

## Berufsbildungs- und Technologiezentrum

Technologietransferstelle  
Werkstraße 600  
19061 Schwerin  
Tel.: 0385/6435-184  
Fax: 0385/613068  
Internet: www.hwk-schwerin.de  
e-Mail: technologietransfer@hwk-schwerin.de



## Vermarktung von Erfindungen

**Eine neue Idee kann noch so gut sein, wenn man keinen Produzenten findet oder im Nachgang keine Abnehmer, wird sich der wirtschaftliche Erfolg kaum einstellen.**

**Unsere Wirtschaft braucht Sie als Erfinder. Denn erst Innovationen schaffen neue Arbeitsplätze und neue Märkte, auch im Ausland.**

Eine Reihe von Hindernissen treten häufig bei der Einführung eines neuen Produktes auf:

- Serienreife des Produktes nicht vorhanden
- Produkt substituiert ein bestehendes Produkt und macht bereits durchgeführte Investitionen überflüssig
- Patentabteilung eines potentiellen Wettbewerbers recherchiert gegen das Patent
- Andere Barrieren im Unternehmen:
  - persönliche Aspekte
  - mangelnde Entscheidungsfreudigkeit innerhalb des Unternehmens
  - derzeit falsche Ansprechpartner
- Kapital zur Realisierung fehlt momentan
- Keine Bereitschaft für persönliche Risiken

Um Produkte und Erfindungen erfolgreich am Markt zu platzieren, bedarf es einer professionellen Vermarktungsstrategie. Diese sollte sofort nach der eigentlichen Idee entwickelt werden.

Folgende Fragen sollte ich mir ehrlich beantworten können:

- Ist meine Erfindung vermarktbar?
- Gibt es einen Markt oder was muss ich tun, um diesen zu schaffen?  
(wenn nicht, Idee später wieder aufgreifen)

Viele Ideen sind bereits verwirklicht, aber man weiß es nicht, darum gehört zur Entwicklung auch die Recherche. Diese gibt aber nur Auskunft über das, was noch nicht veröffentlicht wurde.

- Kann es sein, dass kein Markt dafür vorhanden ist?
- Ist der Markt groß genug?

Wenn man diese Fragen mit gutem Gewissen positiv beantworten kann, wäre der nächste Schritt die Schutzrechtsanmeldung. Als Neuling auf dem Gebiet ist es ratsam, einen Patentanwalt für die Anmeldung zu Rate zu ziehen.

### **Folgende Hinweise:**

Patentanwälte haben keine einheitlichen Honorare. Dabei gehört eine kostenlose Erstberatung zum Guten Ton. Gleichzeitig sollte er auf das Für und Wider in Bezug auf die Erfindung hinweisen. Und wer eine Menge an Erfahrungen mitbringt (sprich: damit auch sein Brot verdienen kann), wird sicher auch schon eventuelle Klippen im Vorfeld bewusst umschießen. Weiterhin sollte er konkret aussagen können, was eine Anmeldung im Detail kostet und wo noch zusätzliche Kosten im Nachgang auftreten können.

### **Gleichzeitig sollte mit der Anmeldung die Strategie zur Vermarktung der Erfindung festgezurrt werden:**

- Warum sollte ein Anwender Ihrer Erfindung genau Ihre Lösung übernehmen?
- Wer ist der potentielle Endnutzer der Erfindung?
- Welche Form der Vermarktung Ihrer Erfindung stellen Sie sich vor? (z.B. eigene Herstellung in einem Spin-off / Start-up, Lizenzierung, Patentverkauf)
- Wie sieht Ihr Umsetzungskonzept, ausgehend vom Entwicklungsstand Ihrer Erfindung, bis zum realen Produkt/Verfahren am Markt aus? (Prototypen-Status, Serienreife vorhanden, etc.) Welche zusätzlichen Prüfungen benötigt mein Produkt (TÜV etc.), um am Markt bestehen zu können?
- Wie wird die Vertriebschiene aufgeteilt (Direktvertrieb, Großhändler, Händler)?
- Wieviel wäre der Endkunde bereit zu zahlen? Daraus schlussfolgernd: Für welche Kosten könnte man produzieren, wie groß sind die Margen für eventuelle Zwischenhändler?
- Wie könnte man die Investitionen finanzieren?
- Ist der Markt groß genug? Mit welchen Stückzahlen könnte man rechnen, um kostengerecht produzieren zu können? Welche Informationen haben Sie über den Markt? (z.B. Branchen, Einsatzbereiche, Marktpotenzial, erwartetes Marktvolumen, Aufteilung der Märkte nach Regionen/Ländern, Wettbewerber)  
Welchen Umsatz erwarten Sie und ab wann und wo wäre damit zu rechnen?
- Ist die Erfindung ein Zusatzteil zu etwas schon Vorhandenem? Müsste man eventuell mit weiteren Partnern ins Geschäft kommen?  
Ist Ihr Produkt in bereits vorhandene industrielle Prozesse leicht integrierbar?  
Müssen die zur Zeit üblichen Fertigungsprozesse erheblich angepasst werden? Und wie hoch wäre ggf. der geschätzte Aufwand dafür? (zeitlich, finanziell)
- Wem würde die Erfindung, wenn sie in Händen der Konkurrenz wäre, den größten Schaden bringen?
- Falls ich die Erfindung verkaufen möchte: Welche Person in dieser Firma muss ich von der Erfindung überzeugen? Wie steht diese Firma überhaupt finanziell am Markt? Wurden in naher Vergangenheit Teile der Belegschaft entlassen? Welche Firma ist die härteste Konkurrenz auf dem Markt?

- Welche Unternehmen kommen als potenzielle Lizenznehmer in Frage und welchen finanziellen Nutzen hat ein Lizenznehmer aus der Erfindung? (z.B. Kostenoptimierung, Mehrwert, Preissenkung)
- Wie könnte ein Angebot an einen potentiellen Lizenznehmer aussehen?
- Gibt es schon Kontakte zur Industrie? (z.B. haben Firmen bereits Interesse bekundet, gibt es Zielvorstellungen von Interessenten)
- Existieren bereits Vereinbarungen oder Verträge mit Firmen? (kollidieren diese mit der zukünftigen Vermarktungsstrategie)

Es ist bekannt, dass es für das Erfinden und Vermarkten keine allgemein verbindlichen und vernünftigen theoretischen oder praktischen Methoden gibt und auch nicht geben kann. Erfinder sind auf verschiedenen Gebieten tätig und gehen deshalb auch unterschiedlich vor. Dies erfordert dann auch unterschiedliche Vorgehensweisen z.B. bei der Lizenzvergabe oder Patentverkauf.

Erfindungen auf den Markt zu bringen ist schwierig. Viele Innovationen werden erst total verkannt. Man sieht die eigentliche Neuerung nicht, der Markt ist ganz einfach nicht oder noch nicht vorhanden, noch nicht reif, Ähnliches gibt es schon, oder man will sie einfach nicht haben, da man die vorhandenen Produkte gut verkauft und keine neuen Investitionen machen will. Aus vielen Erfindungen kann man ersehen, dass die Beobachtung des Marktes eine Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Innovation ist.

#### **Wichtige Aspekte bei der Vermarktung:**

Für die Vermarktung von Erfindungen gibt es kein Patentrezept bzw. keinen Königsweg. Was man sehr genau kennen sollte, ist das wirtschaftliche Umfeld der Erfindung, ähnliche Produkte bzw. Ausrichtung von Firmen in diesem Markt.

#### **Fachmessen**

- Beteiligung an Fachausstellungen und Messen - Interessent kommt auf Anbieter zu (Produktpalette erweitern oder aber, er hat die Kapazitäten in der Fertigung frei und sucht hier nach neuen Möglichkeiten). Sie haben Kontakte und Sie erhalten Kontaktanschriften. Viele Kontakte erhöhen die Chance, die Richtigen auch darunter gefunden zu haben. Des weiteren erhält man auf Ausstellungen - und auch das ist wichtig - vielleicht auch Anregungen, Idee noch zu verbessern, denn Innovationen stecken oft im Detail und letztendlich haben Sie Kontakte zu anderen Erfindern, was sicherlich auch sehr interessant sein kann.  
Schreiben Sie potentielle Interessenten an und laden Sie diese auf die Messe ein (Auf potentielle Kunden zugehen!).

#### **Suche nach Lizenznehmern**

- Suche nach möglichen Lizenznehmern: Firmen anzuschreiben, die dafür in Frage kommen könnten. Das Lizenzangebot an eine Firma sollte so abgefasst sein, dass der Vorteil dabei für diese Firma klar erkennbar ist. Das Angebot muss kurz sein und alles Wesentliche in Kurzfassung ersichtlich sein. Zuviel geschriebenes wird selten gelesen und deutet nicht immer auf belastbaren Inhalt hin. Wenn eine Firma Interesse an einer Lizenz zeigt, sollten keinesfalls andere Kontakte abgebrochen werden, denn sehr häufig kommt noch etwas dazwischen und damit wären alle Interessenten weg. Ist ein vorzeigbares Funktionsmuster vorhanden, mit dem man beim Kunden präsentieren kann?

## Veröffentlichungen

Mit Direktschreiben eine Firma zu finden, die gerade etwas braucht, was man anbietet, ist äußerst schwierig. Deshalb sollte man auch Veröffentlichungen als Inserat in Fachzeitschriften oder in großen Tageszeitungen einplanen.

## Patentvermarkter

Weiterhin gibt es Patentvermarktungsfirmen, die diese Schiene professionell abdecken. Wenn man sich für diese Strategie entscheidet, sollten folgende Punkte vorher geklärt werden:

- Welche Erfolge in der letzten Zeit kann der Vermarkter nachweisen?
- Welche Vermarkter wurden Ihnen von einschlägigen Instituten oder auch von anderen Erfindern empfohlen?
- Wie wird die zukünftige Arbeit im Detail aufgeteilt? Wer erledigt den Hauptteil der Arbeit?
- Wie wird der Erfolg an der Erfindung später aufgeteilt?
- Kennt sich der Vermarkter speziell in der Branche aus?
- Ist der Vermarkter auch technisch bewandert und versteht das Produkt auch bis ins Detail?

## Technologie-Plattformen

In letzter Zeit sind einige Plattformen für Technologietransfer im Internet entstanden. Das Internet kann eine schnelle Lösung zur Vermittlung von Ideen sein. Momentan gestaltet sich der Online-Handel mit Erfindungen noch schwierig. Dabei besteht die Kunst darin, genügend Informationen zu vermitteln, ohne gleich den kompletten Inhalt zu verraten. Gibt man zu wenig preis, kann sich ein potentieller Interessierter kaum die Arbeitsweise vorstellen. Gibt man zu viel bekannt, steigt die Gefahr, dass Ideen gestohlen werden.

**Die Patentinformationsstelle Schwerin bietet jeden Monat einen Tag zur kostenfreien Beratung mit einem Patentanwalt an. Nach vorheriger Anmeldung (0385/3993-140) können Sie die wichtigsten Probleme schnell klären. Im Anschluss hat man die Möglichkeit, im gleichen Haus Fördermittel für seine Entwicklung zu beantragen.**