

Förderprojekt „Patentes in Braunschweig“

Entwicklung eines erfindernahen, horizontalen und effizienten Verwertungskonzeptes im Rahmen eines Patentverbundes unterschiedlicher Forschungsinstitutionen

gefördert durch



Projektpartner



Agenda

1. **Projektpartner und Projektkonzept**
2. **Elementare Aufbauphase: 1.Meilenstein**
3. **Strategische Ausrichtung und Kennzahlen**
4. **Patentscreening / Technologiepakete**
5. **Marketing und Matching Events**
6. **Zusammenfassung und Ausblick**

Partner ←

Konzept

Aufbau / Organisation

Strategie / Kennzahlen

Technologiepakete

Marketing

Ausblick

Bernhard Smandek
Leiter AG Technologietransfer
Physikalisch-Technische Bundesanstalt

abgestimmt mit Projektpartner DLR, Daniel Bandow

Partner des Innovations- & Patentverbundes



Partner
 Konzept
 Aufbau / Organisation
 Strategie / Kennzahlen
 Technologiepakete
 Marketing
 Ausblick

- 1.800 Mitarbeiter
- Budget: 140 Mio. €
- Oberbehörde des Bundes (BMWi)

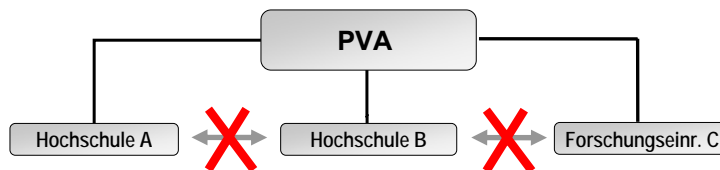
- 6.500 Mitarbeiter
- Budget: 500 Mio. €
- gemeinnütziger e. V.

- 2.900 Mitarbeiter
- Budget 250 Mio. €
- 13.000 Studierende
- Körperschaft des öffentlich. Rechts



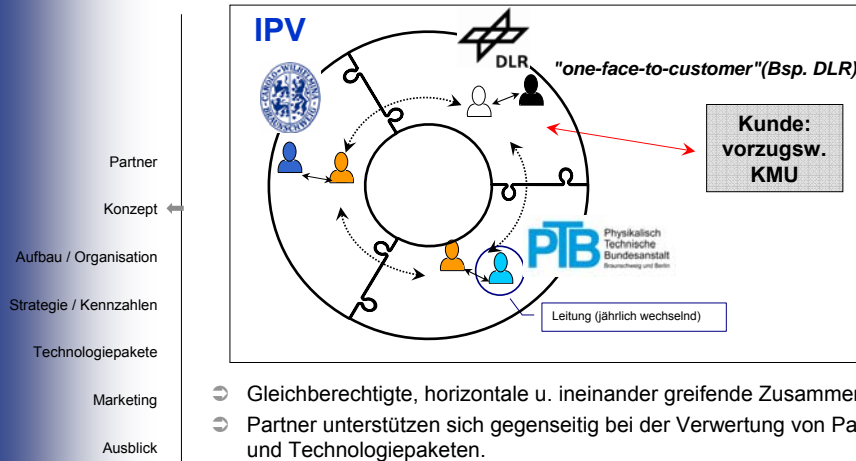
Etablierte Patentverwertungsorganisation über PVA

Partner
 Konzept
 Aufbau / Organisation
 Strategie / Kennzahlen
 Technologiepakete
 Marketing
 Ausblick



- ⇒ Verwertung von Patenten der Hochschulen und Forschungsinstitute erfolgt i. d. R. über Patentverwertungsagenturen (PVA).
- ⇒ Vernetzung des Innovationspotentials der Forschungseinrichtungen untereinander z. B. zum Zweck der Vermarktung und Nutzung von Synergieeffekten ist i. d. R. nicht vorgesehen

Neuartige Patentverwertung / Zusammenarbeit im IPV



- ⇒ Gleichberechtigte, horizontale u. ineinander greifende Zusammenarbeit
- ⇒ Partner unterstützen sich gegenseitig bei der Verwertung von Patenten und Technologiepaketen.

Strategisches Konzept des Förderprojekts

- ⇒ Nutzung der unmittelbaren **Erfindernähe**, innerhalb der Institution und regional für den Technologietransfer
- ⇒ Verwertung von **Technologiepaketen** statt reiner Patente (Technologielösung + Patente oder Patentpakete)
- ⇒ Erhöhung des **Kundennutzens**:
 - Gemeinsame Vermarktung oder Dienstleistung mit größerem Angebotsumfang („One Face to Customer“)
 - Komplette Technologiepakete i. S. eines vollständigen Lösungspaketes

Erster Meilenstein: Infrastruktur

Kommunikation

- Email-Knoten



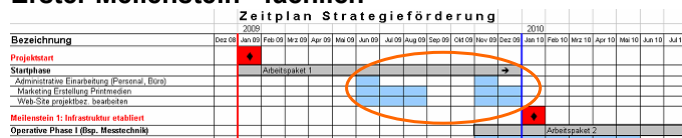
Interner Projektraum auf der Webseite mit Login-Funktion:

- (Oracle basierter Server)
- Tabellarische Übersichten
 - Dokumente, Entwürfe
z.B. Technologieangebote
 - Infos, Transferprojekten



Partner
Konzept
Aufbau / Organisation
Strategie / Kennzahlen
Technologiepakete
Marketing
Ausblick

Erster Meilenstein - fachlich



Personal:

- Einstellung von 2 Innovationsmanagern u. Assistenz
- Rahmenkonditionen für benötigte Doppelkompetenz schwierig

Info-Flyer des Verbundes



Partner
Konzept
Aufbau / Organisation
Strategie / Kennzahlen
Technologiepakete
Marketing
Ausblick

Kennzahlenentwicklung

Strategischer Ansatzpunkt

Rein monetärer Ansatz nicht hinreichend für effektive Patentverwertung

Gründe technologischer Art:

Patente aus Forschungsinstitutionen sind nicht produktspezifisch!
 ⇒ „Technologiepakete“: Schritt zur erweiterten Wertschöpfung

Gründe aufgrund der Rahmenbedingungen:

Forschungsinstitutionen sind gemeinnützig ausgerichtet und unterliegen gesetzlichen Rahmenbedingungen

- Exklusivität darf nicht Wettbewerb verzerren
- Kein Schutzrecht oder NERF*-Bedingungen bei Patenten, wenn Normen involviert

⇒ **Erweiterte Erfolgskriterien erforderlich**

⇒ **Methodenentwicklung im Rahmen IPV**

*NERF = Non Exclusive Royalty Free

- Partner
- Konzept
- Aufbau / Organisation
- Strategie / Kennzahlen ←
- Technologiepakete
- Marketing
- Ausblick

Rahmenbedingungen der Patentverwertung



Technologietransfer

- Investitionssicherung der Industrie: bei Verwertung!
- Einnahmen
- Kompetenznachweis



Technologiemarketing

- Investitionssicherung für eigene F&E
- „Chancen und Risiken bei Innovationen mit KMU teilen“
- Kompetenznachweis
- Basis: 30 Erfdg./a:



Technologietransferstelle

- Technologietransfer durch Schutzrechte
- Einnahmen generieren
- Kompetenznachweis
- Basis: 50 Erfdg./a:

- Partner
- Konzept
- Aufbau / Organisation
- Strategie / Kennzahlen ←
- Technologiepakete
- Marketing
- Ausblick

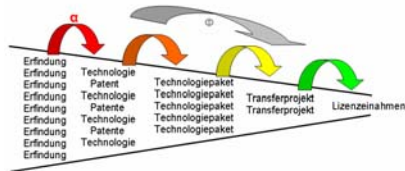
Inanspruchnahme zwischen 30% bis 90% (α)
 Verwertungsrate: 10% bis 40%

Ziel: Effizienzsteigerung bei unterschiedlichen Ausgangsbedingungen

Kennzahlen zur Prozessoptimierung

Integrative Strategie → Komplex von Kennzahlen erforderlich

Trichtermodell der Technologievermarktung:



Modell aus
Projektantrag

- Partner
- Konzept
- Aufbau / Organisation
- Strategie / Kennzahlen
- Technologiepakete
- Marketing
- Ausblick

Vorüberlegung:

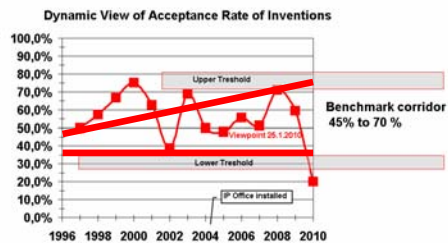
- α hoch ⇒ Hohe Motivation Erfinder [+]
- ⇒ Kosten der Patente hoch [-]
- α niedrig ⇒ Geringe Motivation Erfinder [-]
- ⇒ Geringe Kosten der Patente [+]
- ⇒ Hohes Ausfallrisiko [-]

Insgesamt eine nicht-triviale Optimierungsaufgabe

Optimierung der Akzeptanzrate - die PTB Erfahrung

Ziel: Optimale Einstellung der Rate der Inanspruchnahme α
entsprechend der jeweiligen Verwertungsstrategie

Voraussetzung: Langfristiges, nachhaltiges Portfolio-Management



Papier:
International Forum on
Knowledge Assets
Dynamics,
Italien, Juni 2010
„Balanced Score Card
for IP-Management“

- Partner
- Konzept
- Aufbau / Organisation
- Strategie / Kennzahlen
- Technologiepakete
- Marketing
- Ausblick

„Empirischer Technologietransfer-Trichter“:

- ⇒ Aufgrund langfristiger Erfahrung Optimierung der Inanspruchnahme α
- ⇒ Kostenreduktion durch Konzentration auf „werthaltige“ Patente
- ⇒ Weitere Entwicklung der Methodik im laufenden Projekt



Agenda

1. Projektpartner und Projektkonzept
2. Elementare Aufbauphase: 1.Meilenstein
3. Strategische Ausrichtung und Kennzahlen
4. Patentscreening / Technologiepakete
5. Marketing und Matching Events
6. Zusammenfassung und Ausblick

Partner

Konzept

Aufbau / Organisation

Strategie / Kennzahlen

Technologiepakete

Marketing

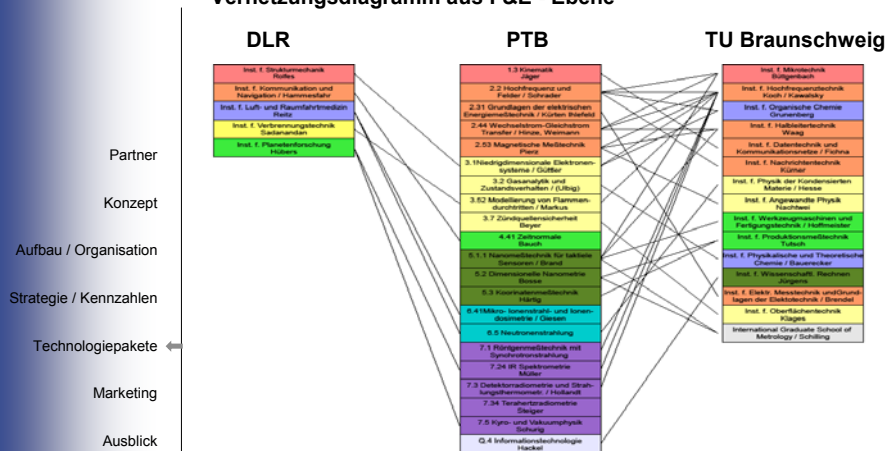
Ausblick

Jörg Saathoff
 Leiter Technologietransfer-Stelle
 Technische Universität Braunschweig



Vorlaufendes Technologie-Scouting

Vernetzungsdiagramm aus F&E - Ebene



Definition Technologiepakete

- 1. Bündelung von unterschiedlichen Technologien / Patenten:**
Bündelung mehrerer Patente zur Verbreiterung des technologischen Nutzens. Bildung von „Patentpaketen“
- 2. Patent(e) und zusätzliches Forschungsprojekt:**
Ergänzung eines oder mehrerer Patente durch Forschungsprojekte der Partner, z. B. um Praxisbezug zu erhöhen.

Ziel: Erhöhung des Kundennutzens!

Partner
Konzept
Aufbau / Organisation
Strategie / Kennzahlen
Technologiepakete ←
Marketing
Ausblick

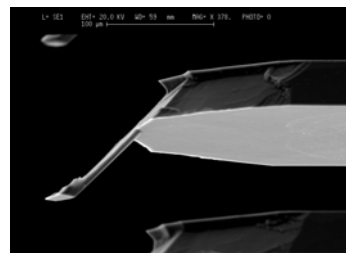
Beispielprojekt 1 (Patentpaket)

Neue Sensortippen für Rasterkraftmikroskopie

Kompetenzen in der Herstellung von Kleinststrukturen am Institut für Halbleitertechnik der TU Braunschweig

Kompetenzen mit Rasterkraftmikroskopie in der Abteilung der Fertigungsmesstechnik bei der PTB

Lösung: neuartige Sensoren (Cantilever) deren Design auf die Messaufgabe zur Messung von tiefen Löchern abgestimmt ist



Gemeinsame
Patentvermarktung /
Marketingkampagne

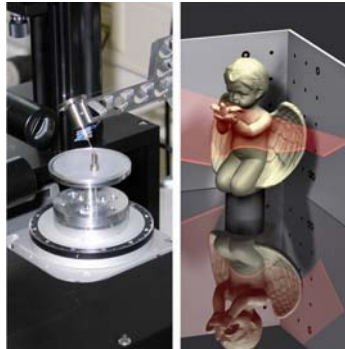
Partner
Konzept
Aufbau / Organisation
Strategie / Kennzahlen
Technologiepakete ←
Marketing
Ausblick

Beispielprojekt 2 (Patent + Forschungsprojekt)

Robotersteuerung

Unterschiedliche Basistechnologien mit gleicher Zielkundenstruktur
Gemeinsame Vermarktung auf der Hannover Messe 2010.

Partner
Konzept
Aufbau / Organisation
Strategie / Kennzahlen
Technologiepakete ←
Marketing
Ausblick



Kamerabasierter
Mikromontage-Roboter zu
genauen Positionierung
(PTB)

Kamerabasiertes 3D-
Erfassungssystem
(Institut für Robotik und
Prozesssteuerung der TU)

Marketing (Übersicht)

Ziel der Marketing-Aktivitäten

- Vermarktung von Technologien bzw. Technologiepaketen (Schwerpunkt der Marketing-Aktivitäten)
- Darstellung und Bekanntmachung des IPV / Kontaktadressen

Grundlegende Elemente des IPV-Marketing

1. Ansprache potentieller Kunden / Firmenbesuche
2. Printmedien
3. Internet - Nutzung bestehender Portale und des eigenen Portals
4. Messen & Matchingevents

Partner
Konzept
Aufbau / Organisation
Strategie / Kennzahlen
Technologiepakete
Marketing ←
Ausblick

1.) Direkte Ansprache potentieller Kunden

- ⊖ Bereitstellung von Technologiebeschreibungen (Printmedien / Internet)
- ⊖ Aktive Kundenrecherche und gezielte Ansprache potentieller Interessenten
- ⊖ Ansprache auf Messen

Partner
Konzept
Aufbau / Organisation
Strategie / Kennzahlen
Technologiepakete
Marketing
Ausblick

2.) Printmedien

A) Flyer – Selbstdarstellung des IPV

- ⊖ Imageflyer / Selbstdarstellung
- ⊖ Bereitstellung von Kontaktdaten

B) Technologiebeschreibungen [->]

- ⊖ Aussagekräftiger Informationen zu individuellen Technologien und Technologiepaketen
- ⊖ Technologiebeschreibung zur **Vermarktung von Technologiepaketen** im IPV-Layout
- ⊖ Gezielte Vermarktung **einzelner Patente** im Layout der Projektpartner

Partner
Konzept
Aufbau / Organisation
Strategie / Kennzahlen
Technologiepakete
Marketing
Ausblick



Innovations- und Patentverbund Braunschweig

Mit Innovativen Technologien in eine starke Zukunft.

3.) Internet

Selbstdarstellung im Internet unter www.patentes-in-braunschweig.de

- Überblick über den IPV / Adressdaten
- Vermittlung der Kernkompetenzen
 - Messtechnik,
 - Mobilität,
 - Produktion,
 - IT-Technologien
- Verlinkung zu den Technologiedatenbanken der Projektpartner



Partner
 Konzept
 Aufbau / Organisation
 Strategie / Kennzahlen
 Technologiepakete
 Marketing ←
 Ausblick

Nutzung bestehender Internetportale & Technologiebörsen

- **Enterprise Europe Network**
<http://www.een-niedersachsen.de/>
- Technologiebörse der **IHK**
<http://www.technologieboerse.ihk.de/>
- Technologiebörse der **Technologieallianz**
<http://www.technologieallianz.de/>

Wesentliche Auswahlkriterien

- **Aktiv** vom Betreiber gepflegte Technologiebörsen
- Großer Verbreitungsbereich

Vorteile der Nutzung bestehender Portale

- Datenbanken mit guten Suchfunktionen
- Großes Angebot / hohe Zugriffsquoten
- Kostenlose Einstellung v. Technologieangeboten



Partner
 Konzept
 Aufbau / Organisation
 Strategie / Kennzahlen
 Technologiepakete
 Marketing ←
 Ausblick

4.) Messen & Matching

Partner
Konzept
Aufbau / Organisation
Strategie / Kennzahlen
Technologiepakete
Marketing ←
Ausblick

- ⇒ Nächster gemeinsamer Messeauftritt
Hannover Messe 19. - 23. April 2010
- ⇒ 2 gemeinsame Messeauftritte p. a.
- ⇒ Ziele der Messeauftritte:
 - Präsentation einzelner Patente und konkreter Technologiepakete
 - Präsentation des IPV
- ⇒ Nutzung von Matching- und Kooperationsbörsen (z. B. CeBIT)



Zusammenfassung / Ergebnisse

Partner
Konzept
Aufbau / Organisation
Strategie / Kennzahlen
Technologiepakete
Marketing
Ausblick ←

Erreichte Zwischenschritte:

1. **Erster Meilenstein** planmäßig erreicht:
Personelle Infrastruktur / Printmedien / Internetbasierte Arbeitsstruktur
2. **Erste operative Phase** hat begonnen (Messtechnik):
 - ⇒ Internetmarketing (IPV-Portal und ausgewählte Multiplikator-Plattformen)
 - ⇒ 2 gemeinsame, Messeauftritte im Verbund
 - ⇒ Portfoliobildung im Bereich Messtechnik / Nanotechnologie begonnen
 - ⇒ Institutionsübergreifendes Technologie Scouting
 - ⇒ Kennzahlenentwicklung: Steuerung der integrativen Verwertung

Zusammenfassung / Ziele des Förderprojekts im IPV

Partner
Konzept
Aufbau / Organisation
Strategie / Kennzahlen
Technologiepakete
Marketing
Ausblick

- **Nachhaltige Stärkung der Technologie- und Patentverwertung** durch Schaffung einer leistungsfähigen regionalen Patentverwertungsstruktur
- **Etablierung** des Innovations- und Patentverbunds Braunschweig (per Kooperationsvertrag geregelt, offen für weitere regionale Institutionen)
- Umfassende, institutionsübergreifende **Technologie- und Patentanalyse mit Ziel Portfoliobildung** (zur Erhöhung der Vermarktungschancen / insbesondere mit Hilfe des Förderprojekts)
- **Gemeinsame aktive Vermarktung** (überregional, z. B. auf Messen / über den Förderzeitraum hinaus) Parallel zu den eigenen Verwertungsaktivitäten der einzelnen Partner!



www.patentes-in-braunschweig.de

Partner
Konzept
Aufbau / Organisation
Strategie / Kennzahlen
Technologiepakete
Marketing
Ausblick

Technologiemarketing des DLR

www.dlr.de



Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V.
in der Helmholtz-Gemeinschaft

Technologietransfer der PTB in Braunschweig

www.technologietransfer.ptb.de



Physikalisch Technische Bundesanstalt
Braunschweig und Berlin

TechnologieTransfer-Stelle der TU Braunschweig

www.tu-braunschweig.de



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!