



INSTI
Broschüre Nr. 7

Friedhelm Limbeck

Lei(d)tfaden der Patentvermarktung

4., aktualisierte Auflage

ISBN 3-926509-13-9

INSTI-Broschüre Nr. 7

Lei(d)tfaden der Patentvermarktung

Impressum

Autor: Friedhelm Limbeck

Herausgeber:
Institut der deutschen Wirtschaft Köln
Projekt INSTI-Erfinderclubs
Projektleitung: Beate Treu
Gustav-Heinemann-Ufer 84–88
50968 Köln
Tel. 02 21 / 49 81-8 39
Fax: 02 21 / 49 81-8 56
E-Mail: treu@iwkoeln.de
Internet: <http://www.erfinderclubs.de>

Gesamtherstellung: Druckhaus Locher GmbH, Köln

4., aktualisierte Auflage, März 2003

Lei(d)tfaden der
Patentvermarktung

von
Friedhelm Limbeck

4., aktualisierte Auflage 2003

Alle Menschen sind Erfinder,
aber nur wenige wissen es.

Inhaltsverzeichnis

	Vorwort	5
	Grundsätzliches	7
	Die kürzeste Anmeldung	9
1.	Der Lernprozess eines Erfinders	11
2.	Entwicklung einer Vermarktungsstrategie	21
3.	Die Recherche	25
4.	Die Patentanmeldung	28
	Beschreibung	32
	Patentansprüche	34
	Zusammenfassung	35
	Zeichnung	36
5.	Die NULL-EURO-ANMELDUNG	38
6.	Das Exposé	40
	Muster eines Exposés	40
7.	Verhandeln lernen	50
8.	Der Lizenzvertrag	53
9.	Überwachung der Lizenzzahlungen	54
10.	Die Früchte der Erfindungen	55
	Anhang:	59
	Antrag auf Erteilung eines Patent	60
	Kostenhinweise	61
	Muster eines Lizenzvertrages	62
	Recherchestellen in Deutschland	73
	Auslegehallen des DPMA	80
	Recherchieren mit DEPATISnet	83
	Recherchieren mit ESP@CENET	84
	Lizenzdatenbank RALF und Zugang zu RALF	85
	Aktuelle Übersicht der INSTI-Partner	88

Vorwort

Bis vor wenigen Jahren war der Erfinder ein Einsiedler. Er hütete seine Geheimnisse und sprach mit niemandem darüber. Sprach er doch, wurde er belächelt.

Heute ist der Erfinder gesellschaftsfähig, weil man 1995 erkannte, dass unsere Wirtschaft ohne Innovationen keine Chance hat, auf dem Weltmarkt zu bestehen. Der Rohstoff „Kreativität“ musste in Deutschland wieder zu dem werden, was er einmal war.

Wettbewerbsfähigkeit, so erkannte man, wird zunehmend an den Möglichkeiten gemessen, neue Produkte schnell und kostengünstig auf den Markt zu bringen. Entscheidend hierfür sind Innovationsfähigkeit, Effizienz in Forschung und Entwicklung sowie ein wirksamer Transfer zwischen Wissenschaft und Wirtschaft. Deshalb sollte auch der Produktionsfaktor Information den entsprechenden Stellenwert in der unternehmerischen Wirtschaft einnehmen. Auf Grund dieser Situation wurde vom Bundesministerium für Bildung und Forschung das Verbundprojekt „INSTI – Innovationsstimulierung“ – (www.insti.de) ins Leben gerufen.

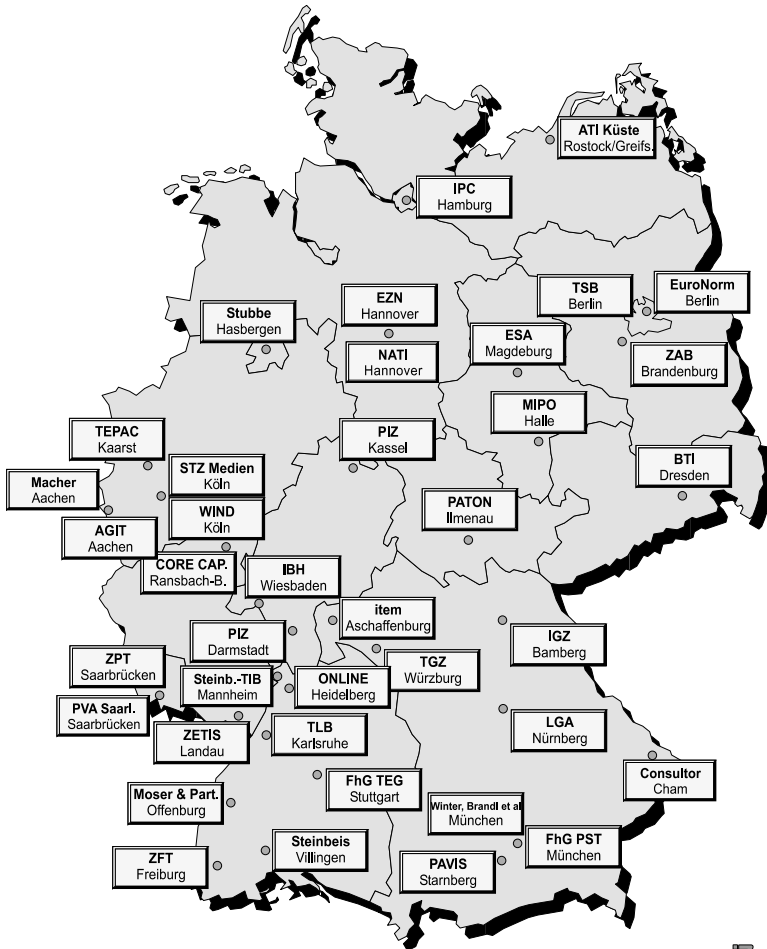
Mit Hilfe des INSTI-Projektes wurde ein bundesweites Netz von 40 regionalen INSTI-Partnern errichtet. Das Netzwerk besteht u.a. aus Technologieagenturen, regionalen Erfinderförderzentren, Transferstellen an Hochschulen, Patentinformationszentren, Unternehmensberatern, Patentanwälten und Forschungsinstituten, deren Leistungsangebote zu einem flächendeckenden Netzwerk verbunden wurden, damit alle INSTI-Partner jederzeit auf das gesamte Expertenwissen zurückgreifen und dadurch die Beratung „aus einer Hand“ leisten können.

Im Rahmen des INSTI-Projektes wurden bis zum jetzigen Zeitpunkt außerdem über 150 Erfinderclubs gegründet (siehe auch weitere Ausführungen im Internet unter www.erfinderclubs.de).

In vielen Regionen wurden bald die Früchte dieser Arbeit sichtbar und fanden ihre Anerkennung in den Medien, der Wirtschaft und auch der breiten Öffentlichkeit.

Im Laufe von fünf Jahren wurden in den INSTI-Erfinderclubs mehr als 4000 kreative Menschen „vernetzt“.

Das INSTI-Netzwerk



Stand: März 2003



Kaum ein Gegenstand, der in unserem Alltag wie selbstverständlich benutzt wird, beruht nicht auf einer patentierten Erfindung. Zum großen Teil ist es den Erfinderclubs zu verdanken, dass dies mehr und mehr in das Bewusstsein der Allgemeinheit gerückt ist. So wurden aus den belächelten Erfindern in nur kurzer Zeit teilweise angesehene Menschen, deren Kreativität die gebührende Anerkennung findet.

Durch die Zusammenarbeit der Erfinderclubs wurde bekannt, dass mein Erfolg in der Vermarktung jede Statistik übersteigt. Daher forderte mich

Frau Treu vom Institut der deutschen Wirtschaft Köln auf, meine Vermarktungsstrategie in einem Buch aufzuzeigen.

Diesem Wunsch bin ich gefolgt, auch wenn ich sagen muss, dass es keine allgemeine Strategie gibt. Es ist mehr eine Richtlinie, mit der man für jede Erfindung eine bestimmte Strategie ausarbeiten kann.

Natürlich gibt es keine Garantie, dass man nach der Ausarbeitung einer Strategie eine Erfindung verkauft, aber es hilft, den Anteil der verkauften Erfindungen gegenüber den nicht verkauften zu erhöhen.

Obwohl man schon vom Zeitpunkt der Idee das Ziel der Vermarktung im Auge hat, werden in der Phase vor der Vermarktung 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.



Grundsätzliches

Erfolg kann Neid, aber ebenso auch Bewunderung hervorrufen. Und die, die den Erfolgreichen bewundern, fragen nach den Rezepten des Erfolges.

Wenn mich vor einigen Jahren jemand gefragt hätte, wäre die Antwort nur ein Satz gewesen: „... ich melde keinen Unsinn an.“ Heute, von vielen Augen aus anderen Erfinderclubs beobachtet, sage ich: „... ich vermarkte keinen Unsinn“. Der Unterschied in den Antworten liegt darin, dass ich den Unsinn auch heute manchmal erst erkenne, wenn die Anmeldung beim Patentamt ist. Manchmal aber auch erst, wenn ich die Vermarktung vorbereite.

Ich vermarkte von meinen eigenen angemeldeten Erfindungen ca. 30 %. Das ist, gemessen an der Statistik, eine wahrhaft stattliche Anzahl. Bis vor zwei 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 ich nun im Verein helfe, etwas zu vermarkten, so liegt die Quote bei ca. 8 %. Auch das ist noch hoch, wenn man diese Zahl mit der Statistik vergleicht. Die Fehler in der Vermarktung beginnen schon oft wenige Stunden oder Tage nach der Idee. Täglich bekomme ich eine Flut von Ideen auf meinen Schreibtisch, die mir schon ein Schwindeltrauma bereiteten, weil ich beim Lesen dieser Erfindungen immerzu den Kopf schütteln muss.

Selbst die eindringlichsten Hinweise an diese Erfinder, sich selbst zu fragen, ob sie die Erfindung wirklich selbst kaufen würden, nutzen oft nur eine Stunde. Kaum haben sich diese Erfinder von mir verabschiedet, da flattern mir wieder solche Erfindungen durch das Fax entgegen.

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 in ein Zimmer stellen und 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.

Ich kenne einen „Erfinder“, der viel bastelt und sich dabei oft eine Vorrichtung baut, die ihm den dritten Arm ersetzt. Eine Vorrichtung ist sehr oft eine sehr gute Sache, nur darf das Bauen der Vorrichtung nicht mehr Zeit in Anspruch nehmen als die Arbeitszeit, die ich ohne die Vorrichtung in Anspruch genommen hätte. So musste er 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 in der Waage (Augenmaß) stand. Nun konnte er die Bohrlöcher gut anzeichnen. Doch bevor er die Löcher in die Wand bohrte, meldete er diese Idee als „Montagehilfe für Regale“ an. Dabei machte er eine gekürzte „Null-Euro-Anmeldung“ und schrieb Folgendes an das Patentamt:

*Deutsches Patent- und Markenamt
Zweibrückenstr. 12
80279 München*

Sehr geehrte Damen und Herren!

Betreff: Antrag auf Eintragung eines Patent.

*Der Antrag soll als Priorität dienen, da die Montagehilfe,
wenn man alleine Regale anbaut, noch in der Entwicklung ist.*

Diese Vorrichtung ist dabei sehr wichtig.

*Beschreibung und Zeichnung folgen nach vollständiger
Entwicklung.*

Mit freundlichen Grüßen

Unterschrift

Ich sage oft: „Über eine gute Erfindung stolpert man.“ Aber nur der stolpert, der die Augen öffnet, um sehen zu können, wo die Erfinder vor ihm etwas übersehen haben. Wenn ich über so eine Sache stolpere, werde ich sie von allen Seiten betrachten. Das heißt, dass ich gegen meine eigene Idee Ermittlungen anstelle. Ich will einen Fehler finden. Ich frage mich, warum das 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 die Summe, die ich nicht in eine Entwicklung oder Anmeldung stecke. Wenn ich all diese Ideen, die mir kommen, anmelden würde und dann noch den Versuch machte, diese zu verwerten, käme ich vielleicht auch auf den statistischen Mittelwert bei der Vermarktung.

Und noch etwas sollte hier gesagt sein:

Nichts kostet mehr Geld, als sich in eine Erfindung zu verlieben und Haus und Hof in den Erhalt zu stecken, nur weil man keinen Vermarkter findet. Jede gute Erfindung ist vermarktbar. Je besser die Erfindung ist, desto einfacher ist sie zu vermarkten.

Es gibt keinen Geschäftsmann auf der Welt, der eine Erfindung ablehnt, weil sie seine eigenen Produkte vom Markt wirft, denn er weiß auch sofort, dass eine andere Firma, die diese Erfindung kauft, ihn ruinieren würde. Ein Geschäftsmann, der das erkannt hat, ist ein absoluter Käufer für eine Erfindung. Also gehe ich mit einer guten Erfindung zu dem, dem diese Erfindung in Händen anderer den größten Schaden zufügen würde.

Wird sie dann doch nicht gekauft, habe ich den Fehler bei mir zu suchen, weil ich etwas nicht erkannt habe, was dieser Geschäftsmann erkannte. Vielleicht ein Fehler in der Patentschrift? Oder in meinen Überlegungen? Oft denke ich, dass Erfinder in der Regel nicht genügend Selbstkritik üben und daher der Industrie vorwerfen, die Erfinder zu unterdrücken und auszubeuten. Was wollen sie? Sie wollen mit nur einer Idee die Welt erobern und für immer davon leben, indem sie sich eine Sekunde des Nachdenkens ein Leben lang von Firmen und dem Endverbraucher bezahlen lassen wollen.

Ist das etwas anderes als das, was Firmen machen? Es ist eigentlich schlimmer, denn Firmen kämpfen ums Überleben und um die Erhaltung der Arbeitsplätze.

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.

1. Der Lernprozess eines Erfinders

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, doch die hatte selbst schon die Idee.

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 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 das Wasser (kalt) mit einer Düse auf die Wäsche zu spritzen war, mit ... 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 schützen lassen kann und die Adresse (sie hat sich bis heute nicht geändert) München, Zweibrückenstraße war, 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 wurden in den Firmen einfach schnell gebaut.

Den ersten sicheren Beweis lieferte mir eine Patentschrift aus dem Jahre 1955, die ich in der Auslegestelle im Haus der Technik in Bielefeld fand,

die genau die Firma angemeldet hatte, der ich den Fleischwolf anbot. Dass das Datum der Anmeldung auch noch ca. eine Woche hinter 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, wurde mir bewusst, dass nur mir so etwas Dummes passieren konnte, indem 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 gibt, die derartige Fehler machten.

Der Brief war von einem Erfinder an eine Firma gerichtet, deren Name ich hier ändere:

*Firma
Schwarz und Macher
Schwarz und Macherstr.*

Betr. Idee: Schmirgeln leichter.

Die Winkelschleifhalterung und der elektrische Fuchsschwanz waren meine Ideen, die ich Ihnen am (Datum) telefonisch mitgeteilt habe, welches ein großer Fehler war, denn ich bekomme keinen Pfennig dafür.

Nun zu Ihnen. Meine Idee: Man kann den Schmirgel auf der Halterung mit einem Klettverschluss befestigen, das hält. Ideal für Hobbymarkt usw.

Sollte ich von Ihnen Geld für meine Idee bekommen, habe ich eine noch bessere Idee im anderen Bereich.

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 Idee von der Firma auf den Markt. Daraufhin schrieb der Erfinder wieder an die Firma:

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

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

*Sehr geehrter Herr S.....,
da meine Idee nun unter dem Namen auf dem Markt ist und die Firma eine Tochter Ihrer Firma ist, hoffe ich doch, dass Sie mich nicht leer ausgehen lassen wollen.*

Hochachtungsvoll

Die Antwort war folgende:

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

*Sehr geehrter Herr W.....,
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 waren Briefe, die noch keine zehn Jahre alt sind. Solche oder ähnliche habe ich Dutzende im Besitz. Als ich die vier Ideen von mir in der Auslegestelle fand, habe ich nicht geschrieben, ich war ja durch eigene Fehler schlauer geworden.

In der Hoffnung, dass nun alles besser wird, versuchte ich, meine erste angemeldete Erfindung zu verkaufen. Es waren schwarze Bilder aus Spanplatten, in die Nägel geschlagen waren, über die dann dünne, weiße Fäden zu Konstruktionen verspannt 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 Überziehanlage 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 Überziehanlage standen und die Cremehütchen mit den Händen aufstellten. Durch Zufall entdeckte ich, dass man durch einfaches Hin- und Herschieben der Pralinen bewirkt, dass sie ins Rollen geraten und, wenn sie auf der einzigen geraden Fläche stehen, dort verbleiben, also nicht mehr rollen. Zunächst wunderte ich mich, warum diese Fabrik, die sehr groß war, 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 viel 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. Sehr umständlich noch, aber es genügte. Ich überlegte, wie ich zum Inhaber einer Schokoladenfabrik vordringen konnte, um ihm meine Idee, mehr war es ja nicht, vorzuführen. Hier halfen mir Beziehungen meines Vaters. Dieser „Bekannte“ verschaffte mir einen Termin, den ich mit der „Stoppuhr“ wahrnahm.

Bevor ich zur Schokoladenfabrik ging, kaufte ich mir im Bahnhof die Cremehütchen dieser Firma. Mit diesen 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?“

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, dessen Füße zu Tigerkrallen geschnitzt waren, 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 steinernem 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.

Diese Erfindung habe ich vermarkten können, weil der Markt, die Beziehungen und die Präsentation stimmten.

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 sie für jeden von Nutzen sein konnten?

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 machte ich fünf raffinierte Fadenbilder, fuhr nach Essen zur Zentrale eines Kaufhauskonzerns und legte die fünf Bilder auf einen Tisch der Musterungshalle. Wenn vorher immer alle sagten, dass sie zwar schön seien, aber sicher keiner kaufen wolle, sagte dieser Zentraleinkäufer, dass sie sich wohl verkaufen ließen.

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 mein Schutz 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 zahlte, konnte sie jeder bauen und verkaufen.

Nie könnte mich heute jemand mit einem solchen Schreiben in Verlegenheit bringen, aber wenn man keine Erfahrung hat oder einen nicht sachkundigen Anwalt mit einer solchen Sache betraut, kann es einschüchtern. Gut vier Jahre konnte ich die Bilder gut verkaufen, aber wie es begann, so endete es wieder.

In der Zeit der Hochkonjunktur hatte ich mir wenig Gedanken 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.

Hatte ich vorher wirklich alles falsch gemacht?

Nein, nur einen Fehler hatte ich gemacht, ich hatte keine Marktanalyse vorgenommen, wie z.B. bei den Maschinen. Wenn diese Marktanalyse auch nur so aussah, dass der Bedarf sich aus der benötigten teuren Arbeitskraft vieler Angestellter ergab, die eine Maschine in weniger Zeit, ohne Krankheit, ohne Urlaub, absolut präzise verrichten konnte, so war sie damals unbewusst gemacht worden.

Bei den Fadenbildern und allen anderen Erfindungen hatte ich nur im Bekanntenkreis gefragt, wie sie dort gefallen. Ich hatte nicht gefragt, ob sie sich z.B. die Bilder im Laden kaufen würden. Ich hatte auch nicht gefragt, wo die Bilder hängen, die man mir hin und wieder abgekauft hatte. Jetzt wusste ich es. Sie hingen – wenn sie hingen – an unbedeutenden Stellen, wo sie nicht auffielen.

In den zehn Jahren nach meinem ersten Verkaufsversuch hatte sich viel geändert. Die Blumentapeten waren den Rauhfasertapeten 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“, wie ich mit einem Würfel auch einmal eine „6“ treffe, wenn ich oft genug würfelle. 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 er keine Stückzahlen sieht oder sich mit einer geringen Stückzahl selbst Konkurrenz macht.

Im Laufe der Jahre musste ich feststellen, dass ich eine Erfindung immer demjenigen anbieten musste, dem die Vermarktung durch andere sehr weh tun würde, und dass die Erfindung gut sein muss. Wirklich gute Erfindungen muss man nicht vermarkten, weil die Interessenten Schlange stehen.

Nun gibt es natürlich Ausnahmen der Regel. Diese Ausnahmen treten dann ein, wenn eine Firma, der ich etwas anbiete, den Wert des Artikels nicht richtig erkennt (was zum Teil an der Präsentation liegt). Man muss sich einmal vor Augen führen, dass große Firmen eigene Entwicklungs-

abteilungen haben, die jede Patentanmeldung, aber auch den Markt überwachen. Diese Firmen werden mit einer Flut von Ideen überschüttet, die eine Person unmöglich bearbeiten kann. So werden die Eingänge von einer Person überprüft, mit einer Stellungnahme versehen und dem Leiter der Entwicklungsabteilung vorgelegt. Der liest nun nicht noch einmal das Angebot, er liest die Stellungnahme. Ist es eine Ablehnung, unterzeichnet er diese, ist es eine Befürwortung, wird er das Angebot selbst überprüfen. Hätte vielleicht eine andere Person das Angebot zur Prüfung vorgelegt bekommen, hätte es anders aussehen können.

Aber wenn wir das Modell und die gute Marktanalyse haben, ist eine gute Idee immer noch nicht verkauft. Die Anmeldung muss hieb- und stichfest sein. Niemand darf auf die Idee kommen, die Erfindung mit nur geringen Änderungen nachbauen zu können.

Und wenn dann alles stimmt, kommt 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.

Einen Gebrauchsgegenstand kann ich nicht so wie eine Idee von einer Maschine anbieten, ich muss ihn aber so präsentieren, dass der Interessent mit einem Blick erkennt, was er da in Händen hält.

Wenn ich eine fremde Idee sehe und als sehr gut betrachte, dann sage ich immer: „Die Idee könnte von mir sein.“ Der Inhaber einer Firma oder dessen Konstruktionsleiter muss in weniger als zwei Minuten wissen, was vor ihm liegt. Da ich nicht zu jeder großen Firma fahren kann, um eine Erfindung zu präsentieren, muss ich eine Präsentationsmappe erstellen, die einen einfachen, aber präzisen Aufbau hat. Hier hat natürlich jeder seine eigenen Erfahrungen gemacht. Doch wichtig ist, dass eine Beschreibung, auch wenn sie länger als eine Seite ist, schon auf der ersten Seite alles über die Erfindung aussagt. Diese erste Seite wird nur dann bis zum Ende gelesen, wenn sie auf Anhieb überzeugt. Jede weitere Seite soll das, was auf der ersten Seite steht, untermauern.

Ich stelle niemals Forderungen in einer Mappe. Ein Anfänger sollte auch niemals ohne einen Experten in weitere Verhandlungen eintreten. Jeder Geschäftsmann wird versuchen – und das mit Recht – für sich und seine Firma das Möglichste herauszuholen.

Das wollen Sie und jeder andere Erfinder doch auch. Um viel herauszuholen, benötigt man Erfahrung im Verhandeln. Habe ich diese nicht, nehme ich jemanden mit.

Pokern Sie niemals zu hoch. Oft scheitern Lizenzverhandlungen an einem Pokerspiel. Selbst ein erfahrener Pokerspieler kennt das Blatt seines Gegners nicht genau.

Merke:

- Niemals eine Idee anbieten, bevor diese beim Patentamt angemeldet ist.
- Die Präsentation muss den Interessenten verblüffen.
- Selbstbewusstsein, sicheres Auftreten und von der Idee überzeugt sein.
- Der Markt muss vorhanden sein.
- Jede Erfindung benötigt eine andere Vermarktungsstrategie.
- Der Interessent will Stückzahlen erahnen.

2. Entwicklung einer Vermarktungsstrategie

Die Entwicklung einer Vermarktungsstrategie beginnt sofort nach der Idee. Die Frage, ob etwas vermarktbare ist, gehört an den Anfang. Stelle ich fest, dass die Erfindung nicht vermarktbare ist, lasse ich die Finger davon. Wenn ich bei der Frage feststelle, dass es keinen Markt gibt, weil das Umfeld noch nicht vorhanden ist, lege ich die Idee zunächst in eine „Ideenakte“, um später darauf zurückgreifen zu können.

Wenn man mich fragt, woran ich erkenne, ob 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.“

Viele Ideen sind bereits verwirklicht, aber man weiß es nicht, darum gehört zur Entwicklung auch die Recherche.

Ich denke, dass es nicht nur mich auf der Welt gibt, der heute feststellt, dass es eine bestimmte Sache noch nicht gibt. Ich stolpere ja nur deshalb über ein Objekt, an dem etwas zu verbessern ist oder das man besser machen kann, weil dieser (nach meiner Meinung verbesserungsbedürftige) Gegenstand auf dem Markt ist.

Wenn also viele diesen Artikel kennen, können auch viele die gleiche Idee haben wie ich. Man spricht davon, dass eine Erfindung reif ist. Die Frage ist nur, bin ich der Erste? Um das festzustellen, bedarf es einer Recherche. Diese gibt aber nur Auskunft über das, was noch nicht veröffentlicht wurde. Also kann meine Erfindung in den nächsten zwei Jahren noch einen herben Rückschlag erleiden. Stelle ich fest, dass meine Idee noch nicht als Patent eingetragen ist, dann frage ich nach dem Grund.

Kann es sein, dass kein Markt dafür vorhanden ist? Ist der Markt zu klein?

Habe ich diese Frage positiv geklärt, fertige ich den Prototyp oder das Modell und bei einer Maschine eine lesbare Zeichnung an. Da das Ziel meiner Idee nur die Vermarktung ist, muss ich sie also schon dann in alle Überlegungen mit einbeziehen, wenn eine Idee gerade geboren ist. Habe ich alle Bedenken ausgeschlossen, melde ich die Idee beim Patentamt an. Hier gibt es auch wieder einige Vorgehensweisen, die ich aber später erklären möchte.

Gehen wir von einer ganz normalen Patentanmeldung aus, die ich durch einen Anwalt ausführen lasse.

Als Neuling kenne ich natürlich keinen Anwalt, also suche ich einen. Gut wäre es, wenn ich Bekannte hätte, die Erfindungen angemeldet haben, um Vergleiche ziehen zu können. Patentanwälte sind nicht alle gleich, haben auch nicht alle die gleichen Preise. Grundsätzlich sollte man nur einen Anwalt nehmen, der einen Erfinder zunächst kostenlos berät und auf das Für und Wider in Bezug auf die Erfindung hinweist.

Ein Anwalt sollte auch konkret sagen, was eine Anmeldung genau kostet und ob später noch für jeden Schriftsatz zusätzlich Kosten entstehen. Und wenn dann die Anmeldung heraus ist, sollte auch der Leitfaden der Vermarktung zurechtgelegt sein.

- 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?
- Wem würde die Erfindung, wenn sie in Händen der Konkurrenz wäre, den größten Schaden bringen?
- Welche Person in dieser 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?

Mit diesem Leitfaden ist ein Exposé für die Vermarktung zu erarbeiten. Es muss nicht mit Goldbuchstaben bedruckt sein, es sollte aber so sein, dass keine Frage offen bleibt. Mit dem Leitfaden ist auch die Entscheidung zu treffen, welcher Weg der Vermarktung eingeschlagen werden sollte.

Ist es der Weg über das Versenden der Exposés an bestimmte Firmen oder der Weg über das direkte Gespräch?

Ist es eine Maschine, dann kommt nur der direkte Weg in Frage, aber auch bei Gebrauchsartikeln kann das der Fall sein, z.B., wenn ich eine marktführende oder bedeutende Firma bzw. eine kompetente Person der Firma kenne oder eine Beziehung aufbauen kann. Eine Firma, die wegen schlechter Auftragslage Mitarbeiter entlässt oder freie Kapazitäten hat, ist in der Regel sehr offen für Innovationen. Hier kann der Weg des direkten Gesprächs mehr Erfolg bringen. Oft entsteht beim ersten Gespräch, sofern es eins gibt, die Frage, wie sich der Preis zusammensetzt. Hier muss genau recherchiert werden. Selbst der Preis der Schraube mit Mutter und Unterlegscheibe muss bekannt sein. Und, wie ich schon vorne schrieb, auf der ersten Beschreibungsseite hat alles zu stehen, was zum Weiterlesen zwingt.

Ich muss alles über die Konkurrenz wissen. Auch wer für Innovationen zuständig ist.

Der Leser sieht, dass das Vermarkten mehr Arbeit mit sich bringt als die Erfindung selbst. Er sieht aber auch, wie tief eine Vermarktungsfirma in die Geheimnisse einer Erfindung eindringen muss, um sie erfolgreich zu vermarkten. Leider gibt es nur wenige Firmen, die sich gewissenhaft Innovationen widmen. In der Regel hört man nur, dass diese Firmen nochmals recherchieren und dann dem Erfinder schreiben, dass sie keine Chancen einer Vermarktung sehen. Solche Firmen leben von vorgefertigten Briefen, die sie an Hilfe suchende, gebeutelte Erfinder, oft für sehr viel Geld, versenden. Soll eine Vermarktungsfirma eingeschaltet werden, ist nach den Erfolgen zu fragen. Es sollten Erfolge jüngerer Datums sein. Ein alternder, stellenloser Schauspieler prahlt mit alten Erfolgen, eine noch erfolgreiche Firma hat das nicht nötig. Sicherer ist der Weg der eigenen Vermarktung, auf jeden Fall kostet sie weniger Geld, sollte die Vermarktung einer Erfindung erfolglos sein.

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

Merke:

- Vermarkter sollten neueste Erfolge nachweisen.
- Ideenakte anlegen.
- Leitfaden zurechtlegen.
- Markt vorhanden oder zu klein?
- Prototyp oder Modell anfertigen.
- Ziel ist die Vermarktung, das ist in alle Überlegungen mit einzubeziehen.

3. Die Recherche

Die Recherche will ich nur kurz behandeln, doch ohne Recherche kann ich nicht vermarkten. Jeder Lizenzkäufer wird fragen, ob es die Erfindung wirklich nicht gibt. Es ist schon schwer genug, einem Laien zu erklären, dass selbst ein erteiltes Patent nicht immer sicher vor Angriffen ist, weil die Idee schon seit 100 Jahren Stand der Technik sein kann oder in einem Land angemeldet wurde, in dem niemand recherchiert.

Über die Recherche wurde viel geschrieben und gesprochen. Der gleichbleibende Tenor ist: „Machen Sie keine Recherche selber, **Sie können es nicht**, gehen Sie zu einem Fachmann.“

Nun werde ich sicher von den vielen Fachleuten aufs Korn genommen, weil eine eigene Recherche natürlich möglich ist. Es ist zwar mühsam und zeitraubend, aber es kann als Vorrecherche ausreichen.

Dieser eigene Weg, der nicht unbedingt ohne die Hilfe eines Eingeweihten vorgenommen werden sollte, kann an jeder Auslegestelle von Patentschriften oder im Internet vorgenommen werden.

Eine Liste der Auslegehallen und Auslegestellen (Patentinformationszentren und Patentinformationsstellen) sowie Angaben darüber, wie und wo man Ihnen dort hilft, finden Sie im Anhang.

Doch bevor Sie diese Auslegestelle betreten oder im Internet recherchieren, sollten Sie sich eine Recherchestrategie erarbeiten. Hierbei sollten Sie beachten, dass Sie alle Worte in Deutsch und Englisch auflisten. Nehmen wir an, dass Sie eine Hebebühne für Rasenmäher erfunden hätten, und wollen nun wissen, ob es diese Hebebühne schon gibt. Dann müssten Sie in die Suche folgende Worte aufnehmen und beim Suchen kombinieren, (und / oder) wenn Sie im Computer oder den Schriften der Auslegestelle suchen:

... 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.

Bis hierher war es noch einfach, aber es würde genügen, um in der Auslegestelle jemanden zu finden, der Ihnen alles vorlegt oder auf den Bildschirm holt, was sich auf diese Worte bezieht.

Wenn Sie aber alles eingrenzen wollen, dann sollten Sie sich die Patentklassen heraussuchen. Dazu gibt es Bücher, die Sie in den Auslegestellen einsehen können. Im Internet können Sie heute die Klassen anklicken. Wenn Sie beispielsweise eine Erfindung gefunden haben, können Sie alle Anmeldungen der gleichen Klassifizierung mit einem Klick aufrufen.

Da jede Erfindung vom Patentamt eine Klassifizierungsnummer erhält, aus der man ersehen kann, ob es sich um eine Erfindung im Bereich von Maschinen für Wiesen oder Rasen handelt oder um Maschinen, die Metall bearbeiten, kann man die gesuchte 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).

Selbst wenn Sie für die Erstellung der Liste einen Tag benötigen, so sparen Sie Zeit und lernen dabei. Sie werden in der Auslegestelle nicht alleine sein, man hilft Ihnen. Die Preise pro Tag sind erschwinglich, sie liegen überall zurzeit zwischen 20,- und 30,- Euro.

Sie werden nicht alles lesen können, was Sie Ihre Erfindung betreffend vorfinden. 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). Nun lesen Sie zuhause alles in Ruhe genau durch und urteilen so über die gefundenen Erfindungen, als wüssten Sie, dass es Ihre Erfindung schon gibt.

Mogeln nutzt hier nichts. Nach der Anmeldung wird alles auch vom Rechercheur des Patentamtes gefunden und wenn nicht, findet es der Erfinder, der diese Erfindung anmeldete. Hat der Erfinder selbst keine Patentüberwachung, so wird er in der Regel von Firmen darauf aufmerksam gemacht, dass jemand in der Nähe seiner Erfindung etwas anmeldete. Diese genaue Information kann man von diesen Firmen kaufen. Erst wenn Sie sicher sind, dass Sie der ERSTE sind, der die Idee hatte, melden Sie Ihre Erfindung an.

Wenn Sie der eigenen Recherche aus dem Wege gehen wollen, dann bietet Ihnen das Patentamt die preiswerteste Recherche an, die es gibt. Um in den „Genuss“ zu kommen, eine sehr gute – meiner Ansicht nach die beste – Recherche zu erhalten, müssen Sie Ihre Anmeldung komplett einreichen. Also: Beschreibung, Ansprüche, Zusammenfassung (nicht mehr als 150 Worte) und evtl. Zeichnungen.

Seit 2002 zahlen Sie für eine Patentanmeldung in Papierform 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.

Es gibt jedoch seit einiger Zeit die Möglichkeit, vom Patentamt eine Recherche zum Stand der Technik machen zu lassen. Hierüber mehr im Anhang.

Wenn Sie weder selbst recherchieren noch vom Patentamt recherchieren lassen wollen, so bieten Ihnen einige Auslegestellen auch eine Recherche an, die preiswert ist. Hier lohnt sich ein Vergleich. Natürlich gibt es auch Informationsvermittler und Patentanwälte, die recherchieren, auch hier ist dringend ein Vergleich notwendig.

Aber selbst die teuerste Recherche ist in der Regel preiswerter als eine schlechte oder keine Recherche.

Und denken Sie daran: **Jede Recherche ist so gut wie die Stichworte, nach denen gesucht wurde.** Und wenn sie diese Recherche durchgeführt haben, denken Sie daran, dass nur Erfindungen gefunden wurden, die veröffentlicht worden sind. Das können die letzten 18 Monate sein. Bei Gebrauchsmustern drei bis vier Monate und bei US-Patenten zwei bis drei Jahre.

4. Die Patentanmeldung

Natürlich kann ich ohne Patentanmeldung eine Idee vermarkten. Das Ergebnis wird in der Regel das sein, welches ich schon eingangs beschrieb. Wem Sie es auch anbieten, er entwickelt gerade eine ähnliche Idee. Darum: **Es sollte immer eine Anmeldung vorhanden sein.** Damit wenigstens die Grundzüge einer Anmeldung vorhanden sind, gehe ich hier nur kurz darauf ein.

Ob es nun Patent- oder Gebrauchsmusteranmeldungen sind, der Aufwand ist gleich, nur die Anträge sind verschieden. Für einige wenige Erfindungen kann man nur Patentanmeldungen machen, weil hier Gebrauchsmuster nicht möglich sind.

Als Erfindung kann man anmelden:

Technische Erfindungen, die neu sind, auf einem erfinderischen Schritt beruhen und gewerblich anwendbar sind (§ 1 Abs. 1 PatG).

Nicht geschützt werden Erfindungen wie:

Entdeckungen sowie wissenschaftliche Theorien und mathematische Methoden; ästhetische Formschöpfungen; Pläne, Regeln und Verfahren für gedankliche Tätigkeiten (z.B. Baupläne, Schnittmuster oder Lehrmethoden für Menschen und Tiere, Notenschriften und Kurzschriften), Spiele und geschäftliche Tätigkeiten (z.B. Buchführungssysteme) sowie Computerprogramme als solche (d.h., soweit sie keine technische Lehre enthalten); die Wiedergabe von Informationen (z.B. Tabellen, Formulare, Schriftanordnungen); Konstruktionen, die den Naturgesetzen widersprechen (z.B. eine Maschine, die ohne Energiezufuhr Arbeit verrichten soll – Perpetuum mobile –).

Daneben werden Patente nicht erteilt für:

Erfindungen, deren Veröffentlichung oder Verwertung gegen die öffentliche Ordnung oder die guten Sitten verstoßen würde (ein solcher Verstoß kann jedoch nicht allein aus der Tatsache hergeleitet werden, dass die Verwertung der Erfindung durch Gesetz oder Verwaltungsvorschrift verboten ist); Pflanzensorten oder Tierarten für im Wesentlichen biologische Verfahren zur Züchtung von Pflanzensorten oder Tieren; Verfahren zur chirurgischen oder therapeutischen Behandlung des menschlichen oder tierischen Körpers und Diagnoseverfahren (§ 5 Abs. 2 PatG).

Als Gebrauchsmuster können angemeldet werden:

Technische Erfindungen, die neu sind, auf einem erfinderischen Schritt beruhen und gewerblich anwendbar sind (§ 1 Abs. 1 GbmG).

Nicht erlaubt bzw. nicht geschützt sind Gebrauchsmusteranmeldungen wie:

Entdeckungen sowie wissenschaftliche Theorien und mathematische Methoden; ästhetische Formschöpfungen; Pläne, Regeln und Verfahren für gedankliche Tätigkeiten (z.B. Baupläne, Schnittmuster oder Lehrmethoden). Für Spiele und geschäftliche Tätigkeiten (z.B. Spielregeln, Buchführungssysteme) sowie Programme für Datenverarbeitungsanlagen; die Wiedergabe von Informationen (z.B. Tabellen, Formulare, Schriftanordnungen); Konstruktionen, die den Naturgesetzen widersprechen (z.B. eine Maschine, die ohne Energiezufuhr Arbeit verrichten soll – Perpetuum mobile –); Verfahrenserfindungen (z.B. Herstellung- und Verwendungserfindungen); Erfindungen, deren Veröffentlichung oder Verwertung gegen die öffentliche Ordnung oder die guten Sitten verstoßen würde; Pflanzensorten oder Tierarten.

Beispiel:

Obwohl in Deutschland die Benutzung von Radarwarngeräten verboten ist, kann jeder in Deutschland ein Gerät erfinden und als Patent anmelden, mit dem man Radarkontrollen aufspüren kann, bevor sie sichtbar werden. Voraussetzung ist, dass das Gerät den Ansprüchen einer Erfindung entspricht.

Die Unterschiede zwischen einer Patent- oder Gebrauchsmusteranmeldung sind neben den o.g. Unterschieden im Wesentlichen die Laufzeit und, dass man eine Gebrauchsmusterurkunde ohne Recherche und ohne Prüfung schon drei bis vier Monate nach dem Antrag erhält. Diese Urkunde ist also so viel wert wie die Recherche, die ich selbst machte oder machen ließ. Die Laufzeit bei einem Patent beträgt zwanzig und beim Gebrauchsmuster nur zehn Jahre. Wichtig ist für die Vermarktung zunächst die Anmeldung. Was später daraus wird, sollte sich ganz nach der erfolgten oder erfolglosen Vermarktung, aber auch nach der Recherche des Patentamtes richten. So kann ich z.B. von einer Patentanmeldung einen Abzweig zu einem Gebrauchsmuster machen und habe für die Zeit, die ich auf die Erteilung eines Patentess warte, ein durchsetzungsfähiges Schutzrecht auf meine Erfindung.

Es ist auch nicht so wichtig, ob eine Patenturkunde schnell oder überhaupt eintrifft, wichtig ist, dass wir die Ersten sind, also die Priorität haben. Mit dieser Priorität haben wir ein Jahr Schutz auf der ganzen

Welt. Dieser Schutz kann sogar absolut kostenlos sein (bitte nicht so, wie auf Seite 8 und 9 beschrieben). Auch hier gibt es zwei Möglichkeiten der Anmeldung. Die eine ist die normale Anmeldung und Zahlung der Gebühr oder die so genannte NULL-EURO-ANMELDUNG (hierüber mehr im gleichnamigen Kapitel). Mit beiden Anmelde-möglichkeiten erhält der Anmelder die gesetzliche Priorität auf seine Offenbarung in der Beschreibung. Das bedeutet, dass der Anmelder ab Anmeldedatum ein Jahr Zeit hat, die Anmeldung auch außerhalb von Deutschland zu betreiben oder Zusatzerfindungen, die auch eine Priorität haben, unter Ausnutzung der ersten zusammenzufassen.

Wichtig: Anmeldungen, also auch die NULL-Euro-Anmeldungen, werden nicht mehr angenommen, wenn sie nicht der Form entsprechen. Sie muss also neben der Beschreibung auch die Ansprüche und die Zusammenfassung enthalten (die Ansprüche können geändert werden).

Die zweite Möglichkeit ist die Inanspruchnahme der Verfahrenskostenhilfe, die jedem Bürger in Deutschland bei jedem Amt zusteht, wenn er die sozialen Voraussetzungen liefert (z.B. Sozialhilfeempfänger).

Nach der Vermarktung sollte der Lizenznehmer für die Zahlungen und die Überwachung der Patentgebühren zuständig sein. Findet man nicht sofort einen Lizenznehmer, können selbst die Gebühren, die an das Patentamt zu zahlen sind, gestundet werden.

Man soll sich auch nicht zu sehr auf den Schutz verlassen. Immer wieder hören wir von Erfindungen, die schon seit vielen Jahren vermarktet werden und sogar eine Patenturkunde erhielten und doch noch zunichte gemacht wurden, weil es irgendwo auf der Welt jemanden gab, der diese Idee schon veröffentlicht oder anmeldet hatte.

Glück hat man in diesem Fall, wenn es keinen Patentinhaber mit einer noch geschützten Erfindung gibt, sondern lediglich entdeckt wird, dass die Erfindung schon lange Stand der Technik ist.

So das Beispiel mit den „Inline-Skatern“. Jahrelang war das die Goldgrube 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 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. Im Computer waren die alten Schriften bei der Umstellung noch nicht aufgenommen. Aber Schutz muss sein und so stellt sich die Frage, wie melde ich die Erfindung an.

Ein zweites Beispiel ist die Erfindung eines Verfahrens, durch das man mittels Ballons, die an Seilen befestigt waren, die unter ein gesunkenes Schiff gezogen und dann mit Luft gefüllt wurden, das gesunkene Schiff an die Wasseroberfläche brachte.

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 auch „Stand der Technik“. Jeder kann dieses Verfahren anwenden.

Bin ich unerfahren, sehe ich nach, was ich als Patent anmelden darf und was nicht. Kann ich meine Idee als Patent anmelden, dann muss ich zunächst eine Beschreibung der 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 später stelle, müssen in der Beschreibung erkennbar sein. Da ich schon recherchiert habe, vermeide ich jede Berührung einer Patentanmeldung, die in meine Idee hineinfällt; ich konstruiere um diese bestehende Patentanmeldung herum.

Hier 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?
- Habe ich bei der Recherche etwas Annäherndes gefunden, dann muss ich es hier schon außer Kraft setzen.

- Welche Anwendungsgebiete sehe ich sonst noch?
Im Verfahren kommen die Lösungsmerkmale dazu.
- Welche Nachteile hat der Stand der Technik?
- Wo liegen die Vorteile meiner Erfindung gegenüber dem Stand der Technik?
- Welche Möglichkeiten der Gestaltung oder der Bauweise lege ich in einer Zeichnung fest?
- Wie weit bin ich mit der Entwicklung? Ist sie noch nicht abgeschlossen, stelle ich noch keine Ansprüche.
- Ist meine Erfindung eine Maschine / Vorrichtung, ein Verfahren oder ein Gebrauchsgegenstand?

Wenn ich alles zusammenhabe, beginne ich mit der Beschreibung. Nachstehend ein Muster (ein Antragsformular auf Erteilung eines Patentes siehe Anhang):

*Name und
Anschrift
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 leicht 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 aufwendig 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 dadurch 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 vorgefaltzte Papier leicht entnehmen und endgültig an den vorgefaltzten Stellen zusammenlegen.

Die erreichten Vorteile sind insbesondere in der hohen Geschwindigkeit zu sehen, mit der auch ein Ungeübter bis zu 10 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 dort, wo sie gebraucht wird, 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 Beispiel wird die Erfindung anhand eines Beispiels und mit Bezug auf die beiliegenden Zeichnungen näher erläutert, wobei die Abbildung 1 die Arbeitsweise des Vorfalzbrettes zeigt und in Abbildung 2 in Draufsicht die Erfindung als Nebenprodukt – der Computer-Mausunterlage –, die neben jedem

Computer liegt und in der Regel kaum preiswerter als das Vorfalzbrett ist. In der Abb. 1 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 Einhängscharnier 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.

In der Abb. 2 dient das Vorfalzbrett (1) als Mausunterlage neben einem Computer, auf dem die Maus (6) – Mouse – sauber bewegt werden kann.

Name und
Anschrift
des Erfinders

Seite 2

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

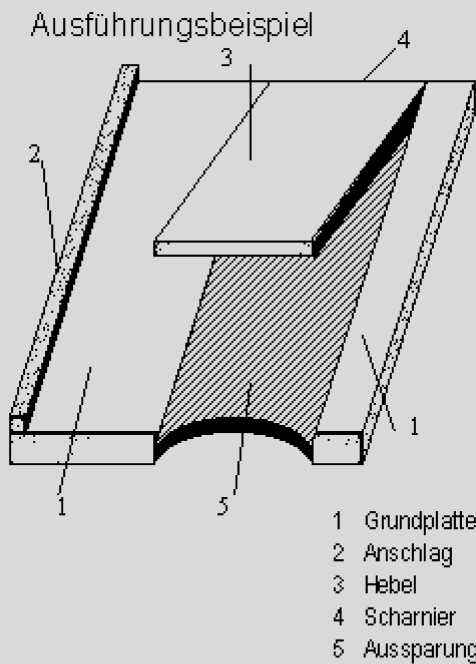
Papier wird, um es zu Faltblättern, zum Versand oder Ähnlichem auf ein bestimmtes Format zu falten, zunächst zwischen zwei durch ein Scharnier (4) miteinander verbundene Platten (1 + 3) gelegt, wobei eine die Grundplatte (1) und die zweite der Hebel (3) ist. Dann werden die beiden Platten gegeneinander 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 zusammenfalten.

Name und
Anschrift
des Erfinders

Seite 4

Zeichnung

Vorrichtung zum Vorfalzen von Papier



Merke:

- Veröffentlichung oder Ausstellung vor der Patentanmeldung ist „Stand der Technik“.
- Priorität bedeutet ein Jahr – auch kostenlos – 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.

5. Die NULL-EURO-ANMELDUNG

Wie bei jeder Patentanmeldung wird auch bei dieser Art der Anmeldung ein Antrag auf Erteilung eines Patentes gestellt.

Richtig wäre es, wenn man von einer kostenlosen Prioritätsanmeldung sprechen würde, weil mit der Anmeldung lediglich die Priorität für maximal ein Jahr erreicht wird, die dem Einreicher des Begehrens kostenlos erteilt wird. Über diese Erteilung gibt es keine Urkunde, sondern lediglich die Kopie der Anmeldung mit dem Aktenzeichen und dem Datum der Einreichung.

Wie reicht man so eine Prioritätsanmeldung ein?

Zunächst recherchiert man, wie vor jeder Anmeldung, ob es diese Erfindung schon gibt. Gibt es sie noch nicht, prüft man den Markt, ob sie sich verkaufen lässt. Dann macht man eine sehr sorgfältige Beschreibung und (wenn es der besseren Erklärung dient) eine Zeichnung sowie mindestens einen Anspruch (im Anspruch bezieht man sich auf den tatsächlichen Kern der Erfindung).

Warum das so sein muss, steht ja schon in der Beschreibung.

Die Beschreibung sollte so abgefasst sein, dass niemand durch das Auswechseln von Worten oder Begriffen um diese Erfindung herum eine neue Erfindung mit gleichem Ergebnis anmelden kann.

Hier ein Beispiel:

Beschreibung

Verfahren zur Herstellung von Glasspiegeln

Zur Herstellung eines Spiegels benötigt man eine Glasscheibe und folgende Chemikalien, die man nach der Reinigung des Glases mit destilliertem Wasser in folgender Reihenfolge auf die Glasplatte aufträgt:usw.

Ich kann auch ein Verfahren zur Herstellung von Blechspiegeln oder Kunststoffspiegeln beantragen, wobei ich das Blech oder den Kunststoff mit Alkohol oder Spiritus reinige.

Ich kann aber auch alles in einem anmelden, indem ich schreibe:

Beschreibung:

Zur Herstellung eines Spiegels benötigt man einen Träger mit glatter Oberfläche und folgende Chemikalien, die man nach der Reinigung des Trägers mit einem fettfreien Reiniger in folgender Reihenfolge auf den Träger aufträgt:usw. Ist der Träger nicht durchsichtig, wird die verspiegelte Fläche mit einer klaren, durchsichtigen und aushärtenden Substanz (z.B. Lack) überzogen.

Mit dieser Beschreibung ist praktisch jedes Material abgedeckt, mit dem ich einen Spiegel herstellen könnte. Selbst ein Material, das z. B. der Anmeldung noch nicht erfunden war. Diese Beschreibung und den Antrag auf Erteilung eines Patentes sendet man nun an das Patentamt.

Mehr macht man im Moment nicht.

Nach einigen Tagen wird eine Bestätigung des Patentamtes mit der Post kommen, das mit dem Datum der Einreichung (Prioritätsdatum) und dem Aktenzeichen versehen ist. Nach einiger Zeit bekommt man vom Patentamt die Mitteilung, dass die Patentanmeldung wegen Nichtzahlung der Gebühren als zurückgezogen gilt. Darauf wird nicht reagiert. In aller Ruhe kann man an seiner Erfindung weiterentwickeln oder einen Lizenznehmer suchen und so nach ca. acht Monaten mit einem Anwalt – oder wenn man sich das zutraut – allein erneut eine Einreichung vornehmen, die dann die Ansprüche und die Zusammenfassung enthält. In dieser 2. Anmeldung nimmt man die Priorität der ersten Anmeldung in Anspruch. Ist diese 2. Anmeldung nicht innerhalb von 12 Monaten beim Patentamt eingegangen, verfällt die Priorität und die Erfindung kann von jedem hergestellt und verkauft werden.

Merke:

Welche Art der Anmeldung Sie auch machen, es ist immer besser, wenn Sie zu einem Anwalt gehen, auch der kann diese Anmeldung vornehmen oder Ihre Anmeldung begutachten. Es sei denn, Sie haben selbst Erfahrung genug.

6. Das Exposé

Das Exposé ist für die Vermarktung wichtiger als die Vorstellung, was man für die Lizenz verlangen will. Es ist oft wichtiger als der Prototyp, mit dem man die Funktion erklären kann. Daher ist dieses Kapitel immer zu beachten, wenn ein Lizenzverkauf ansteht.

Wie ein Exposé aufgebaut werden sollte, ist strittig. Wenn bei einem Vortrag über Vermarktungsmöglichkeiten überhaupt das Exposé genannt wird, dann nur am Rande, weil es ja doch nur ein Experte weiß, wie es auszusehen hat. Ich denke, ein Exposé ist nichts weiter als eine „Verkaufsunterlage“, mit der ich mein „Produkt“ anpreise. Es gibt so viele Meinungen, wie es Experten gibt. Nur frage ich mich immer wieder, woher diese Experten ihr Wissen nehmen. In der Regel sind sie nur zufällig oder gar selbst ernannte Experten, deren Wissen nicht auf Erfahrung beruht.

Der einzige Experte, den man nennen könnte, ist der Spezialist einer Werbefirma, der von großen Firmen mit der Erarbeitung von Exposés (Verkaufsunterlagen) beauftragt wird. Nur werden diese Spezialisten niemanden die vielen kleinen Geheimnisse verraten, die ein gutes Exposé ausmachen.

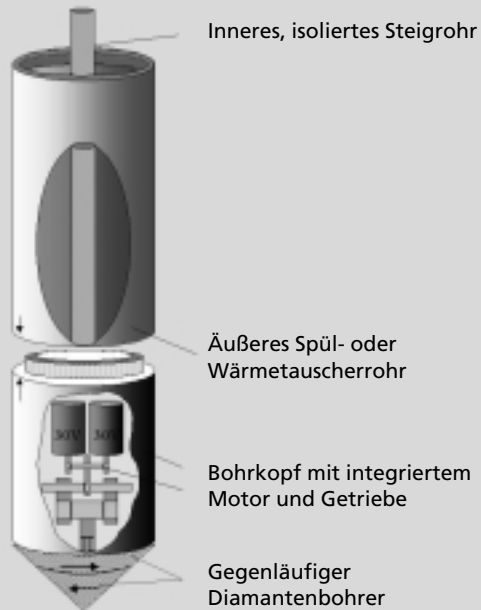
Auch würde die Aufmachung eines solchen Exposés jeden Etat eines Erfinders sprengen. Also machen wir ein einfaches, aber stichhaltiges Exposé und sagen damit alles, was wir dem Interessenten über unsere Erfindung mitteilen wollen, auch, dass wir über alles, was die Erfindung betrifft, genauestens unterrichtet sind.

Hier ein Muster eines Exposés, das den Mindestansprüchen genügt:

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 3. 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.

**Nichtdrehender
Bohrkopf mit
aufgesetzten
Kunststoffrohren**



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

Hier sei nochmals darauf hingewiesen, dass ich nur den überzeugen kann, der mit der angepriesenen Erfindung unmittelbar in seiner Firma zu tun hat.

Für diesen Bohrer, der ja auch eine Heizung ersetzen soll, kann ich mich nicht an einen Heizungsbauer wenden. Hier muss ich mich an einen Hersteller von Bohrern halten, der über die Materie nicht erst aufgeklärt werden muss. Dieser Fachmann wird mit einem Blick erkennen, wo die Schwierigkeiten sind und wie er diese bewältigen kann. Ihm muss ich nicht erklären, welche Temperatur in einer bestimmten Tiefe der Erde herrscht oder wie hoch das Risiko ist, dass beim Bohren Sand in das Bohrloch nachrutscht und sich wie ein Keil zwischen das Rohr und das Bohrloch schiebt, er weiß es. Aber auch ich muss es vorher wissen. Ein solcher Fachmann sollte sich vor die Stirn klopfen und fragen, warum nicht schon früher jemand auf diese Idee gekommen ist. Wenn man das vom Gesicht

des Fachmannes ablesen kann, dann ist das der richtige Lizenznehmer. Spätestens nach der vierten Seite, also der ersten Beschreibung, muss der Wille zum Kauf da sein.

Muster Seite 4

FAL-Bohrer-System

Tiefenbohrungen über 50 Meter sind in der Regel beim heutigen Stand der Technik kein Problem. Voraussetzung ist, dass der Bohrort sich an einer Stelle befindet, die mit einem Fahrzeug, beladen mit Metallrohren, dem Bohrturm mit dem nötigen Getriebe und Motor erreichbar ist und der Auftraggeber die sehr teure Bohrung amortisieren kann.

Mit dem hier vorgestellten FAL-Bohrer spielen die o.g. Voraussetzungen nur noch eine untergeordnete Rolle, da der Aufwand und der Preis sich bis zu 90% senken lassen. Der „Bohrturm“ besteht lediglich aus einer weniger als einen Meter hohen Halterung, einem Bohrkopf aus Metall, an dessen Spitze der Diamantbohrer angebracht ist, der von einem im Bohrkopf untergebrachten Getriebe und Elektromotor angetrieben wird.

Die schweren Metallrohre, mit denen bisher die Bohrer gedreht wurden, sind beim FAL-Bohrer durch leichte Kunststoffrohre ersetzt, da sie nicht mehr als „Antriebswellen“ benutzt werden. Beim Bohren dreht sich lediglich der Bohrer. Alles darüber sackt beim Bohren lediglich nach. Ein kleiner Elektromotor, elektronisch gesteuert, genügt, um den Bohrer im Erdreich zu drehen.

Bei Tiefen über 50 m ist der Arbeitsaufwand und damit der Preis, den Bohrkopf herauszuholen, größer als der des Bohrkopfes. Daher kann dieser nach der Bohrung im Erdreich belassen werden.

Um aus dem Bohrloch, das bei seiner Erstellung schon mit einem Rohr ausgestattet wird, einen Wärmetauscher zu machen, sind lediglich die Spülgänge von den Rohren zum Bohrkopf abzudichten.

Zur Förderung von Wasser bleiben diese offen.

Wenn Ihr Interessent nun die Seite umschlägt, um die nächste Seite zu lesen, dann ist er gefangen. Auf dieser Seite müssen Sie das, was auf der vorhergehenden Seite stand, nur noch untermauern. Hier muss alles hinein, was der Bohrer kann. Seine Vorteile sind voll auszuspielen. Die Begeisterung muss von Absatz zu Absatz steigen.

Muster Seite 5

FAL-Bohrer als Erdwärmetauscher

Die Zielsetzung eines jeden Heizungsbauers ist die Herstellung eines Heizsystems, das sich gegenüber dem Mitbewerber durch geringeren Energieverbrauch auszeichnet.

Mit dem FAL-Bohrer ist es erstmals möglich, die Erdwärme in jeder geographischen Region als vollwertiges Heizsystem bei Boden- oder Wandheizungsanlagen einzusetzen. Der Aufwand zur Inbetriebnahme ist nicht aufwendiger als der einer normalen Heizung.

Da sich der FAL-Bohrer aus bekannten, beherrschten Techniken zusammensetzen lässt, sind technische Risiken so gut wie ausgeschlossen.

Die Entwicklungszeit bis zur Serienreife liegt ausschließlich in der Entwicklungszeit der Diamantbohrspitze, die die Standfestigkeit für Bohrungen in derartige Tiefen haben muss. Da aber auch diese Technik bekannt ist, birgt die Technik kaum Risiko.

Der Markt für diesen FAL-Bohrer ist kaum zu übertreffen, da nicht nur jedes in unseren Breiten neu errichtete Haus eine Heizung benötigt, sondern in jedes alte Haus in der Regel nach 10 bis 12 Jahren eine neue Heizung eingebaut wird. Das sind allein in Europa innerhalb von 10 bis 12 Jahren 6- bis 7-stellige Aufträge.

Der FAL-Bohrer ist patentrechtlich abgesichert. Da kein annähernd ähnliches Verfahren oder Bohrer bekannt ist, ist ein Wettbewerb mit Mitbietern in den ersten 20 Jahren ausgeschlossen. Es ergibt sich zwangsweise ein Markenname und Wettbewerbsvorsprung, der für lange Zeit uneinholbar erscheint.

Da der FAL-Bohrer ein Heizsystem ermöglicht, das nach seiner Installation ohne jegliche Kosten ein Haus beheizen kann und die Kosten des FAL-Bohrers sich innerhalb von 10 bis 15 Jahren amortisieren, ist er konkurrenzlos und lässt sich mit keiner bekannten Heizung vergleichen.

Das Rohr des FAL-Bohrers lässt sich problemlos an jede vorhandene Fußboden- oder Wandheizung anschließen, was bei Altbauten eine Ergänzung bedeutet.

Im Hinblick auf die verwendeten Materialien, die verrottungsfrei sind, ist auch die Lebensdauer mit keinem anderen Heizsystem zu vergleichen. Hinzu kommt, dass es sich um ein geschlossenes Heizsystem handelt, dessen Wasserkreislauf schon nach wenigen Tagen jegliche Aggressivität gegenüber Metallen und Kunststoffen verloren hat.

Die Anwendungsbreite des FAL-Bohrers ist nicht auf den Heizungsbau als Erdwärmetauscher begrenzt. So kann der FAL-Bohrer auf breiter Basis bei allen Bohrungen eingesetzt werden, die zur Förderung vorgesehen sind. Hier zeichnen sich zudem das Gewicht und die Ausmaße der Bohranlage aus, die es ermöglichen, in unwegsamen Regionen z.B. nach Wasser zu bohren.

Ein nicht unerheblicher Vorteil ist, dass der FAL-Bohrer beim Bohrvorgang unbeaufsichtigt sein kann. Eine Person könnte theoretisch mehrere Bohrungen im näheren oder weiteren Umkreis beaufsichtigen.

Nun folgt in meinem Exposé der Vermarktungswert. Hier muss das, was der Interessent auf den vorderen Seiten las, mit statistischen Zahlen untermauert werden. Nichts ist schlimmer als falsche Zahlen. Die Zahlen bekommen Sie aus dem Internet, von Verbänden oder dem Statistischen Bundesamt, durch eigene Recherchen auf Messen, Befragungen von Bekannten, in diesem Fall Eigenheimbesitzern, Heizungsbauern usw. Haben Sie die Gelegenheit, auf Messen die Erfindung vorzustellen, machen Sie sich einen Block für die Gespräche zurecht, in dem Sie

vorgefasste Fragen nur nach der Antwort ankreuzen müssen, und werten diese später aus. Oft kommen Sie schon nach wenigen Fragen auf den endgültigen Stand Ihrer Statistik, und wenn Sie diese sorgfältig führten, stimmt sie auch.

Muster Seite 7

Vermarktungswert

Der Vermarktungswert des FAL-Bohrers lässt sich einfach berechnen.

Er ist der einzige Bohrer, der nicht über das Bohrgestänge angetrieben wird und beim Bohren nicht ständig durch besonderes Personal beaufsichtigt werden muss.

Seine Einsatzgebiete sind praktisch unbegrenzt und benötigen nur geringe Energie, so dass eine Bohrung sowohl vom Keller eines Hauses als auch im Gebirge vorgenommen werden kann.

Der FAL-Bohrer ist so preiswert, dass sich ein aufwendiges Herausholen nach der Bohrung nicht lohnt, da dieses teurer ist als der Bohrkopf.

Die Einsatzgebiete erhöhen sich gegenüber herkömmlichen Bohrern durch die Nutzbarmachung der Erdwärme für jedes Haus, ohne das Grundwasser zu beeinflussen.

Wegen seiner Konkurrenzlosigkeit und des Einsatzes als Wärmetauscher kann der Markt selbst bei vorsichtiger Einschätzung, die sich aus der Befragung von 500 Hausbesitzern und Heizungsmon-teuren auf den Erfindertagen NRW und der Handwerksmesse NRW ergibt, innerhalb von 10 bis 12 Jahren fortlaufend auf eine ein- bis zweistellige Millionenhöhe angesetzt werden. Bei einem Verkaufspreis um EUR 30'000,00 pro FAL-Bohrer zeichnet sich ein Jahresumsatz ab, der die Milliardengrenze übersteigen dürfte.

Die Bedeutung im Hinblick auf die Umwelt und den volkswirtschaftlichen Nutzen ist in Zahlen kaum berechenbar.

Auf Messen oder Ausstellungen erfahren Sie auch, wer die Erfindung vermarkten könnte, wenn Sie nur die Ohren offen halten. Nehmen Sie ruhig jeden Vorschlag in Ihren Block auf. Selbst wenn Sie diese nicht verwerten können, so bringt Sie der eine oder andere Vorschlag oder Tipp auf eine gute Idee.

Notieren Sie den Beruf und die Dauer des Gespräches. Aus dem Beruf erkennen Sie bei einer Häufung die Branche, die für die Vermarktung in Frage kommt. Aus der Dauer des Gespräches ersehen Sie das Interesse der Branche.

Muster Seite 8

Vermarktung

Für die Vermarktung des FAL-Bohrers gibt es den Weg über den Fachhandel der Bohrfirmen und den Fachhandel der Heizungsbaufirmen.

Aufgrund der einfachen Handhabung kann jeder handwerklich geschickte Mensch im Keller des eigenen Hauses einen FAL-Bohrer installieren und eine Bohrung ausführen, so dass sich weitere Wege der Vermarktung ergeben.

- Fertigbauunternehmen,*
- Fachmärkte,*
- Baumärkte,*
- Heizungsinstallateure,*
- Firmen, die sich auf diese Art der Bohrung und den Versand ab Herstellerfirma über Anzeigenschaltung spezialisieren,*
- Vermietung durch Verkauf von Wärmeeinheiten.*

Eine Steigerung der Vermarktung könnte erreicht werden, indem Firmen die FAL-Bohrung vornehmen und die gewonnene Energie nach Wärmeeinheiten wie Strom abrechnen.

Diese Art des Verkaufs von Energie kann auch von Vermietern an Mieter erfolgen.

Wenn Sie die nächste Seite des Exposés in Angriff nehmen, haben Sie allein mit dieser Seite ein Stück Arbeit geleistet. Nicht jede Auskunft wird am Telefon erteilt, Firmen geben Preise oft nur an autorisierte Fachhändler heraus. Oft lasse ich mir für die Herstellung meiner Erfindung gestaffelte Angebote machen, die ich detailliert aufgeführt haben möchte. Mit solchen Angeboten kann man bei Verhandlungen „wedeln“.

Für ein Lizenzgespräch ist es nutzbringend, wenn Sie die einzelnen Preise für bestimmte Konstruktionsteile (sofern vorhanden) einzeln aufführen.

Kommen Sie mit einem Preis in die Branche des Interessenten, dann muss dieser Preis stimmen (lieber zu hoch als zu niedrig).

Muster Seite 9

Kosten der Anlage

Die Kosten der Anlage berechnen sich wie folgt:

<i>Diamantbohrer</i>	<i>2 200,- EUR</i>
<i>Bohrkopf mit Getriebe und Motor</i>	<i>990,- EUR</i>
<i>Spülwasserpumpe mit Sieb und Filter</i>	<i>935,- EUR</i>
<i>Elektronik, Schläuche und Nebenteile</i>	<i>1 320,- EUR</i>
<i>Außenrohr, 400 m</i>	<i>14 600,- EUR</i>
<i>Innenrohr, 400 m, isoliert</i>	<i>9 900,- EUR</i>

Gesamt **29 945,- EUR**

Alle Preise Juni 2002, +/- 10 %, plus MwSt.

Sofern Entwicklungskosten anfallen, sollten Sie vorsichtig sein. Auf der einen Seite können diese dem Interessenten einen Schock versetzen, auf der anderen Seite kann er mit dem zweiten Blick feststellen, dass es teurer wird. Beides ist für die Verhandlungen schädlich. Wenn Sie nicht absolut sicher sind, dass diese Kosten stimmen oder ob es nötig ist, die Entwicklungskosten überhaupt aufzuführen, dann lassen Sie die folgende Seite besser ungeschrieben.

Entwicklungskosten

Die jetzt bekannten Entwicklungskosten eines FAL-Bohrers setzen sich aus der Entwicklung des Diamantbohrers und der Rohre zusammen.

Um den Bohrer serienreif zu entwickeln, bedarf es voraussichtlich 20 Bohrungen.

Der Preis jeder Bohrung setzt sich aus einem FAL-Bohrer und dem Arbeitslohn zusammen.

Die durchschnittliche Bohrzeit kann mit 300 Std. à 50,- EUR angegeben werden.

Daraus ergibt sich ein Mittel von 15000,- EUR pro Bohrgang x 20 Bohrungen. Hinzu kommen die Entwicklungskosten, die sich aus Lohn und Materialkosten zu je 50 % zusammensetzen und mit ca. 200000,- EUR festzusetzen sind, wobei die Gesamtkosten der Entwicklung bei 500000,- EUR angesetzt werden können.

Aufgrund der Resonanz auf der Handwerksmesse NRW in Köln und der Bereitschaft der Bauunternehmer, dieses Heizsystem im Fertigbau sofort zu übernehmen, dürften sich die Entwicklungskosten in weniger als einem Jahr amortisieren.

Auf der letzten Seite geben Sie lediglich den Erfinder bzw. den Namen und die Anschrift mit allen erreichbaren Telefonnummern an.

Muster Seite 11

Ansprechpartner:

Erfinder:

Merke:

- Das Exposé ist oft wichtiger als der Prototyp.
- Spätestens nach der Beschreibung muss beim Interessenten der Wille zum Kauf geweckt sein.
- Nichts ist schlimmer als falsche Zahlen.
- Vorher den Ansprechpartner in einer Firma ausfindig machen.

7. Verhandeln lernen

Wenn zwei Menschen verhandeln, geht es in unserem Fall um den Verkauf oder den Kauf einer Lizenz. Der Verhandlungspartner, der etwas erreichen will, ist gegenüber dem, der ihm durch Kauf oder Verkauf dazu verhelfen soll, im Nachteil. Kommt ein Interessent zu mir, um von mir die Lizenz zu kaufen, bin ich im Vorteil. Biete ich jemandem die Lizenz zum Kauf an, bin ich im Nachteil. Ist einer der Partner dem anderen überlegen, neigt er in der Regel dazu, den Schwächeren unter Druck zu setzen.

Da ich in der Regel anbiete, stehe ich auf der schwächeren Seite. Um meine Position zu verbessern, versuche ich die Schwächen meines Verhandlungspartners zu finden. Diese können nur in der Firma liegen. Es ist unerlässlich, über die Firma gut informiert zu sein. Von besonderem Interesse ist, ob sie dringend ein neues Produkt benötigt, um Arbeitsplätze zu erhalten. Manchmal hat sich die Situation der Firma geändert, was ich jedoch erst erfahre, wenn ich in der Verhandlung sitze.

Schlagartig wird sich dadurch meine Position ändern, zum Guten oder zum Schlechten. Ich muss mich also darauf vorbereiten, neue Gegebenheiten schnell zu begreifen und sofort in meiner Argumentation zu berücksichtigen. Diese Flexibilität ist wichtig, wenn sich meine Situation nicht verschlechtern soll.

Vor einer Verhandlung kann man verschiedenste Situationen durchspielen und sich so gut vorbereiten. Ich darf niemals den Eindruck erwecken, dass ich nun unbedingt die Lizenz verkaufen muss. Jede Geste, jedes Wort kann den Eindruck erwecken, dass ich nur mein Ziel erreichen will. Ich muss also vor der Verhandlung meine innere Einstellung so ordnen, dass ich niemals Gefahr laufe, durch aggressive oder defensive Maßnahmen meinen Erfolg aufs Spiel zu setzen.

Ich muss aber auch beobachten, ob bei meinem Verhandlungspartner derartige Situationen auftreten. Das bringt mich in einen Vorteil, den ich dann nicht ausnutzen sollte. Bemerkt mein Verhandlungspartner, dass ich seine Schwäche erkenne, kann er mit Trotz reagieren. Druck erzeugt Gegendruck. Da der strategische Aufwand oft in keinem realistischen Verhältnis zum Wert des gesetzten Zieles steht, sollte man diesen Aufwand nicht übertreiben. Die Verhandlungsstrategie sollte nicht zum Selbstzweck werden.

Ich muss sehr schnell erkennen, ob sich bei meinem Verhandlungspartner das Interesse gesteigert hat oder ob er es verliert.

Ich muss schnell aus der Verhandlung aussteigen können, wenn ich die Sinnlosigkeit erkenne. Das kann, wenn ich es in einem frühen Stadium erkenne, in vielen Fällen eine Wende herbeiführen.

Ich versuche niemals, jemanden zu überzeugen, ich versuche immer, die Überzeugung des Interessenten zu vergrößern.

Ich zeige selbst Begeisterung. Habe ich aber im Verhandlungspartner Unlust erzeugt, muss ich auch diese sofort erkennen. Je mehr Zeit das Erkennen in Anspruch nimmt, je mehr Energie muss ich aufwenden, um doch noch mein Ziel zu erreichen.

Erkenne ich Desinteresse, muss ich innerhalb meines Spielraumes das Angebot so ausweiten und überzeugend darlegen, dass mein Verhandlungspartner seinen Vorteil schnell erkennt. Lehnt man trotzdem ab, versuche ich gefasst die Gründe der Ablehnung zu erfahren. Wer fragt, bekomme Antworten. Sind die Antworten schlecht, bemerke es nicht nur ich.

Ich mache ständig Inventur. Wenn ich bemerke, dass ich auf größere Unlust stoße, beende ich selbst die Verhandlung. Ich habe dann zwar mein Ziel nicht erreicht, habe aber auch keine Niederlage erlitten und kann mit den Ergebnissen in die nächste Verhandlung gehen. Ist mein „Gegner“ interessiert und greift zu unfairen Kampfmaßnahmen, muss ich mich analytisch damit auseinandersetzen und weiter strategisch geschickt vorgehen. Ist ein Punkt erreicht, an dem ich vor der Unterzeichnung des Lizenzvertrages stehe, werde ich nicht ungeduldig. Ich lasse den „Partner“ zuerst unterzeichnen oder den Termin zur Unterzeichnung bestimmen.

Sollte der Vertrag dann doch nicht unterzeichnet werden, ist das auch kein Unglück, ein Unglück wäre es, wenn er unterzeichnet würde und der Vertrag dann nicht eingehalten wird. Nur von einem Punkt lasse ich mich niemals abbringen; die ab einem Zeitpunkt garantierte Mindestlizenzgebühr pro Jahr. Diese Gebühr muss realistisch sein und sich am Markt realisieren lassen. Diese Summe muss aber auch die Summe widerspiegeln, die der Lizenznehmer in eben dieser Zeit einstreichen kann.

Merke:

- Wer ist im Nachteil?
- Selbst Begeisterung zeigen.
- Keinen Druck ausüben.
- Informationen über Interessenten einholen.
- Sinnlosigkeit der Verhandlung sofort erkennen.
- Die Gründe der Ablehnung erfragen.
- Ständig Inventur der Verhandlung durchführen.
- Vorsichtig beim Fordern einer bestimmten Lizenzgebühr.

8. Der Lizenzvertrag

Wirklich brauchbare Lizenzverträge, die man auch ein wenig ändern kann, sind selten in Büchern zu finden. Ich halte es auch nicht für besonders geeignet, einen Vertrag ohne einen Anwalt zu unterzeichnen, wenn man nicht die geringste Erfahrung hat.

Andererseits lernt man aus Fehlern und nicht immer hat man eine Erfindung, für die sich der Aufwand lohnt. Für solche Erfindungen ist mein Lizenzvertragsvorschlag sicher geeignet.

Ich habe mit diesem Vertrag (mit Änderungen, die auf die Erfindung zugeschnitten waren) bereits vier Lizenzen vergeben. Er ist fair und beinhaltet das Wesentliche.

Ein Mustervertrag, den man nach den Bedürfnissen ändern kann, ist im Anhang zu finden.

9. Überwachung der Lizenzzahlungen

§ 7 Abs.1 – 3 des Lizenzvertrages

Abrechnungs-Datum	verkaufte Stückzahl	Lizenzgebühr laut Rechnung	gezahlte Gebühr	Eingangsdatum auf dem Konto

Sollte der Lizenznehmer nicht der Hersteller sein, wenn die Erfindung also von einer anderen Firma im Auftrag des Lizenznehmers oder Ihrem eigenen Auftrag hergestellt wird, sollten Sie auch die Stückzahl überwachen. Das können Sie, wenn Sie im Lizenzvertrag einbringen, dass der Lizenznehmer verpflichtet ist, Ihnen Kopien der Bestellungen zuzusenden.

Diese Überwachung gibt Ihnen immer einen genauen Überblick.

10. Die Früchte der Erfindungen

Wer einmal die Überwachungsliste gezeichnet hat, wird den Weg bis zu dieser Liste niemals vergessen. Es ist ein Sieg, der sich nur mit den ganz großen Siegen im Sport vergleichen lässt. Das Zielband ist die Unterzeichnung des Lizenzvertrages oder des Verkaufsvertrages eines Patentes. Es ist nicht nur der erste Vertrag, der einen Erfinder auf die Wolke des Erfolges hebt, es ist bei jedem Vertrag ein neuer Sieg, weil zwischen den Siegen die Niederlagen stehen.

Ich schrieb schon, dass man sich von Verwertungsunternehmen die jüngsten Vermarktungserfolge zeigen lassen soll, weil nur diese zählen. So zählen sie auch beim Erfinder. Selbst wenn man mehrere Dutzend Erfindungen vermarktet hat, hat jede Vermarktung ihre eigene Geschichte. So habe ich fast ein Jahr damit verbracht, das vorne abgebildete Falzbrett zu vermarkten. Jeder, der es sah, wollte es haben, aber niemand wollte es produzieren und vermarkten. Ich habe alle Möglichkeiten, wie ich sie vorne beschrieb, ausgeschöpft und kam einfach nicht zu einem Ziel. Eigentlich hatte ich mich schon damit abgefunden, nochmals selbst – wie bei den Fadenbildern – zum Produzenten zu werden oder es aufzugeben.

Doch es kam mal wieder anders.

Als ich mit dem Falzbrett wieder auf einer Ausstellung war und es den interessierten Menschen vorführte und jeder begeistert war, sprach mich ein Vermarkter an, den ich schon 22 Jahre kenne. Da er sich aber in der Regel nur mit Erfindungen rund ums Auto beschäftigte, hatte ich diesem die Erfindung nie angeboten, was, so stellte ich fest, kein Verstoß gegen meine Vermarktungsstrategie war.

Dieser Bekannte kam also zu mir und sagte: „Warum kannst du das nicht verkaufen?“ Ich musste ihm gestehen, dass ich es nicht wusste, weil jeder, dem ich es angeboten hatte, andere Ablehnungsgründe nannte. Und dieser Bekannte schmunzelte und sagte: „Vielleicht lässt es sich ja wirklich nicht verkaufen, aber ich würde dir zehntausend Mark für das Patent zahlen.“

Ich sah in sein schmunzelndes Gesicht und erkannte mit all meiner Erfahrung, dass er mich auf den Arm nehmen wollte. Meine Antwort konnte also nicht anders lauten als: „... dann verbrenne ich es lieber.“

Einen Tag später waren wir wieder in ein Gespräch verwickelt und wieder sagte er mir: „Hör mal, ich würde das Patent nicht verbrennen, Zehntausend sind doch viel Geld.“ Da er wieder schmunzelte, war ich auch wieder der festen Überzeugung, dass er mich auf den Arm nehmen wollte, und ich entgegnete ihm mit den gleichen Worten wie tags zuvor, dass ich das Patent dann lieber verbrenne. Und so war es auch wieder am dritten Tag. Nur, ich sagte zusätzlich, dass er doch endlich aufhören solle, mich auf den Arm zu nehmen. Der bekannte Vermarkter sah mich an und fragte: „Würdest du ein Angebot von Zehntausend bar auf die Hand wirklich ablehnen?“

In meinem Kopf rasten die Gedanken. Ich durfte jetzt keinen Fehler machen. Ich erkannte, dass etwas Lauerndes in der Stimme des Vermarkters war. Wollte er die Erfindung wirklich für Zehntausend kaufen? Hatte er wirklich Interesse?

Ich schaltete um auf „Strategie X“ (lächelnd eine zu hohe Forderung stellen, um später sagen zu können, dass es ein Scherz war) und sagte: „Zehntausend ja, aber als Mindestzahlung pro Jahr und pro hergestelltes Stück soundsoviel %.“ Wenn er also wirklich Interesse hat, so dachte ich, ist das ein Angebot, das ihn nun aus der Reserve locken muss. Wenn nicht, so wird er sich sicher schmunzelnd aus der Situation ziehen und ich hatte mein Gesicht nicht verloren. Gegen alle Erfahrung handelte er nicht so, wie ich es erwartete. Er zog sich auch nicht aus der Situation, er hielt mir die Hand hin und fragte: „Wann machen wir den Vertrag?“ Da ich noch in anderen Lizenzverhandlungen war, in denen es um größere Summen ging, trafen wir uns erst zwei Wochen später in seinem Büro in Köln.

Ich wollte natürlich wissen, warum dieser Vertrag auf so eine, in kein Schema passende Art und Weise zustande gekommen war. Er hatte das Falzbrett zwar gesehen und war selbst begeistert, aber er hatte nie ein Exposé in Händen gehabt, aus dem er die Kosten, den Markt oder sonstige Schlüsse hätte ziehen können.

Nie hatte ich eine Erfindung ohne ein hieb- und stichfestes Exposé verkaufen können. Also, so dachte ich immer wieder in den zwei Wochen, gibt es auch hier Ausnahmen. Und so fragte ich nach den Beweggründen, die ihn zum Kauf der Lizenz führten. Was jetzt kam, hatte ich nicht erwartet. Auf dem Stand, auf dem das Falzbrett ausgestellt war, lagen nicht nur die Handzettel zum Falzbrett, sondern zufällig auch ein

einzelnes Exposé, das der Vermarkter unter den Handzetteln herausgezogen hatte. Dieses Exposé hatte er genau studiert und war von meinen Vermarktungsvorschlägen, Preisen und den Einsatzmöglichkeiten so überzeugt, dass er das Falzbrett 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 zu einem so hohen Preis bereit.

Ich hatte also wieder einen echten Sieg errungen und nicht einen Erfolg aus Zufall. Sicher gibt es auch Zufälle, aber was zählt, sind die echten Siege, die man durch eine Strategie herausholt, wie der Sportler, der seine Kräfte strategisch einteilt, um zum Sieg zu kommen.

Dieser Lizenzverkauf zeigte doch wieder, wie wichtig es ist, auf neue Situationen schnell und richtig zu reagieren. Nicht nur die Präsentation war gut, auch das Exposé, meine Ablehnung bei einem schlechten Angebot, die richtige Forderung, von der ich in dieser Situation ohne Rückzugsverlust hätte abweichen können, und natürlich das Glück, das ich in diesem Buch noch nicht erwähnt habe. Das Glück, das in diesem Fall darin bestand, dass unter den Handzetteln ein Exposé lag, das sich beim Einpacken dort verirrt hatte und das der Vermarkter vor jedem anderen Besucher entdeckte und durchlas.

Während ich diese Zeilen schreibe, wird die Form für das Falzbrett von der Firma hergestellt, dessen Angebot ich schon vor einem Jahr einholte. Diese Firma lieferte ca. drei Monate nach Unterzeichnung des Lizenzvertrages die erste Serie an Falzbrettern zu dem Preis, der in meinem Exposé als Herstellerpreis angegeben war.

Und wenn es nicht so wichtig wäre, würde ich nicht erwähnen, dass ich einen Monat später die erste Eintragung in die Lizenz-Überwachungsliste vornahm. Diese Eintragung bereitete mir eine besondere Freude, da es um eine Erfindung ging, deren Vermarktung ich schon halb aufgegeben hatte. Aufgegeben, weil ich nach einem Jahr der vergeblichen Vermarktung einen Strich ziehe und mich nicht in eine Erfindung verliebe, um dann gutes Geld in eine nicht vermarktete Erfindung zu stecken.

Welcher Geschäftsmann „schleppt“ einen Ladenhüter von Jahr zu Jahr mit, obwohl er den Platz für einen gängigen Artikel benötigt?

Anhang

Antrag auf Erteilung eines Patentes

	An das Deutsche Patent- und Markenamt 80297 München	DEUTSCHES PATENT- UND MARKENAMT	
(1) In der Anschrift, Straße, Haus-Nr. und ggf. Postfach angeben Vordruck nicht für PCT-Verfahren verwenden s. Rückseite	Sendungen des Deutschen Patent- und Markenamts sind zu richten an:		Antrag auf Erteilung eines Patents
			1
	<input type="checkbox"/> TELEFAX vorab am		Aktenzeichen (wird vom Deutschen Patent- und Markenamt vergeben)
	(2) Zeichen des Anmelders/Vertreters (max. 20 Stellen)	Telefon des Anmelders/Vertreters	Datum
	(3) Der Empfänger in Feld (1) ist der <input type="checkbox"/> Anmelder <input type="checkbox"/> Zustellungsbevollmächtigte <input type="checkbox"/> Vertreter		
	ggf. Nr. der Allgemeinen Vollmacht		
(4) nur auszufüllen, wenn abweichend von Feld (1) Handelsregisternummer nur bei Firmen anzugeben	Anmelder Vertreter		
	<input type="checkbox"/> Der Anmelder ist eingetragen im Handelsregister Nr. _____ beim Amtsgericht _____		
(5) soweit bekannt (7) s. auch Rückseite	(5) Anmeldercode-Nr.	Vertretercode-Nr.	Zustelladressecode-Nr.
			ABT ERF
(6) s. auch Rückseite IPC-Vorschlag ist unbedingt anzugeben, sofern bekannt	Bezeichnung der Erfindung		IPC-Vorschlag d. Anmelders
(8) Erläuterung u. Kostenhinweise auf der Rückseite	Sonstige Anträge		Aktenzeichen der Hauptanmeldung (des Hauptpatents)
	<input type="checkbox"/> Die Anmeldung ist Zusatz zur Patentanmeldung (zum Patent)		→
	<input type="checkbox"/> Prüfungsantrag : Prüfung der Anmeldung mit Ermittlung der öffentlichen Druckschriften (§ 44 Patentgesetz)		
	<input type="checkbox"/> Rechercheantrag : Ermittlung der öffentlichen Druckschriften ohne Prüfung (§ 43 Patentgesetz)		
	<input type="checkbox"/> Aussetzung des Erteilungsbeschlusses auf _____ Monate (§ 49 Abs. 2 Patentgesetz) (Max. 15 Mon. ab Anmelde- oder Prioritätstag)		
(9) s. auch Rückseite	Erklärungen		Aktenzeichen der Stammanmeldung
	<input type="checkbox"/> Teilung/Ausscheidung aus der Patentanmeldung		→
	<input type="checkbox"/> an Lizenzvergabe interessiert (unverbindlich)		
	<input type="checkbox"/> Nachanmeldung im Ausland (absichtlich) (unverbindlich)		
	(9) Inländische Priorität (Datum, Aktenzeichen der Voranmeldung) <input type="checkbox"/> Ausländische Priorität (Datum, Land, Aktenz. der Voranmeldung; vollständige Abschrift(en) der ausländischen Voranmeldung beifügen)		
(10) Erläuterung und Kostenhinweise s. Rückseite	Gebühreuzahlung Höhe von _____ EUR		
	<input type="checkbox"/> Einzugsmächtigung <input type="checkbox"/> Überweisung (nach Erhalt der Empfangsbescheinigung) <input type="checkbox"/> Abbuchung von meinem/unserem Abbuchungskonto bei der Dresdner Bank AG, München		
	Abbuchungsauftrag (V 1244) ist beigefügt		
	Wird die Anlagegebühr nicht innerhalb von 3 Monaten nach dem Tag des Eingangs der Anmeldung gezahlt, so gilt die Anmeldung als zurückgenommen!		
(11) Anlagen 1-7 jeweils 3-fach s. auch Rückseite	(12) Unterschrift(en)		
	Nur von der Annahmestelle auszufüllen: Diese Patentanmeldung ist an 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 des Gebühren-codes (s. Rückseite zu Feld (10)) zu vermerken.		
	<input type="checkbox"/> Bei Abbuchung bzw. Einzugsmächtigung: V 1244, A 9507 bzw. Doppel an Zahlistelle gesandt.		Bitte beachten Sie die Hinweise auf der Rückseite der zurückgehaltenen Antragsdurchschrift
	<input type="checkbox"/> Die genannten Anlagen sind vollständig eingegangen.		
	<input type="checkbox"/> Folgende o.a. Anlagen fehlen:		

Das Formular kann unter www.dpma.de/formulare/p2007e.pdf abgerufen werden.

Kostenhinweise

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 Rechercheantrag 150 €
 - ohne Rechercheantrag 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/formulare/allgemein.html (Formular A 9510) abrufen.

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 Nettoverkaufsbetrag des Vertragsgegenstandes. Unter Nettoverkaufsbetrag 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 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 Nachfoljahres 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 Ein-

zelen 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 % 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 Löschanträge 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 Vertragsverhältnisses 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

Recherchestellen in Deutschland

Deutsche Patentinformationszentren und Patentinformationsstellen

- Aachen Rheinisch-Westfälische
Technische Hochschule Aachen
Bibliothek
Patentinformationszentrum
Jägerstraße 17–19
52066 Aachen
Tel. (0241) 80 94 480 oder 80 93 601
Fax (0241) 80 92 239
E-Mail: piz@bth.rwth-aachen.de
www.bth.rwth-aachen.de/piz.html
- Berlin Deutsches Patent- und Markenamt
Technisches Informationszentrum Berlin
Gitschiner Straße 97
10969 Berlin
Tel. (030) 25 992-220/221
Fax (030) 25 992-404
www.dpma.de
- Bielefeld Patent- und Innovations-Centrum Bielefeld (PIC) e.V.
Nikolaus-Dürkopp-Straße 11
33602 Bielefeld
Tel. (0521) 96 50 50
Fax (0521) 96 50 519
E-Mail: info@pic-bielefeld.de
www.pic-bielefeld.de
- Bremen Hochschule Bremen
Patent- und Normen-Zentrum
Neustadtswall 30
28199 Bremen
Tel. (0421) 59 05 22 25
Fax (0421) 59 05 26 25
E-Mail: ries@hs-bremen.de
[www.hs-bremen.de/deutsch/seiten.asp?
SeitenID=721](http://www.hs-bremen.de/deutsch/seiten.asp?SeitenID=721)

- Chemnitz Technische Universität Chemnitz
Patentinformationszentrum
Bahnhofsstr. 8
09111 Chemnitz
Tel. (0371) 53 11 880
Fax (0371) 53 11 890
E-Mail: piz@bibliothek.tu-chemnitz.de
www.bibliothek.tu-chemnitz.de/piz/
- Darmstadt Technische Hochschule Darmstadt
Hessische Landes- und Hochschulbibliothek
Patentinformationszentrum
Schöffersstraße 8
64295 Darmstadt
Tel. (06151) 16 54 27, 16 55 27
Fax (06151) 16 55 28
E-Mail: info@main-piz.de
www.main-piz.de
- Dortmund Universitätsbibliothek Dortmund
Informationszentrum Technik und Patente
Vogelpothsweg 76
44227 Dortmund
Tel. (0231) 75 54 014
Fax (0231) 75 69 02
E-Mail: recherche@itp.ubdo.de
www.itp-ubdo.de
- Dresden Technische Universität Dresden
Patentinformationszentrum
Nöthnitzer Straße 60
Flachbau 46
01187 Dresden
Tel. (0351) 4 63-3 27 91
Fax (0351) 4 63-3 71 36
E-Mail: pizkluge@rcs.urz.tu-dresden.de
www.tu-dresden.de/piz

- Halle/Saale mipo gmbh Halle (Saale)
mitteldeutsche informations
patent online service gmbh
Patentinformationszentrum
Rudolf-Ernst-Weise-Straße 18
06112 Halle (Saale)
Tel. (0345) 29 39 830
Fax (0345) 29 39 840
E-Mail: andrick@mipo.hal.uunet.de
www.mipo.de
- Hamburg Handelskammer Hamburg
Innovations- und Patent-Centrum (IPC)
Börse, Adolphsplatz 1
20457 Hamburg
Tel. (040) 36 13 82 49
Fax (040) 36 13 82 70
E-Mail: michael.kuckartz@hk24.de
www.hamburg.ihk24.de/share/ipc
- Hannover Universitätsbibliothek Hannover und
Technische Informationsbibliothek
Patente-Informationen-Normen (UB/TIB, PIN)
Welfengarten 1 B
30167 Hannover
Tel. (0511) 762 34 15
Fax (0511) 762 1 91 30
E-Mail: patents@tib.uni-hannover.de
www.tib.uni-hannover.de
- Hof LGA
Technisches Informations-Zentrum (TIZ)
Fabrikzeile 21
95028 Hof
Tel. (09281) 73 75 55
Fax (09281) 73 75 90
E-Mail: horh@lga.de
www.lga.de/deutsch/i/tiz-ho.htm

Ilmenau Technische Universität Ilmenau
Patentinformationszentrum und Online-Dienste
(PATON)
Langewiesener Straße 37
98693 Ilmenau
Tel. (03677) 69 45 10
Fax (03677) 69 45 38
E-Mail: paton@tu-ilmenau.de
www.patent-inf.tu-ilmenau.de

Jena Friedrich-Schiller-Universität Jena
Patentinformationsstelle
Datenbankdienste
Kahlaischestraße 1
07740 Jena
Tel. (03641) 94 70 20, 94 70 21, -24, -25
Fax (03641) 94 70 22
E-Mail: patmail@rz.uni-jena.de
www.uni-jena.de/patente

FH Jena
Hochschulbibliothek
Patentinformationsstelle
Carl-Zeiss-Promenade 2
07745 Jena
Tel. (03641) 205-296
Fax (03641) 205-271
E-Mail: patentinformationsstelle@fh-jena.de
www.fh-jena.de/bib/index.html

Kaiserslautern Universität Kaiserslautern
Kontaktstelle für Information und
Technologie (KIT) an der
Universität Kaiserslautern
Patentinformationszentrum
Gebäude 32
Paul-Ehrlich-Straße
67653 Kaiserslautern
Tel. (0631) 20 52 172
Fax (0631) 20 52 925
E-Mail: piz@kit.uni-kl.de
www.kit.uni-kl.de/PIZ/

- Karlsruhe Landesgewerbeamt Baden-Württemberg
Direktion Karlsruhe
Patentinformationsstelle
Karl-Friedrich-Straße 17
76133 Karlsruhe
Tel. (0721) 92 64 057
Fax (0721) 92 64 055
E-Mail: juergen.hohaus@lgabw.de
www.lgabw.de/erz
- Kassel Gesamthochschule Kassel
Bibliothek
Patentinformationszentrum
Diagonale 10
34127 Kassel
Tel. (0561) 80 43 480, 80 43 482
Fax (0561) 80 43 427
E-Mail: kroemker@hrz.uni-kassel.de
www.piz-kassel.de
- Kiel Technologie-Transfer-Zentrale
Schleswig-Holstein GmbH
Patentinformationsstelle
Lorentzendam 22
24103 Kiel
Tel. (0431) 51 96 222, 51 96 223
Fax (0431) 51 96 256
E-Mail: binjung@ttzsh.de oder jann@ttzsh.de
www.ttzsh.de/de/ttzsh/schwerpunkte/patente
- Leipzig Agentur für Innovationsförderung und
Technologietransfer GmbH
Patentinformationsstelle
Goedelerring 5
04109 Leipzig
Tel. (0341) 12 67 14 56
Fax (0341) 12 67 14 89
E-Mail: patent@agil-leipzig.de
www.agil-leipzig.de/patent.htm

- Magdeburg Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg
Universitätsbibliothek
Patentinformationszentrum und DIN-
Auslegestelle
Hauptbibliothek – Lesesaal
Universitätscampus, Pfälzer Straße
39106 Magdeburg
Tel. (0391) 67 12 979, 12 596
Fax (0391) 67 12 913
E-Mail: wolfgang.weigler@bibliothek.
uni-magdeburg.de
www.uni-magdeburg.de/ub/piz/piz.html
- Mönchengladb. Fachhochschule Niederrhein, Mönchengladbach
Hochschulbibliothek
Patentinformationszentrum Niederrhein
Webschulstrasse 41–43
41065 Mönchengladbach
Tel. (0 21 61) 18 69 36
Fax (0 21 61) 18 69 22
E-Mail: piz@hs-niederrhein.de
www.fh-niederrhein.de/bib/piz
- München Deutsches Patent- und Markenamt
Auslegehalle
Zweibrückenstraße 12
80331 München
Briefadresse: 80297 München
Tel. (089) 21 95 34 02
Fax (089) 21 95 22 21
E-Mail: info@dpma.de
www.dpma.de
- Nürnberg Landesgewerbeamt Bayern (LGA)
Patentinformationszentrum
Tillystraße 2
90431 Nürnberg
Tel. (0911) 65 54 938/-939
Fax (0911) 65 54 929
E-Mail: bruno.goetz@lga.de
www.lga.de/deutsch/i/piz.htm

- Rostock Universitätsbibliothek Rostock
Patentinformations-Zentrum
Richard-Wagner-Str. 31 (Haus 1)
18119 Rostock-Warnemünde
Tel. (0381) 49 82 3 90
Fax (0381) 49 82 3 89
E-Mail: patente@ub.uni-rostock.de
www.uni-rostock.de/ub/piz.htm
- Saarbrücken Zentrale für Produktivität und Technologie Saar e.V.
Patentinformationszentrum
Franz-Josef-Röder-Straße 9
66119 Saarbrücken
Tel: (0681) 52 004, 95 20 461, 95 20 462
Fax (0681) 58 31 50
E-Mail: reichhartr@zpt.de
www.zpt.de
- Schwerin Technologie- und Gewerbezentrum
Schwerin/Wismar e.V.
Patentinformationsstelle
Hagenower Straße 73
19061 Schwerin
Tel. (0385) 39 93 140
Fax (0385) 39 93 240
E-Mail: pi@sn.imv.de
www.tgz-mv.de/dpate.htm
- Stuttgart Landesgewerbeamt Baden-Württemberg
Informationszentrum Patente
Haus der Wirtschaft
Willi-Bleicher-Straße 19
70174 Stuttgart
Tel. (0711) 123-25 58/25 55
Fax (0711) 12 32 560
E-Mail: infopat@lgabw.de
www.lgabw.de/ip/

Auslegehallen des Deutschen Patent- und Markenamts in München und Berlin

Das Deutsche Patent- und Markenamt betreibt sowohl am Hauptsitz in München als auch in Berlin öffentliche Lesesäle, die „Auslegehallen“. Dort stehen der Öffentlichkeit zahlreiche Informationsmittel (Sammlungen) zur Verfügung und werden bestimmte Dienstleistungen erbracht. In den Auslegehallen können beispielsweise 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.

Die Auslegehalle 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 Auslegehallen hat die Öffentlichkeit freien Zugang zu folgenden Informationsmitteln:

- in- und ausländische Patentedokumente (sachlich und numerisch geordnete Sammlungen),
- in- und ausländische Patent-, Marken- und Geschmacksmusterblätter, EPIDOS-INPADOC-Verzeichnisse zu Patentedokumenten weltweit ab 1968,
- Rechts- und Verfahrensstandsinformationen zu deutschen Schutzrechten,
- Warenzeichenlexika,

- Warenzeichenkartei mit alphabetischen (für Wortzeichen), phonetischen und nach Symbolen geordneten Registern (Auslegehalle Berlin, in München im Dienstgebäude Winzererstraße),
- 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.

Auslegehalle 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

Eine Übersicht über die Gruppenmappen gibt Auskunft über die sachlich geordneten Patentdokumentenbestände der Auslegehalle in München. Diese Sammlungen stehen den Benutzern im Freihandzugriff in Papierform zur Verfügung.

Die numerischen Sammlungen umfassen Dokumente von 41 Staaten und internationalen Organisationen, vgl. Übersicht über die numerischen Sammlungen. In der Übersicht ist u. a. angegeben, auf welchem Medium die Dokumente im Einzelnen verfügbar sind (Papierdokument, Filmlochkarten, Mikrofiches, Rollfilm oder CD-ROM im Faksimile- bzw. Mixed-Mode-Format). Abgesehen von den aktuellsten CD-ROM-Beständen sind die Dokumente der numerischen Sammlung nur gegen Bestellung erhältlich. Neben CD-ROM-Produkten mit vollständigen Patentdokumenten (s. o.) sind von zahlreichen Patentämtern Recherchehilfsmittel auf CD-ROM, die Dokumentensammlungen erschließen, z. B.

Index-CD-ROM, Abstract-CD-ROM etc. Fotokopien und Rückvergrößerungen von Dokumenten können bei der Lichtbildstelle des Deutschen Patent- und Markenamts bestellt werden (vgl. Merkblatt Lieferprogramm und Bezugsbedingungen der Lichtbildstelle [A9100]). Ausdrücke von den CD-ROM-Produkten sind gegen Entgelt (0,25 Euro pro Seite) möglich.

Auslegehalle 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

Die Sammlungen umfassen Dokumente von 26 Staaten und internationalen Organisationen, vgl. Übersicht über den Dokumentenbestand.

Fotokopien und Rückvergrößerungen von Dokumenten können am Schalter über den Schriftenvertrieb des Technischen Informationszentrums bestellt werden (vgl. Bedingungen über den Bezug von Patent- und Gebrauchsmusterdokumenten des Schriftenvertriebs [A9103]). Ausdrücke von den CD-ROM-Produkten sind gegen Entgelt (0,25 Euro pro Seite) möglich.

Vermittlung von Recherchen in externen Datenbanken

Das Deutsche Patent- und Markenamt führt außerhalb eines anhängigen Schutzrechtsverfahrens Recherchen zum Stand der Technik gemäß § 29 PatG durch (vgl. Merkblatt über die Erteilung von Auskünften zum Stand der Technik [P3609]).

Darüber hinaus werden in den Auslegehallen Recherchen in der deutschen Patentdatenbank PATDPA, dem Patentinformationssystem DEPATISnet, Patentfamilienrecherchen mit und ohne Rechtsstandsabfragen in der Datenbank EPIDOS-INPADOC sowie Abfragen im Patentregister des Europäischen Patentamts gegen Gebühr bzw. Entgelt durchgeführt. Es finden dabei die Leistungsbeschreibung und Allgemeine Geschäftsbedingungen (abgedruckt auf der Rückseite des Auftragsformulars) Anwendung. Bei diesen Recherchen stellt das Deutsche Patent- und Mar-

kenamt lediglich Operating-Dienstleistungen zur Verfügung. Anmelder- und Erfindernamen sind bei PATDPA erst ab 1973 recherchierbar.

Einzelheiten zu den EPIDOS-INPADOC-Patentfamilienabfragen können der Benutzerinformation Nr. 20 entnommen werden.

Akteneinsicht

Nachdem ein formloser Antrag auf Einsicht in Verfahrensakten gestellt wurde (vgl. § 31 PatG, § 8 Abs. 5 GbmG, §§ 47 und 48 MarkenV, § 11 GeschmMG) und ein entsprechender Bescheid vorliegt, kann die Akte in der Auslegehalle in München oder in der Auskunftsstelle der Dienststelle Jena eingesehen werden. Dies gilt auch für Akten von Verfahren, die beim Bundespatentgericht anhängig sind.

Nach entsprechender Antragstellung beim Europäischen Patentamt können auch Akten von Verfahren vor dem Europäischen Patentamt (vgl. Regel 94 AusfOEPÜ) in den Auslegehallen des Deutschen Patent- und Markenamts eingesehen werden. Die Einsicht in Akten des Europäischen Patentamts ist gebührenpflichtig. Aus den Akten können gegen Entgelt Kopien in Selbstbedienung hergestellt oder in Auftrag gegeben werden.

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 25 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 30 Millionen Patentedokumente im Internet.

Weitere Informationen erhalten Sie beim ESP@CENET-Helpdesk: Tel. + 43 152 126-406, Fax: + 43 152 126-4192, E-Mail: infowien@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. Mit Ausnahme des Topographieregisters werden diese Register als elektronische Datenbanken geführt. Sie werden der Öffentlichkeit unter einer gemeinsamen Abfrageoberfläche als Schutzrechtsauskunftssystem DPINFO extern über das Internet (und für eine Übergangszeit auch noch über DATEX-P) sowie intern in den Auslegehallen 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 (file pat)
- Patentregister des Patentamts der ehemaligen DDR (file ddp)
- Musterregister (file gsm)
- Markenregister (file man)

Die Lizenzdatenbank RALF

Lizenzinformationen – ein Weg zu neuen Produkten und Verfahren

RALF ist ein Beitrag des Deutschen Patent- und Markenamts zum Technologietransfer. **RALF** informiert über geschützte Erfindungen, für die die Möglichkeit der Lizenznahme besteht. Das Kürzel **RALF** ist aus der Bezeichnung „Rechtsstand-Auskunft und Lizenz-Förderungs-Dienst“ abgeleitet.

RALF ist in die Patent- und Gebrauchsmusterrolle des Deutschen Patent- und Markenamts integriert. **RALF** ist weltweit eine der größten Lizenzdatenbanken.

RALF bietet in drei Bestandssektoren Informationen über angemeldete und bestehende technische Schutzrechte, bei denen Lizenzbereitschaft erklärt (§ 23 Patentgesetz), eine unverbindliche Lizenzinteresseerklärung (Benutzerinformation Nr. 40) abgegeben oder Förderung durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) erfolgt ist. Die Lizenzinformationen erstrecken sich auf das Gesamtgebiet der Technik. Die Definition der Teilgebiete der Technik (Interessen-Profil) erfolgt mit Hilfe der Internationalen Patentklassifikation (IPC), wobei für Online-Recherchen die Symbole der ausgewählten Klassifikationseinheiten der IPC zu verwenden sind.

Das Ergebnis der **RALF**-Recherche ist eine Schnittmenge aus ausgewählten IPC-Einheiten und den in der Patent- und Gebrauchsmusterrolle vorhandenen Lizenzinformationen.

RALF unterstützt mit seinem Informationssystem Unternehmen und Unternehmensberater bei der Suche nach einem Lizenzgeber. Die Lizenzinformation ist ein Ausgangspunkt für planmäßige Innovations- und Diversifikationsentscheidungen. Die Abgabe der unverbindlichen Lizenzinteresseerklärung ermöglicht die Vergabe einer ausschließlichen Lizenz. Die Erklärung der Lizenzbereitschaft gestattet lediglich die Vergabe einer nichtausschließlichen Lizenz. Falls die Lizenzbereitschaftserklärung rechtzeitig zurückgenommen wird (§ 23 Absatz 7 Patentgesetz), kann auch ein ausschließliches Benutzungsrecht begründet werden.

Zugang zu RALF

Sie erreichen **RALF** – Lizenzinformationen online über DPINFO in der Patent- und Gebrauchsmusterrolle und über STN International in der Deutschen Patentdatenbank PATDPA (Benutzerinformation Nr. 39) sowie offline beim Schriftenvertrieb des Technischen Informationszentrums Berlin (Benutzerinformation Nr. 27).

Beratung zu **RALF** erhalten Sie in den Auslegehallen des Deutschen Patent- und Markenamts in München und Berlin sowie in den regionalen Patentinformationszentren.

Unabhängig von **RALF** sind Lizenzinformationen online abfragbar zu lizenzbereiten DD-Anmeldungen und DD-Patenten über DPINFO im Patentregister des ehemaligen Patentamts der DDR sowie zu eingetragenen Geschmacksmustern im Musterregister des Deutschen Patent- und Markenamts.

Zu anderen Schutzrechten, wie beispielsweise Marken, gibt es gegenwärtig keine patentamtlichen Lizenzinformationen.

Die Homepages der Patentämter fast aller Länder können unter www.dpma/links/patentlinks.html abgerufen werden.

Aktuelle Übersicht der INSTI-Partner

(März 2003)

Eine tagesaktuelle Adressliste finden Sie im Internet unter www.insti.de

Baden-Württemberg:

Albert-Ludwigs-Universität Freiburg Zentralstelle Forschungs- und Technologie-Transfer

Herr Prof. Dr. med. Dipl.-Ing.
Bernhard J. Arnolds
Stefan-Meier-Straße 8
79104 Freiburg
Tel.: (07 61) 2 03-49 90
Fax: (07 61) 2 03-49 92
E-Mail: info@zft.uni-freiburg.de

Fraunhofer Technologie Entwicklungsgruppe TEG

Herr Dr. Andreas H. Levermann
Herr Dipl.-Ing. Berthold Stern
Nobelstraße 12
70569 Stuttgart (Vaihingen)
Tel.: (07 11) 9 70-35 03
Fax: (07 11) 9 70-39 93
E-Mail: anl@teg.fhg.de

Moser & Partner GmbH Technische Unternehmensberatung

Herr Dipl.-Ing. Dipl.-Wirtsch.-Ing.
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

ONLINE

Information Services GmbH

Herr Dr. Dipl.-Phys. Dieter Schumacher
Kurfürsten Anlage 6
69115 Heidelberg
Tel.: (0 62 21) 6 53 00-60
Fax: (0 62 21) 6 53 00-88
E-Mail: schumacher@online-gmbh.com

Steinbeis-Transferzentrum INFOTHEK

Herr Dipl.-Ing. Wolfgang Müller
Schwedendammstraße 6
78050 Villingen-Schwenningen
Tel.: (0 77 21) 87 86 53
Fax: (0 77 21) 2 86 22
E-Mail: mueller@steinbeis-infothek.de

Technologie-Lizenz-Büro der Baden-Württembergischen Hochschulen GmbH

Herr Dr. Klaus Kobek
Ettlinger Straße 25
76137 Karlsruhe
Tel.: (07 21) 79 00 4-0
Fax: (07 21) 79 00 4-79
E-Mail: info@tlb.de

Bayern:

Fraunhofer-Patentstelle für die Deutsche Forschung

Herr Dipl.-Ing.
Hans Georg Lehner
Leonrodstraße 68
80636 München
Tel.: (0 89) 12 05-4 21
Fax: (0 89) 12 05-4 98
E-Mail: lehner@pst.fhg.de

Innovations- und Gründerzentrum Bamberg GmbH & Co. Betriebs-KG

Herr Dr.-Ing. Klaus Rumer
Kronacher Straße 41
96052 Bamberg
Tel.: (09 51) 96 49-0
Fax: (09 51) 96 49-1 09
E-Mail: info@igzbamberg.de

**item communication
management services GmbH**

Herr Dipl.-Ing. Wilfried Oelmann
Dalbergstraße 18
63739 Aschaffenburg
Tel.: (0 60 21) 31 88-0
Fax: (0 60 21) 31 88-60
E-Mail: oelmann@item.de

Landesgewerbeamt Bayern (LGA)

Herr Bruno Götz
Tillystraße 2
90431 Nürnberg
Tel.: (09 11) 65 54 92-0
Fax: (09 11) 65 54 92-9
E-Mail: bruno.goetz@lga.de

**PAVIS e.G. – Verrechnungs-, Informa-
tions- und Serviceorganisation
der Patentanwälte in Deutschland e.G.**

Frau PAss. Gudrun Skupch
Prinzenweg 6 a
82319 Starnberg
Tel.: (0 81 51) 91 68-20
Fax: (0 81 51) 91 68-29
E-Mail: mail@pavis.de

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

Herr Dr. Alexander Zöllner
Frau Dipl.-Kffr. Sonja Gehret
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

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

Herr Dr. Willi Polte
Bavariaring 10
80336 München
Tel.: (0 89) 5 43 01-6 09
Fax: (0 89) 5 43 01-7 00
E-Mail: wpolte@wbetal.de

Berlin:

**TSB Technologiestiftung Innovationsa-
gentur 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

Berlin/Brandenburg:

**EuroNorm GmbH
Gesellschaft für Qualitätssicherung
und Innovationsmanagement mbH**

Frau Dipl.-Wiss.-Org.
Claudia Herrmann-Koitz
Rathausstraße 2a
15366 Neuenhagen bei Berlin
Tel.: (0 33 42) 25 47-21
Fax: (0 33 42) 25 47-46
E-Mail: herrmann@euronorm.de

**ZAB ZukunftsAgentur Brandenburg
GmbH**

Frau Verena Klemz
Steinstraße 104–106
14480 Potsdam
Tel.: (03 31) 6 60-38 25
Fax: (03 31) 6 60-32 02
E-Mail: verena.klemz@zab-
brandenburg.de

Hamburg:

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

Herr Dipl.-Chem. Wulff-Erich Damrau
Adolphsplatz 1
20457 Hamburg
Tel.: (0 40) 3 61 38-7 97
Fax: (0 40) 3 61 38-2 70
E-Mail: wulfferich.damrau@hk24.de

Hessen:

InvestitionsBank Hessen AG

Herr Dipl.-Wirtsch.-Ing.
Wolf-Martin Ahrend
Herr Dipl.-Geogr. Jürgen Schilling
Abraham-Lincoln-Straße 38–42
65189 Wiesbaden
Tel.: (06 11) 77 4-3 62
Fax: (06 11) 77 4-3 85
E-Mail: juergen.schilling@ibh-hessen.de

Patentinformationszentrum der LHB Technische Universität Darmstadt

Herr Dipl.-Soz. Rudolf Nickels
Schöfferstraße 8
64295 Darmstadt
Tel.: (0 61 51) 16-55 27
Fax: (0 61 51) 16-55 28
E-Mail: info@main-piz.de

Universität- Gesamthochschule Kassel Patentinformationszentrum

Frau Dr. Heike Krömker
Diagonale 10
34127 Kassel
Tel.: (05 61) 8 04-34 82/-34 80
Fax: (05 61) 8 04-34 27
E-Mail: kroemker@uni-kassel.de

Mecklenburg-Vorpommern:

ATI Agentur für Technologietransfer und Innovationsförderung Küste GmbH

Geschäftsstelle Greifswald
Herr Dipl.-Phys. Jürgen Howe
Brandteichstraße 19
17489 Greifswald
Tel.: (0 38 34) 5 50-2 40
Fax: (0 38 34) 5 50-1 94
E-Mail: greifswald@ati-kueste.de

ATI Agentur für Technologietransfer und Innovationsförderung Küste GmbH

Geschäftsstelle Rostock
Herr Dr.-Ing. Uwe Wurdel
Joachim-Jungius-Straße 9
18059 Rostock
Tel.: (03 81) 40 59-3 11
Fax: (03 81) 40 59-3 10
E-Mail: rostock@ati.kueste.de

Niedersachsen:

Erfinderzentrum Norddeutschland GmbH (EZN)

Herr Dipl.-Ing. Peter Kuschel
Hindenburgstraße 27
30175 Hannover
Tel.: (05 11) 81 30 51
Fax: (05 11) 2 83 40 75
E-Mail: ezn@ezn.de

Heidrun Stubbe GmbH Information & Innovation

Frau Dipl.-Kffr. Heidrun Stubbe
Am Plessen 6
49205 Hasbergen
Tel.: (0 54 05) 9 42 22
Fax: (0 54 05) 9 42 24
E-Mail: info@stubbe.de

Nordrhein-Westfalen:

AGIT – Aachener Gesellschaft für Innovation und Tech- nologietransfer mbH

Herr Dipl.-Ing. Bernd Thomas
Herr Dipl.-Ing. Jens Forner
Technologiezentrum
Am Europaplatz
52068 Aachen
Tel.: (02 41) 9 63-10 00/-10 25
Fax: (02 41) 9 63-10 05
E-Mail: zentrale@agit.de
j.forner@agit.de

**STZ Akademie Medien
und Management**

Herr Harald Korsten M.A.
Dohlenweg 48
50829 Köln
Tel.: (02 21) 95 43 94-56
Fax: (02 21) 95 43 94-57
E-Mail: hkorsten@medienakad.com

**TEPAC GmbH
Technologie- und Patent-Consulting**

Herr Dipl.-Ing. Eberhard Kübel
Heide 22
41564 Kaarst
Tel.: (0 21 31) 51 49 60
Fax: (0 21 31) 51 98 58
E-Mail: info@tepac.de

**Wissenschaftlicher Informationsdienst
Köln**

WIND GmbH
Herr Dipl.-Chem. Ulrich Kämper
Friesenwall 5-7
50672 Köln
Tel.: (02 21) 92 59 56-0
Fax: (02 21) 92 59 56-56
E-Mail: wind@wind-gmbh.com

Rheinland-Pfalz:

**CORE CAPITAL
Consultants GmbH**

Herr Dipl.-Betriebsw.
Helmut Geurtz
Königsberger Straße 14
56235 Ransbach-Baumbach
Tel.: (0 26 23) 13 67
Fax: (0 26 23) 8 03 11
E-Mail: info@corecapital.de

**IHK-ZETIS GmbH
Zentrum für Technologie- und Innova-
tionsberatung Südwest
Zweigstelle Landau**

Herr Dipl.-Ing.
Dipl.-Wirtsch.-Ing. Michael Lill
Im Grein 5
76829 Landau
Tel.: (0 63 41) 9 71-1 30
Fax: (0 63 41) 9 71-2 30
E-Mail: lill@zetis.de

**IHK-ZETIS GmbH
Zentrum für Technologie- und Innova-
tionsberatung Südwest
Zweigstelle Kaiserslautern**

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

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

Sachsen:

**BTI – Beratungsgesellschaft für
Technologietransfer
und Innovationsförderung mbH**

Herr Dipl.-Ing.
Gerhard Staudinger
Gostritzer Straße 61/63
01217 Dresden
Tel.: (03 51) 8 71-75 61/-75 55
Fax: (03 51) 8 71-75 56
E-Mail: staudinger@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 35-35
Fax: (03 91) 7 44 35-11
E-Mail: esapost@esa-md.de

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

Herr Dr. Jürgen Andrick
Rudolf-Ernst-Weise-Straße 18
06112 Halle/Saale
Tel.: (03 45) 2 93 98-30
Fax: (03 45) 2 93 98-40
E-Mail: info@mipo.de

Thüringen:

**Technische Universität Ilmenau
Patentinformationszentrum
und Online-Dienste – PATON**

Frau Dipl.-Jur. Sabine Milde
Langewiesener Straße 37
98684 Ilmenau
Tel.: (0 36 77) 69 45 10
Fax: (0 36 77) 69 45 38
E-Mail: paton@paton.tu-ilmenau.de