Deutschland sind die Patentanwälte in der Patentanwaltskammer organisiert, einer Körperschaft des öffentlichen Rechts. Unter der Domain www.patentanwaltskammer.de können Sie erfahren, wo und wann kostenlose Erstberatungen durch Patentanwältinnen und -anwälte stattfinden.

Weitere Unterstützung zur Patentanwaltssuche finden Sie in der Datenbank www.patentanwalt-suche.de.

Patentserver des BMWi

Alle wichtigen Informationen rund um das Thema „Patentieren und Erfinden“ sowie zum Schutz und zur Verwertung Ihrer Erfindung finden Sie auf dem Patentserver des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) unter www.patentserver.de.

Übersicht der SIGNO Partner

Eine tagesaktuelle Adressliste finden Sie im Internet unter www.signo-deutschland.de.

Baden-Württemberg:

Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO)

Frau Dipl.-Kff. techn. Yvonne Siwczyk
Nobelstraße 12
70569 Stuttgart (Vaihingen)
Tel.: (07 11) 9 70-35 54
Tel.: (07 11) 9 70-95 35 00
E-Mail: yvonne.siwczyk@iao.fraunhofer.de
Internet: www.iao.fhg.de

InTraCoM GmbH

Herr Prof. Andreas Zagors
Sigmaringer Straße 35
70567 Stuttgart (Möhringen)
Tel.: (07 11) 79 73 28-0
Fax: (07 11) 79 73 28-29
E-Mail: zagors@intracomgroup.de
Internet: www.intracomgroup.de

Moser & Partner GmbH**Technische Unternehmensberatung**

Herr Dipl.-Ing. Dipl.-Wirtsch.-Ing. (FH)

Robert Moser

In der Spöck 6

77656 Offenburg

Tel.: (07 81) 62 01-0

Fax: (07 81) 62 01-50

E-Mail: info@moser-partner.de

Internet: www.moser-partner.de

Steinbeis-Transferzentrum INFOTHEK

Herr Dipl.-Ing. Wolfgang Müller

Gerberstraße 63

78050 Villingen-Schwenningen

Tel.: (0 77 21) 8 78 65-3

Fax: (0 77 21) 8 78 65-59

E-Mail: mueller@steinbeis-infothek.de

Internet: www.steinbeis-infothek.de

Bayern:**Innovations- und Gründerzentrum****Bamberg GmbH**

Herr Konrad Bastian

Kronacherstraße 41

96052 Bamberg

Tel.: (09 51) 96 49-0

Fax: (09 51) 96 49-109

E-Mail: info@igzbamberg.de

Internet: www.igzbamberg.de

LGA Training & Consulting GmbH**Patente- und Normen**

Frau Verena Gräf

Tillystraße 2

90431 Nürnberg

Tel.: (09 11) 6 55 49-21

Fax: (09 11) 6 55 49-29

E-Mail: verena.graef@lga.de

Internet: www.patente.lga.de

**PAVIS Verrechnungs-, Informations-
und Serviceorganisation der Patent-
anwälte in Deutschland e.G.**

Frau PAin Gudrun Skupch

Gautinger Straße 10

Creativ Center

82319 Starnberg

Tel.: (0 81 51) 91 68-20

Fax: (0 81 51) 91 68-29

E-Mail: mail@pavis.de

Internet: www.pavis.de

**Rhön Saale Gründer- und Innovationszentrum
Verwaltungs GmbH (RSG Bad Kissingen)**

Dr. Matthias Wagner

Sieboldstraße 7

97688 Bad Kissingen

Tel.: (09 71) 7 23 61-36

Fax: (09 71) 7 23 61-11

E-Mail: wagner@rsg-bad-kissingen.de

Internet: www.rsg-bd-kissingen.de

**Technologie- und Gründerzentrum
(TGZ) Würzburg**

Herr Dr. Alexander Zöller
Frau Daniela Zschka
Sedanstraße 27
97082 Würzburg
Tel.: (09 31) 41 94-3 12/-2 02
Fax: (09 31) 41 94-2 05
E-Mail: info@tgz-wuerzburg.de
Internet: www.tgz-wuerzburg.de

**Winter, Brandl, Fürniss, Hübner, Röss, Kaiser,
Polte - Partnerschaft Patent- und Rechtsanwaltskanzlei**

Herr Dr. Willi Polte
Bavariaring 10
80336 München
Tel.: (0 89) 5 43 01-8 09
Fax: (0 89) 5 43 01-7 00
E-Mail: wpolte@wbetal.de
Internet: www.wbetal.de

Berlin:

TSB Innovationsagentur Berlin GmbH

Herr Dipl.-Ing. Siegfried Helling
Ludwig Erhard Haus
Fasanenstraße 85
10623 Berlin
Tel.: (0 30) 4 63 02-4 79
Fax: (0 30) 4 63 02-4 44
E-Mail: helling@technologiestiftung-berlin.de
Internet: www.technologiestiftung-berlin.de

Berlin/Brandenburg:

**EuroNorm GmbH Gesellschaft für Qualitäts-
sicherung und Innovationsmanagement mbH**

Frau Dipl.-Wiss.-Org.
Claudia Herrmann-Koitz
Rathausstraße 2a
15366 Neuenhagen bei Berlin
Tel.: (0 33 42) 25 47-41
Fax: (0 33 42) 25 47-46
E-Mail: herrmann@euronorm.de
Internet: www.euronorm.de

ZAB ZukunftsAgentur Brandenburg GmbH

Frau Dipl.-Ing. Verena Klemz
Steinstraße 104 - 106
14480 Potsdam
Tel.: (03 31) 6 60-38 25
Fax: (03 31) 6 60-31 44
E-Mail: verena.klemz@zab-brandenburg.de
Internet: www.zab-brandenburg.de

Hamburg:

**HKS Handelskammer Hamburg Service GmbH
IPC - Innovations- und Patent-Centrum**

Herr Dr. Wulf-Erich Damrau
Adolphsplatz 1
20457 Hamburg
Tel.: (0 40) 3 61 38-7 97
Fax: (0 40) 3 61 38-2 70
E-Mail: wulferich.damrau@hk24.de
Internet: www.hk24.de/ipc

Hessen:**Universität Kassel Patentinformationszentrum**

Frau Dr. Heike Krömker
 Gottschalkstraße 22
 34127 Kassel
 Tel.: (05 61) 8 04-34 82
 Fax: (05 61) 8 04-34 27
 E-Mail: kroemker@uni-kassel.de
 Internet: www.piz-kassel.de

HA Hessen Agentur GmbH

Herr Dipl.-Geogr. Jürgen Schilling
 Abraham-Lincoln-Straße 38 - 42
 65189 Wiesbaden
 Tel.: (06 11) 7 74-83 62
 Fax: (06 11) 7 74-5 83 62
 E-Mail: juergen.schilling@hessen-agentur.de
 Internet: www.hessen-agentur.de

Mecklenburg-Vorpommern:**ATI Küste GmbH Gesellschaft
für Technologie und Innovation
Geschäftsstelle Stralsund**

Herr Dipl.-Phys. Jürgen Howe
 Heinrich-Mann-Straße 11
 18435 Stralsund
 Tel.: (0 38 31) 3 67-8 39
 Fax: (0 38 31) 3 67-8 40
 E-Mail: stralsund@ati-kueste.de

Geschäftsstelle Rostock

Herr Dr.-Ing. Uwe Wurdel
 Schonenfahrerstraße 5
 18057 Rostock
 Tel.: (03 81) 1 28 87-0
 Fax: (03 81) 1 28 87-11
 E-Mail: rostock@ati-kueste.de
 Internet: www.ati-kueste.de

Niedersachsen:**Erfinderzentrum Norddeutschland
(EZN) GmbH**

Herr Dipl.-Ing. Peter Steuerberg
 Theaterstraße 2
 30159 Hannover
 Tel.: (05 11) 85 03 08-0
 Fax: (05 11) 85 03 08-49
 E-Mail: steuerberg@ezn.de
 Internet: www.ezn.de

**Heidrun Stubbe GmbH
Information & Innovation**

Frau Dipl.-Kff. Heidrun Stubbe
 Werner-von-Siemens-Str. 19
 49124 Georgsmarienhütte
 Tel.: (0 54 01) 33 99-77
 Fax: (0 54 01) 33 99-30
 E-Mail: info@stubbe.de
 Internet: www.stubbe.de

Nordrhein-Westfalen:**AGIT – Aachener Gesellschaft für Innovation
und Technologietransfer mbH**

Frau Dipl.-Betriebsw. Havva Coskun
 Technologiezentrum am Europaplatz
 Dennewartstraße 25 - 27
 52068 Aachen
 Tel.: (02 41) 9 63-10 27
 Fax: (02 41) 9 63-10 33
 E-Mail: h.coskun@agit.de
 Internet: www.agit.de

ATHENA

Herr Dipl.-Wirtsch.-Ing. Thomas Müller
 Weikenweg 24
 33106 Paderborn
 Tel.: (0 52 51) 3 90 65-60
 Fax: (0 52 51) 3 90 65-63
 E-Mail: thomas.mueller@myathena.de
 Internet: www.myathena.de

IHC International Management Consultants GmbH

Frau Dr.-Ing. Irmgard Hoster
 Ruhrallee 185
 45136 Essen
 Tel.: (02 01) 89 45-4 20
 Fax: (02 01) 89 45-45
 E-Mail: irmgard.hoster@ihc-consulting.de
 Internet: www.ihc-consulting.de

**TEPAC Technologie- und
Patent-Consulting**

Herr Dipl.-Wirtsch.-Ing. Eberhard Kübel
 Heide 22
 41564 Kaarst
 Tel.: (0 21 31) 7 18 66-81
 Fax: (0 21 31) 7 18 66-82
 E-Mail: info@tepac.de
 Internet: www.tepac.de

**WIND Wissenschaftlicher
Informationsdienst GmbH**

Herr Dipl.-Chem. Ulrich Kämper
 Hohenzollernring 12
 50672 Köln
 Tel.: (02 21) 92 59 56-0
 Fax: (02 21) 92 59 56-5
 E-Mail: wind@wind-gmbh.com
 Internet: www.wind-gmbh.com

Rheinland-Pfalz:**IHK Zetis GmbH Zentrum für Technologie-
und Innovationsberatung Südwest**

Herr Dipl.-Ing. Bernd Heß
 Europaallee 10
 67657 Kaiserslautern
 Tel.: (06 31) 3 03-12 30
 Fax: (06 31) 3 03-12 49
 E-Mail: hess@zetis.de
 Internet: www.zetis.de

IMG Innovations-Management GmbH

Dr. Klaus Kobek
 Kurt-Schumacher-Straße 74a
 67663 Kaiserslautern
 Tel.: (06 31) 3 16 68-50
 Fax: (06 31) 3 16 68-99
 E-Mail: kobek@img-rlp.de
 Internet: www.img-rlp.de

Saarland:**Zentrale für Produktivität und
Technologie Saar e. V.**

Frau Dipl.-Ing. Sabine Betzholz-Schlüter
 Franz-Josef-Röder-Straße 9
 66119 Saarbrücken
 Tel.: (06 81) 95 20-4 74
 Fax: (06 81) 5 84 61 25
 E-Mail: sabine.betzholz-schlueter@zpt.de
 Internet: www.zpt.de

Sachsen:**BTI Technologieagentur Dresden GmbH**

Herr Dr.-Ing. Michael Naumann
 Gostritzer Straße 61/63
 01217 Dresden
 Tel.: (03 51) 8 71-75 60/-75 55
 Fax: (03 51) 8 71-75 56
 E-Mail: naumann@bti-dresden.de
 Internet: www.bti-dresden.de

Sachsen-Anhalt:**ESA Erfinderzentrum Sachsen-Anhalt GmbH**

Herr Dipl.-Ing. Jürgen Weigt
 Bruno-Wille-Straße 9
 39108 Magdeburg
 Tel.: (03 91) 7 44 35-33
 Fax: (03 91) 7 44 35-11
 E-Mail: weigt@esa-md.de
 Internet: www.esa-md.de

Thüringen:**Technische Universität Ilmenau
PATON Landespatentzentrum Thüringen**

Frau Dipl.-Jur. Sabine Milde
 Langwiesener Straße 37
 98693 Ilmenau
 Tel.: (0 36 77) 69 45 03
 Fax: (0 36 77) 69 45 38
 E-Mail: paton.consult@tu-ilmenau.de
 Internet: www.paton.tu-ilmenau.de

**TGF Schmalkalden Technologie-
und Gründer-Förderungsgesellschaft**

Frau Roswitha Lincke
 Allendestraße 68
 98574 Schmalkalden
 Tel.: (0 36 83) 7 98-1 03
 Fax: (0 36 83) 7 98-1 00
 E-Mail: lincke@vw.tgf-schmalkalden.de
 Internet: www.tgf-schmalkalden.de

Patent- und Verwertungsagenturen der Fördermaßnahme SIGNO Hochschulen

Projektträger Jülich (PtJ)

Forschungszentrum Jülich GmbH
Reinhardt Seitz
Zimmerstraße 26 - 27
10969 Berlin
Tel.: (0 30) 2 01 99-4 43
Fax: (0 30) 2 01 99-4 70
E-Mail: r.seitz@fz-juelich.de
Internet: www.signo-deutschland.de

Hinweis: Patent- und Verwertungsagenturen übernehmen u.a. die Be- und Verwertung von Forschungsergebnissen aus den Hochschulen und Forschungseinrichtungen. Weitere Informationen: <http://www.patentserver.de> (Beratungsangebote, Patent- und Verwertungsagenturen)

Deutsche Patentinformationszentren und Patentinformationsstellen

Rheinisch-Westfälische Hochschulbibliothek der RWTH Aachen

Patentinformationszentrum
Templergraben 61
52062 Aachen
Tel.: (02 41) 8 09 36 01
Fax: (02 41) 8 09 22 39
E-Mail: piz@bth.rwth-aachen.de
Internet: www.bth.rwth-aachen.de/piz.html

Deutsches Patent- und Markenamt Technisches Informationszentrum Berlin

Gitschiner Straße 97
10969 Berlin
Tel.: (0 30) 2 59 92-0
Fax: (0 30) 2 59 92-404
E-Mail: info@dpma.de
Internet: www.dpma.de

Patent- und Innovations-Centrum Bielefeld (PIC) e.V.

Turnerstraße 27
33602 Bielefeld
Tel.: (05 21) 9 65 05-0
Fax: (05 21) 9 65 05-19
E-Mail: info@pic-bielefeld.de
Internet: www.pic-bielefeld.de

Hochschule Bremen Patent- und Normen-Zentrum

Neustadtswall 30
28199 Bremen
Tel.: (04 21) 59 05 22 25
Fax: (04 21) 59 05 26 25
E-Mail: info@hs-bremen.de
Internet: www.hs-bremen.de/internet/de/einrichtungen/pnz

Technische Universität Chemnitz Patentinformationszentrum

Bahnhofstr. 8
09111 Chemnitz
Tel.: (03 71) 5 31 13 16-0
Fax: (03 71) 5 31 13 16-9
E-Mail: piz@bibliothek.tu-chemnitz.de
Internet: www.bibliothek.tu-chemnitz.de/piz/

**Patentinformationszentrum der
Universitäts- und Landesbibliothek der
Technischen Universität Darmstadt**

Schöfferstraße 8
64295 Darmstadt
Tel.: (0 61 51) 16 54 27
Fax: (0 61 51) 16 55 28
E-Mail: info@main-piz.de
Internet: www.main-piz.de

**Universitätsbibliothek Dortmund
Informationszentrum Technik und Patente**

Vogelpothsweg 76
44227 Dortmund
Tel.: (02 31) 75 54 01-4
Fax: (02 31) 75 69 02
E-Mail: itp@itp-ubdo.de
Internet: www.itp-ubdo.de

**Technische Universität Dresden
Patentinformationszentrum**

Andreas-Schubert-Bau
Zellescher Weg 19
01069 Dresden
Tel.: (03 51) 4 63-3 27 91
Fax: (03 51) 4 63-3 71 36
E-Mail: piz@tu-dresden.de
Internet: www.tu-dresden.de/piz

**MIPO – Mitteldeutsche Informations-,
Patent-, Online-Service GmbH Halle
Patentinformationszentrum**

Julius-Ebeling-Str. 6
06112 Halle (Saale)
Tel.: (03 45) 2 93 98-0
Fax: (03 45) 2 93 98-40
E-Mail: info@mipo.de
Internet: www.mipo.de

**Handelskammer Hamburg
Innovations- und Patent-Centrum (IPC)**

Börse, Adolphsplatz 1
20457 Hamburg
Tel.: (0 40) 3 61 38-3 76
Fax: (0 40) 3 61 38-2 70
E-Mail: michael.kuckartz@hk24.de
Internet: www.hk24.de/share/ipc

**Universitätsbibliothek Hannover und
Technische Informationsbibliothek
Patente-Informationen-Normen (UB/TIB, PIN)**

Welfengarten 1 B
30167 Hannover
Tel.: (05 11) 7 62-34 14/-34 15
Fax: (05 11) 7 62-1 91 30
E-Mail: patents@tib.uni-hannover.de
Internet: www.tib.uni-hannover.de/benutzung/standorte/haupthaus/ls_pin/

LGA TrainConsult GmbH

Fabrikzeile 21

95028 Hof

Tel.: (0 92 81) 73 75 55

Fax: (0 92 81) 4 00 50

E-Mail: harald.rietsch@lga.de

Internet: www.lga.de/tuv/de/tc/patente_normen_hof.shtml**Technische Universität Ilmenau****PATON Landespatentzentrum Thüringen**

Langewiesener Straße 37

98693 Ilmenau

Tel.: (0 36 77) 69 45 72

Fax: (0 36 77) 69 45 38

E-Mail: paton@tu-ilmenau.deInternet: www.paton.tu-ilmenau.de**Friedrich-Schiller-Universität Jena****Patentinformationsstelle Datenbankdienste**

Kahlaische Straße 1

07745 Jena

Tel.: (0 36 41) 94 70 20

Fax: (0 36 41) 94 70 22

E-Mail: patmail@rz.uni-jena.deInternet: www.uni-jena.de/patente/**FH Jena Hochschulbibliothek****Patentinformationszentrum**

Carl-Zeiss-Promenade 2

07745 Jena

Tel.: (0 36 41) 2 05-2 75/-2 73

Fax: (0 36 41) 2 05-2 71

E-Mail: piz@fh-jena.deInternet: www.fh-jena.de/bib/index.html**Deutsches Patent- und Markenamt****Dienststelle Jena**

Goethestr. 1

07743 Jena

Tel.: (0 36 41) 40 55 55

Fax: (0 36 41) 40 55 90

E-Mail: info@dpma.deInternet: www.dpma.de**Technische Universität Kaiserslautern****Kontaktstelle für Information und****Technologie (KIT) an der Universität Kaiserslautern****Patentinformationszentrum**

Gebäude 32

Paul-Ehrlich-Straße

67663 Kaiserslautern

Tel.: (06 31) 2 05 21 72

Fax: (06 31) 2 05 29 25

E-Mail: piz@kit.uni-kl.deInternet: www.kit.uni-kl.de/PIZ/**Universität Kassel****Patentinformationszentrum**

Gottschalkstr. 22

34127 Kassel

Tel.: (05 61) 8 04-34 82/-34 80

Fax: (05 61) 8 04-34 27

E-Mail: kroemker@uni-kassel.deInternet: www.piz-kassel.de

**WTSH – Wirtschaftsförderung und
Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH**

Lorentzendam 24

24103 Kiel

Tel.: (04 31) 6 66 66-8 32/-8 33

Fax: (04 31) 6 66 66-7 68

E-Mail: binjung@wtsh.de oder jann@wtsh.de

Internet: www.wtsh.de

**AGIL GmbH Leipzig
Patentinformationsstelle**

Goedelerring 5

04109 Leipzig

Tel.: (03 41) 12 67 14 56

Fax: (03 41) 12 67 14 89

E-Mail: patent@agil-leipzig.de

Internet: www.agil-leipzig.de/patent.htm

**Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg
Universitätsbibliothek
Patentinformationszentrum und DIN-Auslegestelle**

Hauptbibliothek – Lesesaal

Universitätscampus, Pfälzer Straße

39106 Magdeburg

Tel.: (03 91) 67 12-9 79/-7 14

Fax: (03 91) 67 12-9 13

E-Mail: wolfgang.weigler@bibliothek.uni-magdeburg.de

Internet: www.uni-magdeburg.de/ub/piz/piz.htm

**Deutsches Patent- und Markenamt
Auslegestelle**

Zweibrückenstraße 12

80331 München

Briefadresse: 80297 München

Tel.: (0 89) 21 95 34 02 / 21 95 29 66

Fax: (0 89) 21 95 22 21

E-Mail: info@dpma.de

Internet: www.dpma.de

**LGA Training & Consulting GmbH
Patente und Normen**

Tillystraße 2

90431 Nürnberg

Tel.: (09 11) 6 55 - 49 21

Fax: (09 11) 6 55 - 49 29

E-Mail: bruno.goetz@lga.de

Internet: http://lga.de/de/tc/index_patente_normen.shtml

**Universitätsbibliothek Rostock
Patent- und Normenzentrum**

Albert-Einstein-Str. 6

18059 Rostock

Tel.: (03 81) 4 98 86 74

Fax: (03 81) 4 98 86 72

E-Mail: patente@uni-rostock.de

Internet: www.uni-rostock.de/ub/piz/piz.htm

**Zentrale für Produktivität und
Technologie Saar e.V.**

Patentinformationszentrum

Franz-Josef-Röder-Straße 9

66119 Saarbrücken

Tel.: (06 81) 95 20-4 61/-4 62

Fax: (06 81) 5 84 61 25

E-Mail: robert.reichhart@zpt.de

Internet: www.zpt.de

Technologie- und Gewerbezentrum

Schwerin/Wismar e.V.

Patentinformationsstelle

Hagenower Straße 73

19061 Schwerin

Tel.: (03 85) 39 93-1 40

Fax: (03 85) 39 93-2 40

E-Mail: pi@sn.imv.de

Internet: www.tgz-mv.de/

Regierungspräsidium Stuttgart

Haus der Wirtschaft

Informationszentrum Patente

Willi-Bleicher-Straße 19

70174 Stuttgart

Tel.: (07 11) 1 23-25 58

Fax: (07 11) 1 23-25 60

E-Mail: info@patente-stuttgart.de

Internet: www.patente-stuttgart.de

**Recherchesäle des Deutschen Patent-
und Markenamtes in München und Berlin**

Das Deutsche Patent- und Markenamt betreibt sowohl am Hauptsitz in München als auch in Berlin öffentliche Recherchesäle. Dort stehen der Öffentlichkeit zahlreiche Informationsmittel (Sammlungen) zur Verfügung und werden bestimmte Dienstleistungen erbracht. In den Recherchesälen können bspw. Stand-der-Technik- und Neuheitsrecherchen, Überwachungen von Anmeldeaktivitäten auf bestimmten Gebieten oder bestimmter Anmelder, Markenrecherchen und Rechtsstandsabfragen zu bestimmten Anmeldungen getätigt werden. Die Benutzung der Sammlungen und Recherchehilfsmittel ist grundsätzlich kostenlos.

Der Recherchesaal hat den Charakter einer Präsenzbibliothek. Alle Arten von Dokumenten dürfen dort benutzt, können jedoch nicht nach außen entliehen werden.

Benutzerberatung

An einer Informationstheke steht geschultes Personal bereit, um die Besucher bei der Auswahl der für ihre Fragestellungen geeigneten Recherchemittel zu unterstützen und ihnen deren Handhabung zu erläutern.

Sammlungen

In den Recherchesälen hat die Öffentlichkeit freien Zugang zu folgenden Informationsmitteln:

- ▶ in- und ausländische Patentdokumente (Zugriff über DEPATIS und auf konventionelle Sammlungen),
- ▶ in- und ausländische Patent-, Marken- und Geschmacksmusterblätter,
- ▶ EPIDOS-INPADOC-Verzeichnisse zu Patentdokumenten weltweit ab 1968,
- ▶ Rechts- und Verfahrensstandsinformationen zu deutschen Schutzrechten über DPINFO,
- ▶ Markendatenbanken und -lexika,

- ▶ Geschmacksmusterkartei, sachlich geordnet nach Warenklassen (in München umfasst die Kartei deutsche Registerkarten ab 1988, in Berlin umfasst sie ca. 300.000 Veröffentlichungen zu national und international hinterlegten Mustern und Modellen),
- ▶ Recherchehilfsmittel,
- ▶ Internationale Patentklassifikation,
- ▶ Stich- und Schlagwörterverzeichnis zur IPC,
- ▶ Namensverzeichnisse,
- ▶ Patentdatenbanken auf CD-ROM etc.,
- ▶ Normensammlung (DIN, ISO, ASTM u. a.),
- ▶ Bücher und Zeitschriften (Schwerpunkt Technik, Naturwissenschaften und Gewerblicher Rechtsschutz).

Zahlreiche der oben genannten Sammlungen werden in Form von modernen Medien (z. B. CD-ROM) geführt.

Recherchesaal München

Öffnungszeiten: Montag bis Mittwoch 7.30 bis 17.00 Uhr
 Donnerstag 7.30 bis 18.00 Uhr
 Freitag 7.30 bis 15.00 Uhr

Im Recherchesaal München stehen vier DEPATIS-Arbeitsplätze (elektronisches Patentinformationssystem) und vier Internet-Stationen zur Verfügung. Wenn Sie eine DEPATIS-Station nutzen möchten, empfiehlt sich eine vorhergehende Terminvereinbarung unter: (0 89) 21 95-25 04/-34 03 oder per E-Mail mit Betreff „Terminvereinbarung“ an: info@dpma.de.

Recherchesaal Berlin

Öffnungszeiten: Montag bis Mittwoch 7.30 bis 15.30 Uhr
 Donnerstag 7.30 bis 19.00 Uhr
 Freitag 7.30 bis 14.00 Uhr

Im Recherchesaal Berlin stehen Ihnen neben DEPATIS-Stationen mehrere CD-ROM-Workstations für die Recherche nach in- und ausländischen Patenten, Gebrauchsmustern und Marken zur Verfügung.

Hervorzuheben sind auch die Patentschriftensammlungen aus Osteuropa und der UdSSR/Russland (ab 1924). Diese Schriften sind in der Regel in DEPATIS nicht enthalten. Außerdem stehen im TIZ Berlin zahlreiche Informationsmittel für Recherchen nach historischen Patenten zur Verfügung.

Wenn Sie eine DEPATIS-Station nutzen möchten, empfiehlt sich eine vorhergehende Terminvereinbarung unter: (0 30) 2 59 92-2 30 oder (0 30) 2 59 92-2 31.

Recherchieren mit DEPATISnet

Eine Recherche in Patentdokumenten des Deutschen Patent- und Markenamtes ist durch das Patentinformationssystem DEPATISnet im Internet unter www.depatismet.de möglich. Das System ermöglicht den Zugriff auf Text und Faksimiledaten von über 60 Millionen Patentdokumenten.

DEPATISnet bietet nicht nur den Zugriff auf sämtliche deutschen Patentdokumente seit 1877 an, sondern ermöglicht auch die Suche in Dokumenten einer Vielzahl von Ländern und Patentämtern weltweit. Für die inhaltliche Erschließung dieses riesigen technischen Wissensfundus wurde speziell eine auf die Belange der Patentinformation zugeschnittene Recherchesoftware entwickelt, die sowohl den Bedürfnissen von ungeübten Nutzern als auch von professionellen Patentrechercheuren gerecht wird. Die Nutzung aller Funktionalitäten des Internetdienstes DEPATISnet ist kostenfrei.

Recherchieren mit ESP@CENET

Sie möchten wissen, wie weltweit die neuesten technischen Entwicklungen auf Ihrem Sektor aussehen? Oder herausfinden, ob Konkurrenten bereits eine Idee hatten, wie man ein bestimmtes Problem lösen kann? All diese Informationen finden Sie im ESP@CENET.

ESP@CENET ist ein Informationssystem des Europäischen Patentamtes und bietet den kostenlosen Zugriff auf über 50 Millionen Patentedokumente im Internet.

Weitere Informationen erhalten Sie beim ESP@CENET-Helpdesk unter Tel.: +43 152 126-0, E-Mail: espacenet@epo.org.

ESP@CENET bietet Ihnen eine wertvolle Übersicht über den Stand der Technik, wenn aber eine sehr genaue Recherche benötigt wird, empfiehlt es sich, die Dienste eines Experten auf dem Gebiet der Patentinformation in Anspruch zu nehmen.

Das gilt selbstverständlich auch für Recherchen im DEPATISnet des Deutschen Patent- und Markenamtes.

Rechtsstands- und Verfahrensstandsinformation

Aufgrund gesetzlicher Grundlage führt das Deutsche Patent- und Markenamt für die einzelnen Schutzrechtsarten öffentlich zugängliche Register, in denen die Rechts- und Verfahrensstände der Verfahren verzeichnet sind. Sie werden öffentlich unter einer gemeinsamen Abfrageoberfläche als Schutzrechtsauskunftssystem DPINFO extern über das Internet (<https://dpinfo.dpma.de>) sowie intern in den Recherchesälen in München und Berlin angeboten. Die DPINFO-Datenbanken sind nicht für die Durchführung von Stand-der-Technik- oder Neuheitsrecherchen bzw. für Markenähnlichkeitsrecherchen vorgesehen.

Innerhalb der DPINFO werden nachstehende Teildatenbanken geführt:

- ▶ Patent- und Gebrauchsmusterregister (inklusive der Patente der ehemaligen DDR),
- ▶ Nationale Marken,
- ▶ Geschmacksmuster.

Lizenzdatenbank RALF

RALF, der Rechtsstand-Auskunfts- und Lizenzförderungsdienst, ist ein Beitrag des Deutschen Patent- und Markenamtes zum Technologietransfer. RALF informiert über geschützte Erfindungen, für die die Möglichkeit der Lizenznahme besteht. Die Datenbank ist in das Patent- und Gebrauchsmusterregister des Deutschen Patent- und Markenamtes integriert und ist eine der weltweit größten Lizenzdatenbanken. Die Lizenzinformationen erstrecken sich auf das Gesamtgebiet der Technik, wobei die Definition der Teilgebiete der Technik mit Hilfe der internationalen Patentklassifikation (IPC) erfolgt.

Erfinder und Unternehmer sollen durch das Informationssystem zusammengeführt werden, indem Anmelder und Inhaber von Patenten/ Gebrauchsmustern bei der Suche nach einem Lizenznehmer unterstützt werden bzw. Unternehmer ihrerseits Hilfestellung bei der Suche nach einem Lizenzgeber bekommen. Dadurch leistet RALF einen Beitrag zur Umsetzung neuer Produkte und Verfahren.

Sie erreichen RALF – Lizenzinformationen online über DPINFO (<https://dpinfo.dpma.de>) in der Patent- und Gebrauchsmusterrolle und über STN International in der Deutschen Patentdatenbank PATDPA sowie offline beim Schriftenvertrieb des Technischen Informationszentrums Berlin.

Beratung zu RALF erhalten Sie in den Recherchesälen des Deutschen Patent- und Markenamtes in München und Berlin sowie in den regionalen Patentinformationszentren.

Merke:

- ▶ Die Homepages der Patentämter fast aller Länder können abgerufen werden unter: www.dpma.de (Service, Links).

**Informationen zu SIGNO Erfinderclubs und zum
Bewerbungsverfahren erteilt:**

**Institut der deutschen Wirtschaft Köln
Projektmanagement SIGNO Erfinderclubs**

Beate Treu

Postfach 10 19 42

50459 Köln

Tel.: (02 21) 49 81-8 39

Fax: (02 21) 49 81-9 98 39

E-Mail: treu@iwkoeln.de

Internet: www.signo-deutschland.de/erfinder

Besucheranschrift: Konrad-Adenauer-Ufer 21, 50668 Köln

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie herausgegeben. Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Bundesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.