

Leitfaden für Entwicklung, Schutz und Vermarktung von privaten Erfindungen

Impressum

Herausgeberin

Bündnis 90/Die Grünen

Bundestagsfraktion

Platz der Republik 1

11011 Berlin

<http://www.gruene-fraktion.de>

Verantwortlich

Hans-Josef Fell MdB

Sprecher für Energie der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen

Bundestagsfraktion

Platz der Republik 1

11011 Berlin

E-Mail: hans-josef.fell@bundestag.de

Redaktion

a-quadrat corporate communications

Bezug

Bündnis 90/Die Grünen

Bundestagsfraktion

Info-Dienst

Platz der Republik 1

11011 Berlin

Fax: 030 / 227 56566

E-Mail: public@gruene-fraktion.de

Stand September 2011

Inhalt

Vorwort

Abschnitt A: Entwicklung einer Idee bis zur Marktreife

Kapitel 1: Der Innovationsprozess

Kapitel 2: Privater Erfinder und professioneller Entwickler

Kapitel 3: Entwicklung an der Universität

Kapitel 4: Entwicklung im Open-Source-Verfahren

Abschnitt B: Rechtlicher Schutz von Erfindungen

Kapitel 1: Das Patent

Kapitel 2: Das Gebrauchsmuster

Kapitel 3: Patent oder Gebrauchsmuster? Oft eine Frage des Geldes

Abschnitt C: Vermarktung von privaten Erfindungen

Kapitel 1: Wie soll eine Erfindung wirtschaftlich verwertet werden?

Kapitel 2: Wie finanziert man ein Unternehmen?

Kapitel 3: Wie erstellt man einen Businessplan?

Serviceteil

Link- und Adressenliste

Glossar

Vorwort

Lieber Erfinder, liebe Erfinderin!

Mit diesem Erfinderleitfaden möchte ich Ihnen meine Hilfe für das erfolgreiche Vorgehen bei der Entwicklung, beim rechtlichen Schutz und bei der Vermarktung Ihrer Erfindung anbieten. Der Erfinderleitfaden richtet sich vor allem an die „freien Erfinder“, deren Erfindungen nicht im Zusammenhang mit einer beruflichen Tätigkeit für einen Arbeitgeber stehen und die nun ihre ersten Schritte auf dem Weg zur Realisierung ihrer Idee gehen.

Die beste Vorgehensweise bei Entwicklung, Schutz und Vermarktung einer Erfindung, sei es beim Aufbau eines Unternehmens oder bei der Vergabe von Lizenzen, kann nicht für alle denkbaren Situationen mit einem einzigen „Patentrezept“ beschrieben werden.

Vielmehr zeigt die Praxis, dass jeder erfolgreiche Erfinder sein eigenes Erfolgsrezept verfolgt hat und auch aus eigenen Fehlern lernen musste. Darum kann dieser Leitfaden auch kein Ersatz für eine Rechtsberatung durch Patentanwälte und andere Berater sein, die in einem persönlichen Gespräch Ihre spezifische Situation erfassen. Vor allem, wenn Sie tatsächlich vor der Geschäftsgründung stehen und zahlreiche rechtliche Fragen geklärt werden müssen, sollten Sie sich unbedingt persönlich beraten lassen. Der Leitfaden soll Ihnen aber bis zu diesem Zeitpunkt die notwendigen Informationen liefern, Ihnen dabei helfen zu erkennen, wann auf den Rat von außen nicht mehr verzichtet werden kann und Sie bestmöglich auf die Gespräche vorbereiten.

Mein Rat an Sie lautet: Seien Sie jederzeit kritisch – auch gegenüber sich selbst, nutzen Sie das reichhaltige Beratungs- und Förderangebot der verschiedenen Institutionen und führen Sie Ihr Vorhaben nur auf einer soliden Informationsbasis durch. Leider gilt auch für diesen Leitfaden, dass sich Förderprogramme, Patentgebühren etc. stetig ändern. Ich bemühe mich zwar um Aktualität der Angaben, aber ich kann keine Garantie für die Richtigkeit der Angaben geben oder für Schäden haften, die mit dem Leitfaden in Zusammenhang stehen oder stehen könnten.

Trotz aller Hürden, die Sie bei der Verwirklichung innovativer Ideen überwinden müssen, bitte ich Sie: Verlieren Sie nicht den Mut! Wenn Sie von Ihrer Idee überzeugt sind, dann kann jede Kritik, die Sie sinnvoll für sich nutzen, ein Schritt zum Erfolg sein. Und die Gesellschaft braucht ständig neue Ideen, um sich weiter zu entwickeln.

In diesem Sinne: Viel Erfolg!

Ihr Hans-Josef Fell

Abschnitt A

Entwicklung einer Idee bis zur Marktreife

Die Grundlage einer jeden Innovation ist eine gute Idee (Invention). Damit diese Idee der Gesellschaft zugutekommen kann, muss sie sich auf dem Markt behaupten können, denn der Markt übernimmt in unserer Wirtschaftsordnung die wichtigste Verteilerfunktion.

Eine gute Idee behauptet sich aber nicht von selbst auf dem Markt. Sie muss bis zur Marktreife entwickelt werden. Dann gilt es mit großem Engagement viele Hürden zu überwinden: Unverständnis gegenüber neuartigen Technologien und Abhängigkeit von einmal eingeschlagenen Technologiepfaden bei den Investoren, kostenintensive Klärung von Rechtsfragen, das stete Risiko, irgendwann doch noch von irgendjemandem über den Tisch gezogen zu werden oder der finanzielle Aufwand eines professionellen Marketings. Hinzu kommen die persönlichen Herausforderungen, die es zu bewältigen gilt, damit aus einer guten Idee eine ertragreiche Innovation wird.

In unserer Gesellschaft gibt es viele Menschen mit guten Ideen, die vor diesen großen Herausforderungen stehen. Wir verfolgen mit unserer Politik das Ziel, diese Menschen auf Ihrem Weg zum Erfolg zu unterstützen, damit ihre Ideen für die ganze Gesellschaft nutzbar werden und damit sie als wichtige Träger des Fortschritts von der Gesellschaft belohnt werden.

Damit die Gesellschaft trotz dieser hohen Anforderungen an den einzelnen Entwickler auch tatsächlich in den Genuss von neuen Produkten und optimierten Verfahren kommt, damit sie mit leistungsfähigen Materialien und Technologien wettbewerbsfähig bleibt und sich mit effizienteren Maschinen und Synergie-stiftenden Konzepten weiterentwickeln kann, muss die Politik Hilfestellung leisten. Sie tut dies, indem sie einerseits für innovationsstimulierende Rahmenbedingungen sorgt und andererseits konkrete Hilfsmittel zur Verfügung stellt, die den wirtschaftlichen Erfolg einer Erfindung wahrscheinlicher machen.

Mit unserer Politik bieten wir Hilfestellungen, die auf den Empfänger abgestimmt sind: Vom Großunternehmen, das ein neues Produkt auf einem ausländischen Markt platziert bis hin zum kleinen Unternehmen, das nur den inländischen Markt versorgt und sein Produkt weiterentwickeln will. Eine ganz andere Form der Hilfe benötigen Erfinder, die ihre Idee vermarkten wollen und oft nur über sehr geringe unternehmerische Erfahrung verfügen. Sie brauchen zunächst vor allem grundlegende Informationen über den Ablauf des Innovationsprozesses, über Informations- und Beratungsangebote und über die Risiken des Geschäftsaufbaus. Belegt der Erfinder mit gut strukturierten Informationen und einer soliden Datenbasis den wirtschaftlichen Erfolg seiner Idee, dann kann er auch das Angebot an Fördermitteln in Anspruch nehmen.

Kapitel 1

Der Innovationsprozess

Innovationen sind Umbrüche. Im Gegensatz zur Weiterentwicklung bereits bestehender Technologien, Verfahren, Materialien etc. durch nahe liegende Verbesserungen, erfordert die Entwicklung einer Innovation einen Gedankensprung über den aktuellen Stand der Technik hinaus. Sie ist also eine bahnbrechende und wegweisende Idee, die bis zur Marktreife entwickelt wird.

Damit ist jeder Innovationsprozess immer auch ein Paradigmenwechsel – vielleicht auch nur auf einer persönlichen Ebene: Ein altes Gedankenmodell wird zugunsten einer neuen und umfassenderen Sichtweise aufgegeben, weil ein Problem mit dem alten Denkmodell nicht mehr zu lösen ist.

Der Innovationsprozess verläuft in etwa wie folgt:

1. Ausgangslage: Dilemma oder nahezu ausweglose Situation, die ein Umdenken notwendig macht. Eine gedachte oder reale Situation kann mit den vorhandenen Ressourcen und mit einer nahe liegenden Lösung (mit „Bordmitteln“) nicht bewältigt werden.
2. Es entsteht ein Problembewusstsein. Die bestehende Situation wird gedanklich aufgenommen und wird so auch in Gedanken real.
3. Reflexion und Wissenszunahme führen zur Konkretisierung des Problems. Wichtig: Die Problembeschreibung erleichtert die Suche nach einer Problemlösung. Sie ist die Grundlage für jedes Gespräch, das mit dem Problem zu tun hat (Verhandlungen mit Geldgebern und anderen möglichen Unterstützern).
4. Reflexion (gedankliche Anspannung) und Distanz (gedankliche Entspannung) zu einem Problem müssen sich abwechseln, damit eine bahnbrechende Idee (Gedankensprung) entstehen kann. Dieser Prozess ist vergleichbar mit den Vorgängen im Ausdauersport. Auch hier erfolgt die Steigerung der Leistungsfähigkeit in der Ruhephase, wenn sich der Körper von einer Belastungsphase erholt. Man nennt dies „Superkompensation“. Deshalb sind Phasen der Entspannung auch bei der geistigen Arbeit enorm wichtig.
5. Die Idee (der Geistesblitz) wird zunehmend differenziert, auf die Problemsituation hin optimiert und so weit wie möglich realisiert (Bau eines Modells, eines Prototypen oder einer Kleinserie). Aber erst die erfolgreiche Vermarktung macht die Idee (Invention) zur Innovation: Innovativ ist vieles, aber eine echte Innovation ist immer marktfähig.

Kapitel 2

Privater Erfinder und professioneller Entwickler

Der Innovationsprozess findet in einem bestimmten Umfeld statt, in der sog. Entwicklungsumgebung. Von ihr hängt es ab, wie groß, wie weit oder wie tief der Innovationsschritt gemessen an der Größe des Problems ist. In der Sprache des Gesetzes: „Der erfinderische Schritt“. Eine Entwicklungsumgebung, die dem Entwickler viele Freiheiten und ihm damit ein Maximum an Entfaltung bietet, trägt zu einer umfassenden Problemlösung bei, wohingegen beengende Verhältnisse eine gute Idee im Keim ersticken lassen können. Zwischen diesen beiden Extremen gibt es in der Praxis viele Abstufungen („Freiheitsgrade“), die den Innovationsprozess beeinflussen:

Die Freiheitsgrade von Entwicklungsumgebungen

1. Ziele und Zeit

- a. Dem Profi werden Entwicklungsziel und Zeithorizont vorgegeben. Dadurch ist er zwar in seinen Freiheitsgraden eingeschränkt, dafür kommt er schneller zu Ergebnissen und spart Zeit und Kosten. Gegebenenfalls sind die Tiefe und Weite des Innovationsschrittes dabei aber ebenfalls kleiner.
- b. Der freie Erfinder steckt sich seine Ziele selbst, solange er unabhängig von anderen Personen ist. Das hat aber auch Nachteile: Wenn am Ende des Entwicklungsprozesses nicht eine Tüftelei sondern eine Innovation stehen soll, muss er seine Zielsetzung selbst gestalten und auf die Marktfähigkeit ausrichten. Ohne konstruktive Kritik von außen führt das fast immer zu zusätzlichen Kosten und erhöhtem Zeitaufwand. Auf der anderen Seite kann der freie Erfinder auch seinen Zeitplan relativ frei gestalten. Das ist meist notwendig, weil er Defizite in seiner Entwicklungsumgebung (z.B. Ausstattung, Finanzierung etc.) ausgleichen muss, was wiederum Zeit erfordert.

2. Ausstattung (Hardware / Software)

- a. Der Profi hat in der Regel alles, was er zur gezielten Entwicklung eines Produktes benötigt. Das Entwicklungsziel ist soweit wie möglich geplant (projektiert), die Entwicklungsmittel sind von vornherein darauf abgestimmt.
- b. Der freie Erfinder muss dagegen meistens improvisieren: Weniger professionelles Werkzeug, wenig Platzkönnen zu weniger Präzision und damit zu unkalkulierbaren Ergebnissen führen. Dieses Defizit kann der Erfinder durch das aktivieren von entsprechenden Kontakte ausgleichen (siehe unten).

3. Finanzielle Möglichkeiten (Eigenkapital, Fremdkapital)

- a. Profis haben ein Budget mit dem sie kalkulieren können aber auch müssen. Sie müssen sich einerseits nicht um die Finanzierung kümmern und können sich so auf die Problemlösung konzentrieren. Andererseits basieren ihre Lösungen häufig auf einem finanziellen Kompromiss. Je höher der Kostendruck wird, desto schmaler fällt oft die Problemlösung aus.
- b. Der freie Erfinder kümmert sich zuerst nicht ums Geld und hält vieles für möglich, über das der Profi gar nicht nachdenkt: Geld spielt keine Rolle, weil er ohnehin keines hat, im Vordergrund stehen die Motivation und die Idee. Erst wenn sich eine innovative Lösung abzeichnet und eine Weiterentwicklung notwendig ist (etwa zur Herstellung eines Prototypen), wird über die Finanzierung nachgedacht.

Wenn der Erfinder die finanziellen Defizite im richtigen Moment ausgleichen kann (siehe Abschnitt C: Vermarktung von privaten Ideen), dann sind seine Chancen bei der Entwicklung einer Innovation sehr hoch, weil er sich am Beginn des Innovationsprozesses frei von geistigen und materiellen Begrenzungen dem Problem widmen konnte.

4. Persönliche Fähigkeiten und Fertigkeiten

- a. Profis neigen zur Pfadabhängigkeit. Die Politik einer Firma (Leitlinien eines Konzerns) lässt dem Profi im Vergleich zum freien Erfinder wenig Spielraum für unkonventionelle Problemlösungen. Es besteht die Gefahr, dass er „Scheuklappen trägt“ und sich von vorgegebenen Pfaden schwieriger löst.
- b. Freie Erfinder kennen dagegen nur die Grenze der eigenen Fähigkeiten. Und je offener die Ausgangslage ist, desto tiefer und weiter kann der Innovationsschritt sein – vorausgesetzt, es wird ausreichend Hilfe und Kritik von außen in Anspruch genommen. Sonst besteht die Gefahr sich in ein Problem zu „verrennen“ oder sich in Details zu verlieren. Ansonsten haben freie Erfinder eine sehr große Chance auch ungewöhnliche (und ungewöhnlich wirksame) Erfindungen zu etablieren.

5. Entwicklungsrelevante Kontakte (Kapital, Beratung, Ausstattung, Zulieferung, Know-how anderer Abteilungen)

- a. Entwicklungsprofis verfügen meist schon über die entscheidenden Kontakte, die zur Entwicklung einer Innovation erforderlich sind. Diese Kontakte finden sich zu großen Teilen

im eigenen Haus. Darüber hinaus wird Beratung und Know-how zugekauft. Kontakte zu anderen Abteilungen oder Zulieferern ergeben ein professionelles Entwicklungsnetzwerk.

- b. Erfinder müssen sich dies alles erst zusammen tragen. Die größte Herausforderung liegt darin, das Kontaktdefizit auszugleichen, denn ohne Kontakte gibt es kein spezifisches Wissen, kein Geld, keine Beratung. Präsenz in Fachkreisen, Hartnäckigkeit und Geduld zahlen sich aus. Es gilt die richtigen Leute im riesigen Angebot zu finden, anzusprechen und zugleich nicht auf schwarze Schafe hereinzufallen.
- c. Andererseits hat der Erfinder den Vorteil, dass er nicht auf ein bestehendes, aber eventuell unbewegliches Netzwerk zurückgreifen muss. Er kann sich seine Kontakte problemspezifisch zusammensuchen und Synergieeffekte nutzen. Es besteht auch die Möglichkeit, die Erfindung mit den richtigen Leuten arbeitsteilig weiterzuentwickeln oder sogar ein Entwicklungsteam zu bilden. Der freie Erfinder kann sich sozusagen sein „maßgeschneidertes“ Netzwerk zusammenstellen.

Der Unterschied in den Freiheitsgraden einer Entwicklungsumgebung besteht immer im Verhältnis von Vorgaben und Freiheiten. Vorgaben dienen während des Innovationsprozesses der Orientierung und können die Entwicklungsarbeit effizient – mit wenig Leerlauf und zu geringen Kosten – gestalten. Mehr Freiheit fördert dagegen tiefgreifende und bahnbrechende Problemlösungen. Die Entwicklungsarbeit ist dann weniger effizient, aber dafür umso effektiver.

Damit ein Erfinder seine Idee bis zur Marktreife verwirklichen kann, muss er sich immer wieder bewusst machen wo seine Defizite liegen: in Zeit, Geld, Ausstattung, Fertigkeiten, Kontakten etc. und an dieser Stelle Lösungen finden. Dadurch wandelt sich die Entwicklungsumgebung beim freien Erfinder ständig. Auch dies unterscheidet ihn vom professionellen Entwickler. Er muss sich immer wieder zwischen mehr Effizienz (Orientierung) oder mehr Effektivität (Freiheit) entscheiden. Wie diese Entscheidung jeweils aussieht, hängt ab von der Persönlichkeit des Erfinders (Einzelgänger, Teamarbeiter, überzeugendes Organisationstalent oder reiner Tüftler etc.), vom Umfang seiner Erfindung (Weite und Tiefe des erfinderischen Schrittes) und natürlich von den Ressourcen, auf die prinzipiell zurückgegriffen werden kann.

Im Serviceteil findet sich ein Überblick über Institutionen und Möglichkeiten, wie Defizite im Innovationsprozess ausgeglichen werden können.

Kapitel 3

Entwicklung an der Universität

Erfinder an die Uni!

In den Universitäten finden Erfinder vieles, was sie für die Realisierung ihrer Idee brauchen. Allerdings kostet der erste Schritt in den akademischen Betrieb für Nicht-Akademiker manchmal etwas Überwindung. Aber Sie können sich sicher sein, dass Sie dort in vielen Fällen auf interessierte Menschen treffen, die für neue Ideen in ihrem Fachbereich offen sind.

Was hat der Erfinder konkret vom Schritt in die Universität?

Universitäten verfügen nach Fachbereichen sortiert über eine große technische Ausstattung:

- Labors
- Entwicklungswerkstätten
- Computersäle
- Werkzeuge und Instrumente
- Maschinen
- Prüfstände
- Bibliotheken
- Medienräume

Trotz aller Klagen der Überlastung findet sich für eine gute Idee auch immer eine Gelegenheit, diese Ausstattung nach Absprache mit den verantwortlichen und zugangsberechtigten Personen zu nutzen – die Erfahrung hat das bestätigt.

Aber nicht nur die technische Ausstattung hilft dem Erfinder, seine Ideen zu verwirklichen. Gelingt es, das Fachpersonal (Professoren, Doktoren, Dozenten) für das eigene Projekt zu interessieren, so gewinnen beide Seiten bei einer Kooperation: Der Erfinder erfährt wissenswertes über den theoretischen Hintergrund seiner Idee und Professoren können ihren Studenten am „realen Objekt“ im wahrsten Sinne des Wortes „begreifbar“ machen, was in der Theorie nicht vermittelt werden kann: Umgang mit unerwarteten Problemen und Flexibilität in der Entwicklungspraxis.

Zudem suchen viele Studenten eine praktische Arbeit mit theoretischem Hintergrund, in der sie Berufserfahrungen und Praxiswissen sammeln können. Nicht selten ist aus einem „außerplanmäßigen Seminar“ mit unentgeltlicher Arbeit und vielen guten Ideen sogar eine GmbH hervorgegangen.

Der Schritt über die Schwelle der Universität bietet dem Erfinder also die Chance, Know-how aus den Bereichen Technik, Marketing, Recht oder Betriebswirtschaft zu nutzen und Antworten auf viele Fragen zu finden, die sich bei der Umsetzung seiner Idee stellen.

Wie gelingt der Schritt in die Uni?

- Zunächst sollte sich der Erfinder darüber klar werden, in welches akademische Fachgebiet seine Erfindung am besten passt.
- Dann gilt es abzuschätzen, welche Ausrüstung zur Umsetzung der Erfindung, z.B. zur Herstellung eines Prototyps notwendig ist.
- Nun müssen Universitäten gefunden werden, die sowohl über das entsprechende Fachgebiet als auch über eine entsprechende Ausstattung verfügen. Ein anspruchsvolleres Projekt wird demzufolge tendenziell auch eine größere Universität mit vielfältigen Ressourcen erfordern.
- Jetzt gilt es Kontakte zu knüpfen. Wichtig dabei: Was kann der Erfinder den Studenten und Professoren anbieten, damit eine Kooperation stattfinden kann? Hier kommen Beteiligungschancen oder zukünftige Jobs in Frage, ebenso wie die Umsetzung theoretischer Erkenntnisse in die Entwicklungspraxis.

Gehen Sie bei der Kontaktaufnahme klug vor: Sondieren Sie bei den Studenten die Interessen und Eigenarten der Professoren bevor Sie diese direkt ansprechen. Und legen Sie ein angemessenes Maß an Unverfrorenheit an den Tag: Bleiben Sie in Gegenwart Ihrer Ansprechpartner stets vom Erfolg Ihrer Erfindung überzeugt.

Kapitel 4

Entwicklung im Open-Source-Verfahren

Neben dem Schützen von privaten Ideen zum ebenso privaten Nutzen und mit dem Mittel des Rechtes bietet das Open-Source-Verfahren dem freien Erfinder gänzlich andere Erfolgsmöglichkeiten.

Das Entwicklungskonzept „Open Source“ (OS) ist aus dem Software-Bereich hervorgegangen und kursiert unter verschiedenen Begriffen: „Open Space“, „Open Invention“ u. ä. Das Betriebssystem „Linux“ ist ein bekanntes Beispiel für eine besonders gelungene Entwicklung im OS-Verfahren. Ein weiteres viel versprechendes Beispiel ist das „Open-Source-Car“, das 1-Liter-Auto im Prototypen-Stadium aus dem akademischen Bereich. Das OS-Konzept beruht im Wesentlichen auf der Annahme, dass eine bestimmte Problemstellung am besten durch Bündelung der Ressourcen verschiedener Gesellschaftscluster und auf dem Wege der Kooperation bewältigt werden kann. Was bedeutet das?

Open Source: Gesellschaftliches Ideenpotenzial freisetzen

In jeder größeren Gesellschaft (eines Landes, eines Kontinents, der Welt) gibt es viele Personen bzw. Institutionen, die über fachspezifisches Wissen, über Ideen und über Ressourcen (etwa in Form von Werkstätten, Labors, finanziellen Mitteln) verfügen. Entscheidend aber ist, dass sich diese Personen bei der Lösung eines bestimmten Problems einbringen wollen. Ihre Motivation ist es, gesellschaftliche Probleme zu lösen oder auch Anerkennung von der Gesellschaft zu erhalten.

Indem sich diese Personen bzw. Institutionen mit Hilfe moderner Kommunikationsmittel zusammenschließen, bilden sie einen sog. „Cluster“. Diese verfolgen ein gemeinsames Ziel: Ein gegebenes Problem gleich welcher Art (technisch, politisch, sozial, kulturell) zu lösen, ohne dabei die Folgen außer Acht zu lassen. Ihre wichtigste Eigenschaft ist dabei der Wille zur Kooperation, der sich aus der Einsicht speist, dass sich ein großes Problem nur durch Bündelung vieler Ideen bewältigen lässt.

Die Vorteile des OS-Verfahrens für den Erfinder

- Reputation erlangt der Erfinder nicht nur aufgrund seiner fachlichen Kompetenz, sondern auch aufgrund seiner Erfahrung bei der Umsetzung von Projekten. Diese Reputation kommt ihm z.B. bei künftigen Bewerbungen zugute oder dient als Grundlage für eine Beratertätigkeit in seinem Fachgebiet.
- Zudem sind die Entwickler von OS-Produkten auf dem Arbeitsmarkt sehr gefragt, weil sie zielorientiert und problemspezifisch arbeiten, hoch motiviert sind, in komplexen Zusammenhängen denken und über soziale Kompetenz verfügen.

- Über das OS-Verfahren ist es für den Erfinder leichter, Kooperationspartner zu finden, die ihm bei der Verwirklichung seiner Idee behilflich sind.
- Auch Erfindungen, bei denen rechtliche Schutzverfahren (z.B. Patentierung), beispielsweise aus finanziellen Gründen, nicht in Frage kommen, haben über das OS-Verfahren eine Chance, vermarktet zu werden. Statt in der Schublade zu verstauben, können so auch schwierig vermittelbare Projekte dazu beitragen, Probleme der Gesellschaft zu lösen.

Vorteile von Open-Source-Produkten

Die Entwicklung des Betriebssystems „Linux“ zeigt, welche Vorteile OS-Produkte auszeichnen:

- Sie entsprechen den Bedürfnissen der Anwender, weil sie von Anwendern gemacht sind.
- Sie befriedigen diese Bedürfnisse punktgenau, weil sie aus verschiedener Perspektive entstanden sind und damit spezifische Brennpunkte in sich bündeln.
- Sie weisen eine hohe Stabilität (Haltbarkeit) und Kompatibilität (Vereinbarkeit mit anderen Produkten) auf, weil sie nicht unter Zeitmangel und aus rein ökonomischen Interessen entstanden sind.
- Ihre Weiterentwicklung ist stetig, weil neue Probleme von den Entwicklern ständig aufgegriffen werden.
- Aus ihnen können völlig neuartige Produkte entstehen, die für einen komplexeren Zusammenhang besser geeignet sind, weil dieser Weiterentwicklung kein Urheberrecht entgegensteht.

Der Ablauf des OS-Projekts: Von der Invention zur Innovation

Weil das OS-Verfahren aus der Öffentlichkeit hervorgeht, ist ein rechtlicher Schutz für Produkte, die in diesem Verfahren entwickelt wurden, kaum mehr möglich: Das OS-Produkt ist rechtlich Gemeingut. Dennoch soll der Erfinder einen Gewinn für seine Idee oder für die Weiterentwicklung einer bereits vorhandenen Idee erhalten. Dafür sind folgende Schritte notwendig:

Initialzündung

Zunächst ist es notwendig, die eigene Produktidee in eine Initiative zu verwandeln. Dies kann z.B. über eine Ausschreibung geschehen oder über den Aufbau einer Internetplattform. Ziel ist es hierbei,

dass der Erfinder mit seiner Idee in die Öffentlichkeit tritt, sein Vorhaben bekannt macht und für das Mitwirken wirbt.

Projektierung

Im Anschluss an die erste Initialzündung erfolgt die Projektierung. Hier werden die weiteren Schritte erörtert und geplant, die sich zur Umsetzung der Erfindung bzw. der Idee eignen. Diese Schritte können von Produkt zu Produkt und von Idee zu Idee sehr verschieden sein. Im einen Falle werden etwa nur Werkstätten benötigt, im anderen Falle vielleicht nur ein paar gute Einfälle, die einer Erfindung vom Entwicklungsstadium zur Serienreife verhelfen können. Projektieren bedeutet hier, die weitere Vorgehensweise so zu planen, dass sich der Erfolg aus der Beteiligung möglichst vieler Kompetenzträger ergibt.

Organisation

Um das geplante Projekt umsetzen zu können, ist der Aufbau einer Organisationsstruktur notwendig. Soll die Umsetzung einer Idee, bzw. für die Entwicklung und Vermarktung einer Erfindung am besten zentral koordiniert werden oder organisiert sich das Projekt selbst (dezentrale Organisation). In einem Bootsbau-Projekt etwa ist es notwendig, die Schwerpunktlage an zentraler Stelle zu überwachen. Nur so können die verschiedenen Teilarbeiten zu einem ausgewogenen Ganzen zusammengefügt werden, zu einem Schiff, das nicht beim leichtesten Wellengang kentert. Analog dazu hat jedes OS-Projekt seinen eigenen Schwerpunkt zwischen Zentralität und Dezentralität, der wohlüberlegt sein muss.

Finanzierung

Die Finanzierung von OS-Projekten verläuft im Prinzip ähnlich wie bei anderen wirtschaftlichen Unternehmen (siehe Abschnitt C: Vermarktung von privaten Ideen). Es gilt, Geldgeber zu finden, die sich von der Umsetzung eines fundierten Projektes ausreichende Gewinne versprechen. Bei OS-Verfahren ist es möglich, allein über die Masse der Beteiligten zu einer breiten Eigenkapitalfinanzierung und zu einer weiten Streuung des Geschäftsrisikos zu gelangen. Das kann etwa geschehen, indem zuerst zahlreiche, am Projekt beteiligte Entwickler mit den ihnen jeweils zur Verfügung stehenden finanziellen Möglichkeiten eine tragfähige Eigenkapitaldecke darstellen, dann

(etwa im Zusammenschluss zu einer GmbH) kreditwürdig werden und von den Banken Kapital zur Fortführung des Projektes erhalten.

Umsetzung

Die Ausführung von OS-Projekten ist je nach Produkt verschieden. Im einen Fall reicht vielleicht schon das Sammeln problemspezifischer Vorschläge über ein Internetportal, um die Entwicklung einer Idee voranzubringen. Im anderen Fall muss ein Betrieb gefunden werden, der sich für die Produktion einer bereits entwickelten Idee interessiert und sie zur Serienreife führen will.

Wichtig: Schon im Verlauf der Projektierung, bei der Wahl des Zentralisationsgrades und bei den Finanzierungsmöglichkeiten muss im Auge behalten werden, dass die spätere Umsetzung (Ausführung, Vermarktung) des Projektes das eigentliche Ziel ist. Denn oft bleibt ein Projekt irgendwo davor auf der Strecke, oft versandet eine gute Idee, weil sich die Beteiligten mit der Entwicklung begnügen, statt hartnäckig am eigentlichen Ziel – nämlich der Umsetzung – festzuhalten.

Sämtliche Probleme, die sich bei der Vorbereitung eines OS-Projekts ergeben, können wiederum mit diesem Verfahren bewältigt werden. Das geschieht, indem kompetente Frauen und Männer beteiligt werden, die an der Lösung des jeweiligen Problems interessiert sind. Darin liegt der Charme des Verfahrens: Gemeinsam mit einer ausgereiften Idee und mit breit gestreutem Spezialwissen zum Erfolg zu gelangen.

Abschnitt B

Rechtlicher Schutz von Erfindungen

Wenn Sie sich zur eigenen wirtschaftlichen Verwertung Ihrer Idee entschieden haben, sollten Sie den rechtlichen Schutz für Ihre Erfindung in Erwägung ziehen. Schätzen Sie den Marktwert und die Marktchancen Ihrer Idee dafür aber vorher gut ab, denn der rechtliche Schutz ist meist mit hohen Kosten verbunden.

Die zwei wichtigsten Schutzmöglichkeiten für technische Erfindungen, die das deutsche Recht bietet, sind das Patent und das Gebrauchsmuster. Darüber hinaus gibt es das Urheberrecht. Es ist u. a. im Zusammenhang mit dem Schutz von Software von Bedeutung. Daneben gibt es noch andere Schutzarten, die für technische Erfindungen aber kaum in Betracht kommen, wie etwa das Geschmacksmuster. Links zu den jeweiligen Gesetzen finden Sie am Ende des Leitfadens.

	Patent	Gebrauchsmuster	Geschmacksmuster	Urheberrecht
Anwendungsbereich	Technische Erfindungen	Technische Erfindungen	Design	Geistige Schöpfungen
Schutzdauer	20 Jahre	10 Jahre	25 Jahre	70 Jahre nach dem Tod des Urhebers
Kosten der Anmeldung (ca. Angaben, ohne Gewähr, Stand: Mai 2011)	In elektronischer Form 50 Euro, in Papierform: 60 Euro (tatsächliche Kosten weit höher)	40 Euro	70 Euro	Bedarf keiner gesonderten Anmeldung

Kapitel 1

Das Patent

Ausführliche Informationen finden sich im Merkblatt für Patentanmelder des Deutschen Patentamtes (siehe Link Serviceteil).

Teil des Patentverfahrens ist die Sachgebietsrecherche, in der das Patentamt prüft, ob es zum Zeitpunkt der Anmeldung weltweit eine ähnliche, bereits angemeldete Erfindung gibt. Allerdings garantiert auch diese Recherche keinen absoluten Schutz, weil es immer technische Verfahren o. ä. geben kann, die bei der Recherche nicht erfasst wurden, aber bereits patentrechtlich geschützt waren. Dennoch bietet das Patent damit eine deutlich höhere Sicherheit, als das Gebrauchsmuster, das lediglich registriert, aber erst im Streitfall geprüft wird.

Schutzzumfang des Patent

Das Patent verbietet jedem Dritten, das geschützte Produkt (die geschützte Idee, das geschützte Verfahren etc.) ohne die Zustimmung des Inhabers herzustellen, anzubieten, in Verkehr zu bringen oder zu gebrauchen. Dabei beschränkt sich dieser Schutz auf das Land, in dem das Patent gewährt wird. Weiter reicht das europäische Patent, das jedoch für jedes Land der EU einzeln beantragt werden muss. Ein lückenloser internationaler Patentschutz ist zwar prinzipiell möglich, aber sehr teuer. Hierfür müssen auf jeden Fall viele Dienstleistungen (Rechtsberatung, Übersetzung etc.) in die Kostenrechnung einkalkuliert werden.

Informationen zum internationalen Schutzzumfang, zu Gebühren und Beantragung sind beim Europäischen Patentamt erhältlich.

Voraussetzungen für die Gewährung eines Patent

- Das Patent ist für Erfindungen geeignet, die neu sind, auf einer „erfinderischen Tätigkeit“ beruhen, nicht nur auf einem „erfinderischen Schritt“, und die gewerblich nutzbar sind. Der Gesetzgeber hat zwischen diesen beiden Formulierungen jedoch keine eindeutige Abgrenzung getroffen, so dass jeweils im Einzelfall geprüft werden muss, ob eine Erfindung auf einem „erfinderischen Schritt“ oder auf einer „erfinderischen Tätigkeit“ beruht. Der „erfinderische Schritt“ erfordert weniger Innovation und genügt als Voraussetzung für das Gebrauchsmuster.
- Die Frage nach dem Eigentümer der Erfindung muss geklärt sein: Ist die Erfindung „frei“ oder „gebunden“? Gebundene Erfindungen sind Erfindungen, die während der Dienstzeit bzw. in der

Rolle des Arbeitnehmers gemacht wurden, oder die maßgeblich auf Erfahrungen aus oder Arbeiten in der Arbeitsstätte beruhen.

- Miterfinder müssen bei der Patentierung berücksichtigt werden.
- Die Erfindung darf vor der Patentierung noch nicht veröffentlicht worden sein. Vor allem im wissenschaftlichen Bereich ist es üblich, Forschungsergebnisse, Neuerungen etc. in Fachzeitschriften zu veröffentlichen. Dies macht die Erteilung eines Patentes aber unmöglich, weil die Erfindung ab dem Augenblick der Veröffentlichung zum Stand der Technik zählt. Bei der Erteilung eines Gebrauchsmusters gibt es allerdings eine Schonfrist, in der etwa Messebesuche vor dem Schutzverfahren möglich werden. Erkundigen Sie sich in diesem Fall aber unbedingt vorher beim Patentamt.
- Computerprogramme / Software: Sie sind heute oft Bestandteil einer Erfindung, können selbst aber nicht patentiert werden. Dennoch ist mittlerweile ein Schutz in Verbindung mit der Gesamterfindung möglich.

Kapitel 2

Das Gebrauchsmuster

Ausführliche Informationen finden sich im Merkblatt für Gebrauchsmuster des Deutschen Patent- und Markenamtes (siehe Link im Serviceteil).

Schutzumfang des Gebrauchsmusters

Das Gebrauchsmuster gewährt gegenüber dem Patent zwar einen kürzeren Schutz, nämlich für zehn Jahre, aber es ist auch wesentlich billiger. Die Gebühr für eine reine Gebrauchsmusteranmeldung beträgt derzeit 40 Euro (Stand: Mai 2011). Damit eignet es sich für einen ersten, nationalen Schutz. Beantragt wird es beim Deutschen Patent- und Markenamt. Die spätere Erweiterung in ein Patent ist unter bestimmten Umständen in den ersten zwölf Monaten nach der Anmeldung möglich.

Im Gegensatz zum Patent wird das Gebrauchsmuster nur registriert, aber nicht geprüft. Die Prüfung erfolgt erst im Streitfall. Das spart zunächst einmal Kosten. Andererseits wissen Sie zum Zeitpunkt der Anmeldung nicht, ob es bereits eine bestehende Erfindung gibt, die der eigenen gleicht. Das heißt, Sie wissen auch nicht, ob Ihre Idee überhaupt schützbar ist. Wie oben bereits erwähnt, garantiert allerdings auch eine Sachgebietenrecherche mit negativem Ergebnis keinen absoluten Schutz, weil es immer technische Verfahren o. ä. geben kann, die bei der Recherche nicht erfasst wurden, aber bereits patentrechtlich geschützt waren.

Das Gebrauchsmuster ist auf die wenigen Länder beschränkt, in denen es diese Schutzmöglichkeit überhaupt gibt. Neben Deutschland ist das beispielsweise Österreich im deutschsprachigen Raum. Im internationalen Raum ist die Zahl der Länder mit dieser Schutzmöglichkeit sehr gering.

Voraussetzung für die Gewährung eines Gebrauchsmusters

Das Gebrauchsmuster ist für Erfindungen geeignet, die neu sind, auf einem erfinderischen Schritt beruhen und gewerblich anwendbar sind. Allerdings können weder Verfahrens- noch Softwareerfindungen mit dem Gebrauchsmuster geschützt werden. Hier kommt in Deutschland und Europa das Urheberrecht zur Anwendung. In Verbindung mit einer technischen Erfindung ist dennoch ein gewisser Schutz von Software möglich. Die Rechte des Gebrauchsmusterinhabers und der Schutzbereich entsprechen im Wesentlichen denen des Patentinhabers. Es empfiehlt sich aber auf jeden Fall, den Gesetzestext durchzulesen (siehe Link im Serviceteil).

Kapitel 3

Patent oder Gebrauchsmuster? Oft eine Frage des Geldes

Die Kosten für ein Patent sind im Vergleich zum Gebrauchsmuster enorm. Sie können sich auf 70.000 Euro belaufen und sogar die 200.000 Euro-Grenze überschreiten, wenn es im Zuge der Patentierung zu Gerichtsverfahren kommt. Die geringen Anmeldegebühren fallen somit kaum ins Gewicht, sollten also nicht das Entscheidungskriterium bei der Wahl des Schutzes sein.

Erforderlich ist ein Abwägen zwischen zeitlichem, finanziellem und organisatorischem Aufwand einerseits und der Notwendigkeit eines umfangreichen Schutzes andererseits. In vielen Fällen überwiegt der Zwang zum kostengünstigen Schutz, so dass dann der Schutz per Gebrauchsmuster sinnvoller erscheint und über eine spätere Erweiterung zum Patent nachgedacht werden sollte. (Zu bedenken ist aber, dass die korrekte Formulierung in beiden Fällen notwendig ist, also letztlich auch viel kostet. Will man dann ein Jahr später auf ein Patent erweitern, fallen alle Kosten nochmal an. Wenn man den Erfolg einer Erfindung erwartet, sollte man darüber nachdenken, gleich ein Patent anzumelden.

Abschnitt C

Vermarktung von privaten Ideen

Die Vermarktung einer Idee ist keine Notwendigkeit, die sich aus einer Erfindung von selbst ergibt. Ob der Schritt zur wirtschaftlichen Verwertung erfolgt und wie er gegebenenfalls umgesetzt wird, muss sorgfältig geprüft werden. Wenn sich zeigt, dass sich eine Idee nicht zur Marktreife entwickeln lässt, wenn das Risiko des Scheiterns im Alleingang zu hoch ist, oder wenn andere Geschäftsmodelle (Beteiligungen) mehr Erfolg versprechen, dann ist beispielsweise ein teurer rechtlicher Schutz nicht unbedingt sinnvoll.

Der Erfinder sollte sich daher nicht vorschnell für ein bestimmtes Geschäftsmodell entscheiden und sich mehrere Optionen offen halten. Der Erfolg hängt in jedem Fall davon ab, wie gut Sie das wirtschaftliche Potenzial Ihrer Idee oder Ihres Produktes einschätzen. Es kann nicht oft genug betont werden: Die Wahl eines geeigneten Geschäftsmodells kann nur auf der Grundlage einer realistischen (!) Einschätzung erfolgen. Diese sollte frühestmöglich stattfinden, spätestens bei der Entscheidung über den rechtlichen Schutz.

Die folgende Aufzählung gibt eine grobe Übersicht über die Vorgehensweise bei der Vermarktung einer Erfindung:

1. Beschreibung der Erfindung
2. Einschätzung des wirtschaftlichen Potenzials
3. Ggf. Schützen der Erfindung
4. Entscheidung für ein Geschäftsmodell
5. Kontakte knüpfen in der Gründerszene / Zusammenstellung eines Gründerteams
6. Erstellung eines Businessplanes
7. Suche nach Eigenkapital durch Präsentation der Geschäftsidee vor den Business Angels und auf Businessplanwettbewerben
8. Umsetzung des Businessplanes

Als Alternative zur persönlichen wirtschaftlichen Verwertung und zum rechtlichen Schutz sei hier noch einmal auf das Open-Source-Verfahren hingewiesen. Hier wird die Idee der Öffentlichkeit zur Vermarktung angeboten und der Erfinder kann sich finanziell oder mit seinem Sachverstand daran beteiligen oder auch nicht. Er hat dann eine Wertentscheidung getroffen, die sich nicht in erster Linie am Profit orientiert, sondern am gesellschaftlichen Nutzen: Er will, dass seine Idee um jeden Preis verwirklicht wird – egal von wem.

Kapitel 1

Wie soll eine Erfindung wirtschaftlich verwertet werden?

Wenn Sie sich für die eigene wirtschaftliche Verwertung entschieden und die Erfindung rechtlich geschützt haben, stellt sich die Frage nach der Organisation der Verwertung. Hier müssen Sie sich über Ihre unternehmerischen Fähigkeiten und Ziele erst ganz klar werden, um eine Chance auf Erfolg zu haben.

Sind Sie ein „reiner“ Erfinder, der die wirtschaftliche Verwertung seiner Idee eher mit Widerwillen angeht und der eigentlich viel lieber im Overall in seiner Werkstatt steht, anstatt mit Anzug und Krawatte mit Geldgebern zu verhandeln? Oder organisieren Sie auch gerne, haben Überzeugungstalent und ein Gespür für die Komplexität wirtschaftlicher Zusammenhänge? Seien Sie sich selbst gegenüber kritisch und ehrlich. Fragen Sie sich, ob die Ziele, die Sie auf lange Sicht verfolgen, eher technischer, wirtschaftlicher oder politischer Natur sind. Was wollen Sie mit Ihrer Idee erreichen und warum?

Wenn Sie zum Schluss kommen, dass Ihre erfinderischen Fähigkeiten die unternehmerischen bei weitem übersteigen, dann ist es ratsam, sich für ein Teilhabermodell zu entscheiden. Zur Prüfung ihrer „Unternehmerpersönlichkeit“ finden Sie Informationen im Internet (siehe Serviceteil).

Prinzipiell haben Sie jedoch drei Möglichkeiten bei der wirtschaftlichen Verwertung Ihrer Idee: Entweder Sie kooperieren mit anderen Unternehmen oder Sie lizenzieren bzw. verkaufen Ihr Patent. Die dritte Möglichkeit ist die Gründung eines eigenen Unternehmens zur Vermarktung Ihrer Erfindung.

Kooperation mit anderen Unternehmen

Der Vorteil einer kooperativen Lösung liegt vor allem darin, dass Sie Eigentümer Ihrer Erfindung bleiben und zur Vermarktung auf die Strukturen anderer Unternehmen zurückgreifen können. Voraussetzung hierfür ist, dass Sie geeignete Kooperationspartner von Ihrer Idee überzeugen können. Geregelt wird das kooperative Verhältnis dann z.B. über die Vergabe von Lizenzen. Ebenso denkbar ist die Abgabe eines Patentes an ein bestehendes Unternehmen (Sie sind dann nicht mehr der Eigentümer), um im Gegenzug z.B. Anteile an diesem Unternehmen zu erhalten.

Egal ob in Kooperationen oder beim Aufbau eines eigenen Unternehmens: Zur Vermarktung Ihrer Idee kann die Vergabe von Lizenzen sinnvoll sein.

Ausschließliche Lizenz

Mit einer ausschließlichen Lizenz gewähren Sie dem Lizenznehmer gegen eine angemessene Vergütung das ausschließliche Nutzungsrecht an Ihrer Erfindung. Sowohl Lizenzgeber als auch Lizenznehmer können keine weiteren Lizenzen vergeben, so dass dem Lizenznehmer eine Monopolstellung zukommt. Weitere Verabredungen können vertraglich geregelt werden.

Weitere Lizenzformen

Bei nicht ausschließlichen Lizenzen kann der Patentinhaber Lizenzen an mehrere Lizenzinhaber vergeben. Daneben gibt es weitere Formen der Lizenzierung, etwa die Stücklizenz oder die Umsatzlizenz. Bei der Umsatzlizenz sind etwa zwischen ein und fünf Prozent des Umsatzes als Vergütung an den Patentinhaber üblich. Die Kontrolle über den Umsatz ist manchmal schwierig, wenn die verkauften Stückzahlen (etwa bei Softwarepaketen mit verschiedenen Verkaufsversionen) nicht direkt nachvollziehbar sind. Hier empfiehlt sich ein entsprechender Passus im Vertrag, der etwa die Einsicht in die Buchführung gestattet.

Auch sonst ist Vorsicht geboten: Es gibt große Unternehmen, die besonders gute Erfindungen mittels Übernahme gegen eine Stücklizenz in der Schublade verschwinden lassen, um jegliche Konkurrenz zu unterbinden. Ganz allgemein gilt: Je besser die Erfindung und je mächtiger die Branche, desto mehr Vorsicht ist bei vertraglichen Vereinbarungen geboten. Üblich sind auch großzügige Angebote an den Erfinder selbst: Stellenangebote, Geschenke, Einladungen etc. Seien Sie auf der Hut, wenn Sie sich entschieden haben, Ihre Idee durchzusetzen.

Verkauf eines Patentes

Beim Verkauf Ihres Patentes – ebenso wie bei der Vergabe von Lizenzen – ist vor allem wichtig, dass Sie den Marktwert der Erfindung realistisch einschätzen. Dafür sollten Sie kompetente und vertrauenswürdige Hilfe in Anspruch nehmen, denn das bedarf großer Erfahrung und eines feinen Gespürs für die Vorgänge in den jeweiligen Märkten. Dabei ist kein Markt wie der andere.

Bedenken Sie, dass der Marktwert vor allem abhängig von der zukünftigen Nachfrage ist. Ein Erfolg versprechendes Vermarktungskonzept kann deshalb schon im Vorfeld den Marktwert erhöhen.

Ob Vertragsabschlüsse mit Kooperationspartnern, beim Verkauf Ihres Patentes oder bei der Unternehmensgründung: Holen Sie im Vorfeld stets mehrere Angebote ein und nehmen Sie sich auf jeden Fall rechtlichen Beistand. Ganz allgemein sollten Sie bei allen Förderern und Partnern auf Integrität achten, denn es gibt einige schwarze Schafe, sog. „Business Devils“, auf dem Beteiligungsmarkt.

Kapitel 2

Wie finanziert man ein Unternehmen?

Wenn Sie sich dazu entscheiden, Ihre Idee selbständig zu vermarkten, müssen Sie ein Unternehmen gründen. Neben den rechtlichen Fragen der Unternehmensgründung gilt es dabei vor allem zu klären, wie Sie die einzelnen Phasen des Unternehmensaufbaus finanzieren.

Eigen- und Fremdkapital

Der Aufbau einer Kapitaldecke geschieht mit Eigenkapital und mit so genanntem „*Venture-Capital*“ (VC). VC ist Beteiligungskapital und kommt von fremder Seite. Dieses Beteiligungskapital verlangt nach Sicherheiten. Daher ist der Anteil an Eigenkapital, den Sie zur Finanzierung einbringen können, entscheidend: Für den Kapitalgeber (Banken, Business-Angels oder der Staat) sinkt das eigene Geschäftsrisiko in dem Maße in dem Eigenkapital zur Deckung von Kosten und Gewinnausfällen vorhanden ist.

Die Anforderungen, um Fremdkapital einwerben zu können, sind seit dem Niedergang des Neuen Marktes an der Börse und der letzten Krise enorm gestiegen. Staatliche Förderungen greifen erst ab einem Eigenkapitalanteil von etwa zwanzig Prozent. Auch die Banken geben derzeit nur handelsübliche Kredite und verlangen entsprechende Sicherheiten. Bei den offiziellen Institutionen werden meist genaue Voraussetzungen gefordert, die von Ihnen entweder eindeutig erfüllt werden oder nicht.

Deshalb sind die ersten Geldgeber oft die sog. „FFF“: Friends, Family, Founder. Denn finanziell potente Privatinvestoren lassen sich bei der Bereitstellung von Kapital eher von Ihrer Vision einer zukünftigen Geschäftsentwicklung leiten, als offizielle Institutionen. Wo es also an formalen Voraussetzungen für eine Beteiligung fehlt, da kann es mit einer wirklich guten Idee gelingen, einen privaten Geldgeber von den Chancen einer Beteiligung zu überzeugen.

Aber selbst wenn Sie weder über Vermögen noch über fremde Quellen verfügen, kann der Staat helfen indem er Bürgschaften für Kredite gibt, die Ihnen ansonsten nicht gewährt werden würden. Wo der Staat bürgt, ist das Risiko für den Kapitalgeber gering. Wenden Sie sich bei Fragen zur Förderung von Eigenkapital an die Kreditanstalt für Wiederaufbau (siehe Link im Serviceteil).

Wenn die Eigenkapitalhürde genommen ist, dann ist der Weg frei zum Fremdkapital aus den Fonds formell-institutioneller Kapitalgeber (Banken, Staat).

Gespräche mit potentiellen Geldgebern

Der Aufbau einer guten Eigenkapitaldecke erfordert viel Geschick im Umgang mit möglichen Geldgebern und ein Gefühl für die jeweils erforderliche Taktik. Erfolgsaussichten hat ein solches Gespräch aber prinzipiell nur dann für Sie, wenn Ihre Erfindung tatsächlich einen Marktwert besitzt, wenn Sie von Ihrer Erfindung und ihrem Wert überzeugt sind, wenn Sie sich die Bewältigung der unternehmerischen Aufgabe zutrauen und wenn Ihr Unternehmenskonzept Erfolg versprechend ist. Zusätzlich spielen auch äußerliche Merkmale, wie etwa Kleidung und gepflegte Erscheinung, eine entscheidende Rolle.

Das Gespräch mit Ihren zukünftigen Geldgebern ist in seiner Wichtigkeit kaum zu überschätzen, dennoch wird bei den Beratungsstellen selten auf die Bedeutung der Form solcher Gespräche hingewiesen. Natürlich lassen sich nicht alle Finanzierungsgespräche in eine Form bringen, auf die Sie sich dann entsprechend vorbereiten können. Je nach Gesprächspartner kann das Gespräch eher locker und ungezwungen verlaufen oder aber einer Examensprüfung gleichen.

Werfen Sie nicht gleich die Flinte ins Korn: Die Anforderungen an den Unternehmensgründer sind heute zwar hoch, aber sie sind zu bewältigen. Ihre Aufgabe besteht zunächst darin, sich Qualifikationen anzueignen, um bei starker Konkurrenz mit Ihrer Idee überzeugen zu können. Der Vorteil: Wer gelernt hat zu überzeugen, der steht mit beiden Beinen schon fest im Geschäft bevor er einen Vertrag unterschrieben hat.

Sie überzeugen Ihre Gesprächspartner, wenn Sie

- eine gute Idee
- vor einem kritischen, kompetenten, finanziell potenten Publikum
- mit guten Konzepten
- ansprechend, spannend und
- Erfolg versprechend

präsentieren.

Präsentieren lässt sich z.B. auf Businessplan-Wettbewerben oder ähnlichen Veranstaltungen erlernen. Beim Vortrag vor den Business Angels sollten Sie das Präsentieren allerdings schon beherrschen, denn eine solche Chance ergibt sich selten ein weiteres Mal. Es empfiehlt sich, Gründernetzwerke intensiv zu nutzen, ein Gründerteam aufzubauen und Kontakte mit anderen Gründern herzustellen, um die hohen Anforderungen gemeinsam zu bewältigen, um sich gegenseitig zu motivieren und um in der kritischen Diskussion den Schwächen im Vermarktungskonzept auf die Spur zu kommen.

Kapitel 3

Wie erstellt man einen Businessplan?

Um Ihre Idee vor entsprechendem Publikum präsentieren zu können, benötigen Sie einen Businessplan. Der Businessplan ist das schriftliche Konzept Ihrer Geschäftsidee. Er erfüllt vor allem drei Aufgaben.

Zum einen hilft er, die Geschäftsidee zu konkretisieren und führt die Schwierigkeiten vor Augen, die der Aufbau eines Unternehmens mit sich bringt. Bei der Erstellung des Businessplanes werden Umsetzungsprobleme Ihrer Idee sichtbar noch bevor sie zum Stolperstein werden können.

Zum anderen ist der Businessplan die Gesprächsgrundlage bei den Verhandlungen mit den Kreditabteilungen der Banken und mit privaten Geldgebern, die nur zur Finanzierung Ihrer Idee bereit sein werden, wenn Sie sie mit einem Erfolg versprechenden Konzept zur Vermarktung Ihrer Erfindung überzeugen können.

Drittens ist der Businessplan der Fahrplan zum Aufbau Ihres Geschäfts. Er hat einen Umfang von 20 bis 30 Seiten und enthält alle Daten, die ein Investor benötigt, um Ihre Idee zu prüfen.

Vorbereitung des Businessplans

- Erste Markteinschätzung: Welches Potenzial besteht für ein Produkt nach Ihrer Idee? Noch einmal: Diese Einschätzung sollte auch schon vor dem rechtlichen Schutz erfolgen, damit Sie sich darüber klar werden können, ob die Kosten des Schutzes nicht das wirtschaftliche Potenzial Ihrer Erfindung übersteigen;
- Einschätzung des Geschäftsrisikos mittels einer „Stärken-Schwächen-Chancen-Risiko-Analyse“ (neudeutsch: SWOT);
- Konzept zur Entwicklung Ihrer Idee bis zur Marktfähigkeit (Wie wollen Sie verfahren, um Ihre Erfindung zu einem ausgereiften Produkt zu entwickeln, mit dem Sie sich auf dem Markt behaupten können und mit dem Sie das Potenzial Ihrer Erfindung ausschöpfen können?);
- Marketingkonzept erstellen (Wie wollen Sie das Potenzial ausschöpfen?);
- Abschätzung von Zeit- und Kostenaufwand Ihrer Unternehmung bis zur Gewinnphase.

Aufbau des Businessplans

In der ausgearbeiteten Form enthält ein Businessplan dann in der Regel folgende Punkte:

- **Executive Summary:** Dabei handelt es sich um eine ein- bis zweiseitige Zusammenfassung des Businessplanes. Das Executive Summary vermittelt einen ersten, oftmals entscheidenden Eindruck von Ihrem Vorhaben. Es stellt so etwas wie eine Visitenkarte dar und sollte daher die wichtigsten entscheidungsrelevanten Aspekte enthalten und zum Weiterlesen motivieren.
- **Die Geschäftsidee:** Hier geht es um die Darstellung des Problems, das Ihre Erfindung lösen soll, um die Beschreibung Ihrer Erfindung und um Ihre Vorstellungen, wie die Erfindung vermarktet werden soll. Wichtig ist, dass Sie die Perspektive des zukünftigen Kunden in Ihre Überlegungen mit einbeziehen, weil Sie dem Investor damit Hinweise liefern, wie stark sich die Nachfrage nach Ihrem Produkt entwickeln könnte. Ihre Ausführungen sollten dabei nicht zu detailliert sein, damit die Lesbarkeit nicht leidet.
- **Unternehmerteam:** Je nach Aufwand, den die Entwicklung Ihrer Erfindung bis zur Marktreife und die anschließende Vermarktung erfordert, ist es ratsam, die Geschäftsidee nicht im Alleingang zu realisieren. Im Businessplan stellen Sie gegebenenfalls Ihre Partner vor, indem Sie deren Qualifikationen im Zusammenhang mit der Geschäftsidee hervorheben. Ein Unternehmerteam besteht aus drei bis sechs Personen, deren Aufgabengebiete klar definiert sind, und die sich mit Ihren Fähigkeiten ergänzen.
- **Markt und Marketing:** Am Beginn steht eine Beschreibung des Marktes, den Sie bedienen wollen. Dann stellen Sie die derzeitige Marktlage dar und geben eine Prognose über die zukünftige Entwicklung ab, die mit entsprechenden Daten und Diagrammen belegt werden muss. Im Anschluss beschreiben Sie die Konkurrenzsituation und den Kunden, um den konkurriert werden soll. Schildern Sie, warum sich dieser Kunde für Ihr Produkt entscheiden wird und nicht für das der Konkurrenz. Erklären Sie, warum und mit welcher Kundenzahl Sie rechnen. Nun stellen Sie Ihre Marketingstrategie vor. Dabei geht es um die Frage, wie Sie Ihre Kundschaft erreichen und wie Sie sich auf dem Markt etablieren wollen. Beantworten Sie auch die Frage, wie Ihr Produkt vertrieben werden soll.
- **Risiken:** Professionelle Investoren leben zwischen dem Risiko des Scheiterns und der Chance auf Gewinn. Ihr Businessplan sollte also auf alle großen Unternehmensrisiken hinweisen, die Ihre Idee mit sich führt. Damit machen Sie deutlich, dass Sie sich in Ihrem unternehmerischen Bereich auskennen und gegenüber bösen Überraschungen gewappnet sind. Aber malen Sie auch nicht zu schwarz.

- **Organisation:** Hier beschreiben Sie die Struktur Ihres Unternehmens, soweit Sie die Entwicklung absehen und planen können. Es nützt nicht viel, im Voraus schon einen Konzern zu planen, wenn der dauerhafte Drei-Personen-Betrieb schon als überdurchschnittlicher Erfolg zu bewerten ist.
- **Realisierung:** In diesem Teil stellen Sie einen Zeitplan auf, aus dem ersichtlich wird, wann sich Ihre Unternehmung in welcher Phase befindet. Kalkulieren Sie hier realistisch, weil sich jede Verzögerung gegenüber der Planvorgabe bei der Realisierung vertrauensschädigend auf Ihre Investoren auswirkt.
- **Finanzierung:** Im Finanzierungsteil wird gezeigt, wie viel Kapital Sie für Ihre Unternehmung benötigen, woher Sie dieses Kapital nehmen wollen und welchen Rückfluss die Kapitalgeber erwarten können. Neben diesen Angaben geben Sie Ihre begründete Kalkulation über Ausgaben für die Ausstattung der Firma, Betriebsstoffe und Geschäftsbetrieb ab. Diese Ausgaben stellen Sie den voraussichtlichen Einnahmen gegenüber. Diese Daten benötigen Sie für die ersten zwei bis drei Jahre.

Umsetzung des Businessplanes: Der Aufbau Ihres Unternehmens

Wenn Sie alle vorangegangenen Schritte erfolgreich hinter sich gebracht haben, dann haben Sie schon sehr viel dafür getan, dass Sie auch mit der Umsetzung Ihrer Idee erfolgreich sein werden. Bei gescheiterten „Start-ups“ war die Vorbereitung meist unzureichend oder die Unwägbarkeiten im Prozess der Unternehmensgründung wurden stark unterschätzt, bzw. zu optimistisch eingeschätzt. Aber viele Probleme, die ein Unternehmen zum Scheitern bringen können, zeigen sich schon bei der ausführlichen Ausarbeitung eines überzeugenden Businessplanes im Gründerteam und bei den Gesprächen mit möglichen Geldgebern und lassen sich dann auch lösen oder umgehen. Ich empfehle Ihnen, die Links zu den Beratungs- und Förderstellen, die ich Ihnen in diesem Leitfaden zu den verschiedenen Schritten zusammengestellt habe, intensiv zu nutzen.

Serviceteil

Unterstützungsangebote

Nachfolgend sind die wichtigsten Möglichkeiten aufgelistet, die bei der Entwicklung und Vermarktung von Erfindungen genutzt werden können. Die Kontaktdaten sind in der Link- und Adressenliste aufgeführt.

Öffentliche Unterstützung

Bund, Länder und EU gewähren günstige Darlehen und nicht-rückzahlbare Zuschüsse, um eine Unternehmensgründung zu unterstützen. Diese Darlehen zeichnen sich u. a. durch günstige Zinsen, lange Laufzeiten und häufig durch eine rückzahlungsfreie Zeit aus. Die wichtigsten Förderprogramme werden durch die KfW Bankengruppe angeboten. Nähere Informationen zu den einzelnen Programmen erhalten Sie beim Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie und bei der KfW direkt. Von beiden Stellen können Sie umfangreiche und kompetente Beratungsangebote in Anspruch nehmen.

- Unternehmerkapital: ERP-Kapital für Gründung und Wachstum sowie Kapital für Arbeit und Investition
- Startgeld
- Mikro-Darlehen
- Unternehmerkredit
- ERP-Regionalförderprogramm
- ERP-Innovationsprogramm
- ERP-Exportfinanzierungsprogramm
- Bürgschaftsprogramm
- Verschiedene Beteiligungsprogramme (Beteiligungskapital)
- Beratungsangebote (Gründung, Finanzierung etc.) und Kontaktangebote

Halböffentliche Unterstützung

Stiftungen: In Deutschland stellen etwa 13.000 Stiftungen finanzielle Mittel für verschiedene Projekte zur Verfügung. Um die richtige Stiftung für den eigenen Zweck zu finden empfiehlt es sich, nach Übereinstimmung von Stiftungszweck und eigener Idee zu recherchieren und anschließend mittels eines Exposés Kontakt aufzunehmen. Im **Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft** sind

etwa 3000 Unternehmen, Stiftungen und Privatpersonen zur Förderung von Wissenschaft, Forschung und Bildung organisiert.

Netzwerke: In diesen Netzwerken werden vor allem Informationen, Beratung, Qualifizierung und Kontakte zu Kapitalgebern und anderen Gründern und Erfindern angeboten. Die wichtigsten Netzwerke sind:

- **Gründerinitiativen** bieten Hilfe bei der Ausarbeitung von Unternehmenskonzepten und Businessplänen sowie Unterstützung bei der Unternehmensführung an.
- **Businessplan-Wettbewerbe** leisten Hilfe, Beratung und Coaching bei der Ausarbeitung und Umsetzung von Businessplänen.
- **Business Angels Netzwerk Deutschland e.V. (BAND)** ist ein Netzwerk privater Risikokapitalgeber.
- **ADT - Arbeitsgemeinschaft Deutscher Technologie- und Gründerzentren e.V.** ist der Bundesverband der deutschen Innovations-, Technologie- und Gründerzentren sowie der Wissenschafts- und Technologieparks.
- **SIGNO** wurde vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) initiiert. Das Programm unterstützt Hochschulen, Unternehmen und freie Erfinder bei der rechtlichen Sicherung und wirtschaftlichen Verwertung ihrer innovativen Ideen.
- **EXIST** ist ein Förderprogramm des BMWi mit dem Ziel, das Gründungsklima an Hochschulen und außeruniversitären Einrichtungen in Deutschland zu verbessern und die Anzahl technologieorientierter und wissensbasierter Unternehmensgründungen zu steigern.
- **Deutsches Gründerinnen Forum e. V.** hält als bundesweites Netzwerk Informationen über Austausch, Zusammenarbeit und Weiterbildung für Unternehmerinnen und Gründerinnen bereit.
- **Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG)** ist ebenfalls eine Förderinitiative des BMWi. 29 regionale Kompetenzzentren sowie das Branchenkompetenzzentrum für den Handel bieten seit 1998 gezielt Informationen, die auf die Bedürfnisse kleiner und mittlerer Unternehmen zugeschnitten sind.

Wettbewerbe und Ausschreibungen

Bund, Länder und Gemeinden vergeben öffentliche Aufträge per Ausschreibung. Für Erfinder ist es durchaus eine Möglichkeit, das Eigenkapital mit solchen Aufträgen aufzubessern. Mit Preisen dotierte Wettbewerbe zu verschiedenen Themen und Fragestellungen werden häufig von

Unternehmen, Stiftungen und Vereinen veranstaltet. Bei solchen Wettbewerben können Erfinder ebenfalls ihr Know-how gezielt einbringen.

Ausgründungen großer Unternehmen

Große Unternehmen gründen Technologiefelder aus verschiedenen Gründen aus:

- sie gehören nicht zum Kerngeschäft (39%)
- die eigenen Forschungsergebnisse können außerhalb besser vermarktet werden (27%)
- erst eine zukünftige Beteiligung lohnt sich (20%)
- das Geschäftsrisiko lässt sich so reduzieren (7%)
- es lassen sich Kosten sparen (7%)

Für den Erfinder sind diese Gründe von Interesse, wenn er mit seiner Idee zum Erfolg der Ausgründung beitragen kann. Allerdings muss er dazu über sehr spezifische Informationen verfügen. Diese erhält er in der Regel durch persönlichen Kontakt. Daher sollte er ständig auf Messen, Tagungen und Kongressen, die sein Fachgebiet betreffen, präsent sein. In persönlichen Gesprächen erhält er dort „Insider-Wissen“ über Vorgänge in bestimmten Branchen, Firmen und Abteilungen, die sein Fortkommen begünstigen können.

Link- und Adressenliste

Öffentliche Unterstützung

<p>www.patentinformation.de</p> <p>Allgemeine Informationen zu den verschiedenen Schutzformen (Patent, Gebrauchsmuster etc.), zu Recherchemöglichkeiten und zum Stand der Technik. Fokus: technische Schutzrechte, Patente, Gebrauchsmuster.</p>	<p>Arbeitsgemeinschaft Deutscher Patentinformationszentren e.V. c/o Technische Universität Darmstadt Patentinformationszentrum Schöfferstr. 8 64295 Darmstadt</p> <p>Tel.: 061 51/16-55 27 Fax: 061 51/16-55 28 E-Mail: arge@main-piz.de</p>
<p>www.dpma.de</p> <p>Deutsches Patent- und Markenamt, die zentrale Behörde in Deutschland. Ausführliche Informationen zu allen Bereichen des gewerblichen Rechtsschutzes. Weitere Dienststellen in Berlin und Jena.</p>	<p>Postanschrift: Deutsches Patent- und Markenamt 80297 München Tel.: 089/21 95-0 Fax: 089/21 95-22 21 Fax Markenbereich: 089/21 95-40 00 E-Mail: info@dpma.de</p>
<p>http://depatisnet.dpma.de (D) (Deutsches Patent- und Markenamt)</p> <p>www.uspto.gov/main/patents.htm (USA) (United States Patent and Trademark Office)</p> <p>http://www.epo.org/searching/free/espacenet.html (European Patent Office) Kostenlose Internetrecherche für bereits bestehende Patente (ohne Gewähr!)</p>	
<p>www.ibb.de Investitionsbank Berlin</p> <p>Sehr gute Förderfibel im Downloadbereich</p>	<p>Investitionsbank Berlin (IBB) Bundesallee 210 10719 Berlin Tel.: 030/21 25-0 Fax: 030/21 25-20 20</p>
<p>www.kfw.de Kreditanstalt für Wiederaufbau: Staatliche Hilfe für sämtliche Unternehmensformen und -vorformen. Telefonische Beratung zu allen Förderprogrammen der KfW, Telefonnummern unter http://www.kfw.de/kfw/de/I/II/Kontakt/index.jsp</p>	<p>KfW Bankengruppe Palmengartenstraße 5-9 60325 Frankfurt am Main Tel.: 069/74 31-0 Fax: 069/74 31-29 44 E-Mail: info@kfw.de</p>
<p>www.signo-deutschland.de Eine Initiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi), das Programm SIGNO unterstützt Hochschulen, Unternehmen und freie Erfinder bei der rechtlichen Sicherung und wirtschaftlichen Verwertung ihrer innovativen Ideen.</p>	<p>Projekträger Jülich (PtJ) Technologietransfer und Unternehmensgründungen (UBV2) Zimmerstraße 26-27, 10969 Berlin Fax: 030/20 19 9-47 0 E-Mail: signo-ptj@fz-juelich.de</p>

<p>Das Netzwerk der SIGNO-Partner bietet verschiedene Förderangebote rund um den Innovationsprozess. http://www.signo-deutschland.de/unternehmen/content/e4154/index_ger.html</p>	<p>Ansprechpartner für SIGNO Hochschulen: Reinhardt Seitz Tel.: 030/20 19 9-44 3 Ansprechpartner für SIGNO Unternehmen Frederic Casans Tel.: 030/20 19 9-4 25 Ansprechpartner für SIGNO Erfinder Susanne Eichner Tel.: 030/20 19 9-4 51</p> <p>Kontakt Patentpolitik im BMWi Referat VII A 4 Scharnhorststraße 34-37 10115 Berlin</p>
<p>www.dihk.de Deutscher Industrie- und Handelskammertag</p> <p>Industrie- und Handelskammer: Guter Rat zu steuerlichen, rechtlichen und versicherungstechnischen Fragen der Existenzgründung, Vermittlung interessanter Geschäftspartner, Veranstaltung, Broschüren, Fördermittel</p>	<p>Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V. Breite Straße 29 10178 Berlin Tel.: 030/20 30 8-0 Fax: 030/20 30 8-10 00 E-Mail: infocenter@dihk.de</p>
<p>www.leitstelle.org Leitstelle für Gewerbeförderungsmittel des Bundes</p> <p>Praktische Hilfen und Beratung zum Einwerben von Bundesmitteln</p>	<p>Leitstelle für Gewerbeförderungsmittel des Bundes An Lyskirchen 14 50676 Köln Tel.: 02 21/36 25 17 Fax: 02 21/36 25 12 E-Mail: info@leitstelle.org</p> <p>Kontakt Förderung von Unternehmensberatungen: Dieter Buyna Tel.: 02 21/37 77 38 9 E-Mail: buyna@leitstelle.org</p> <p>Stephanie Deutz Tel.: 02 21/37 77 39 1 E-Mail: deutz@leitstelle.org</p> <p>Vanessa Hellner Tel.: 02 21/35 08 94 9 E-Mail: hellner@leitstelle.org</p>
<p>www.innovationspartner.de</p> <p>Qualitativ hochwertige Börse für Innovationen, Know-how und Kapital</p>	<p>Projekträger Jülich (PtJ) Technologietransfer und Unternehmensgründungen Anke Hoffmann Leiterin Technologietransfer (UBV2) Zimmerstraße 26-27, 10969 Berlin Tel.: 030/20 19 9-30 Fax: 030/20 19 9-47 0 E-Mail: signo-ptj@fz-juelich.de</p>

<p>www.bmwi.de Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie</p> <p>Wichtige Links zur Existenzgründung und zu Förderprogrammen</p>	<p>BMWi Berlin Scharnhorststr. 34-37 10115 Berlin Postanschrift: 11019 Berlin Tel.: 030/18 61 5-0 Fax: 030/18 61 5-70 10</p> <p>Villemombler Str. 76 53123 Bonn Postanschrift: 53107 Bonn Tel.: 02 28/99 61 5-0 Fax: 02 28/99 61 5-44 36</p>
<p>http://www.stifterverband.info Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e.V.</p> <p>Zusammenschluss von rund 3.000 Unternehmen, Unternehmensverbände, Stiftungen und Privatpersonen zur Förderung von Wissenschaft, Forschung und Bildung.</p>	<p>Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e.V. Hauptverwaltung Essen Barkhovenallee 1 45239 Essen Postanschrift: Postfach 16 44 60, 45224 Essen Tel.: 02 01/84 01-0 Fax: 02 01/84 01-30 1 E-Mail: mail@stifterverband.de</p> <p>Hauptstadtbüro Berlin Oranienburger Str. 13-14 10178 Berlin Tel.: 0 30/32 29 82-0 Fax: 0 30/32 29 82-51 5 E-Mail: mail@stifterverband.de</p>
<p>http://www.max-planck-innovation.de Max-Planck-Innovation GmbH</p>	<p>Max-Planck-Innovation GmbH Amalienstr. 33 80799 München Tel.: 0 89/29 09 19-0 Fax: 0 89/29 09 19-99 E-Mail: info@max-planck-innovation.de</p>
<p>http://www.adt-online.de ADT-Bundesverband Deutscher Innovations-, Technologie- und Gründerzentren e.V.</p> <p>Kontaktadressen und zahlreiche nützliche Links rund um das Thema Unternehmensgründung</p>	<p>ADT-Bundesverband Deutscher Innovations-, Technologie- und Gründerzentren e.V. Jägerstrasse 67 10117 Berlin Tel.: 0 30/39 20 05 81 Fax: 0 30/39 20 05 82</p>
<p>http://www.exist.de EXIST – Existenzgründungen aus der Wissenschaft, ein Förderprogramm des BMWi. Ziel ist die Verbesserung des</p>	<p>EXIST Ref. II C 2 - Unternehmensgründung, ESF-</p>

<p>Gründungsklimas und die Verbreitung von Unternehmergeist an Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen in Deutschland sowie die Steigerung der Anzahl technologieorientierter und wissensbasierter Unternehmensgründungen.</p>	<p>Koordinierung</p> <p>Scharnhorststraße 34-37</p> <p>10115 Berlin</p> <p>E-Mail: info@bmwi.bund.de</p>
---	---

Private Unterstützung und Dienstleistungen (Auswahl)

<p>www.stiftung-industrieforschung.de Im industriellen Bereich: Unterstützung von Forschungsprojekten, Vergabe von Preisen und Stipendien, Veranstaltungen</p>	<p>Stiftung Industrieforschung Marienburger Str. 24 50968 Köln Tel.: 02 21/93 70 27 0 Fax: 02 21/34 38 07 E-Mail: info@stiftung-industrieforschung.de</p>
<p>www.business-angels.de Netzwerk der Netzwerke, fördert die Kultur der Selbständigkeit und ermöglicht den Zugang zu allen wichtigen Netzwerken für Gründer.</p>	<p>Business Angels Netzwerk Deutschland e.V. (BAND) Semperstraße 51 45138 Essen Tel.: 02 01/89 41 5-60 Fax: 02 01/89 41 5-10 E-Mail: band@business-angels.de</p>
<p>www.berlin-partner.de Berlin Partner GmbH Wirtschaftsförderung mit Ansiedlungs- und Außenwirtschaftsunterstützung sowie Hauptstadt-Marketing für Unternehmen. Recherchedienste, Kooperationspartnersuche, Informationsveranstaltungen.</p>	<p>Berlin Partner GmbH Fasanenstraße 85 10623 Berlin Tel.: 030/39 98 0-0 Fax: 030/39 98 0-23 9 E-Mail: info@berlin-partner.de</p>
<p>www.ptj.de Ansprechpartner für Forschungs- und Innovationsförderprogramme des Bundes, der Länder und der EU, Überblick über sämtliche Förderprogramme.</p>	<p>Projektträger Jülich Forschungszentrum Jülich GmbH Wilhelm-Johnen-Straße 52428 Jülich Postanschrift: 52425 Jülich Tel.: 024 61/61-46 22 Fax: 024 61/61-69 99 E-Mail: ptj@fz-juelich.de</p>
<p>http://erfinder-deutschland.de/ Deutscher Erfinder-Verband e.V. Erste Vermittlungs- und Anlaufstelle für Erfinder</p>	<p>Deutscher Erfinder-Verband e.V. Sandstraße 7 90443 Nürnberg Tel.: 09 11/26 98 11 Fax: 09 11/26 97 80 E-Mail: dev.ev@t-online.de</p>

Existenzgründerinnen

<p>www.bfbm.de Bundesverband der Frau in Business und Management e.V.: Netzwerk von Unternehmerinnen, Vorträge und Workshops</p>	<p>B.F.B.M. - Bundesverband der Frau in Business und Management e.V. Marsportengasse 6 50667 Köln Tel.: 02 21/16 95 57 63 Fax: 02 21/16 95 07 33 E-Mail: verband@bfbm.de</p>
<p>www.dgfev.de Deutsches Gründerinnen Forum e.V.: Informationen für Unternehmerinnen und Gründerinnen</p>	<p>DGF-Bundesgeschäftsstelle c/o etepe marketing Friedrich-Ebert-Str.14a 55288 Schornsheim Tel.: 01 578/46 95 47 9 E-Mail: info@dgfev.de</p>

Weitere interessante Links

<p>www.dti-verband.de Deutscher Verband für Technologietransfer und Innovation e.V. Unabhängiger Bundesverband der führenden Agenturen der Innovations- und Technologieberatung in Deutschland, Fokus: deutscher Mittelstand.</p>	<p>DTI e.V. Deutscher Verband für Technologietransfer und Innovation e.V. 10115 Berlin Platz vor dem Neuen Tor 5 Tel.: 030/24 62 94 81 0 Fax: 030/24 62 94 81 1 E-Mail: info@dti-verband.de</p>
<p>www.tcc-berlin.de TCC Technologie-Coaching-Center GmbH: staatlich unterstütztes Beratungszentrum für technologieorientierte Gründer.</p>	<p>TCC Technologie-Coaching-Center GmbH Bundesallee 210 10719 Berlin Tel.: 030/46 78 28-0 Fax: 030/46 78 28-23 E-Mail: info@tcc-berlin.de</p>
<p>www.itstarts.de Private Starthilfe in der Region Berlin-Brandenburg speziell für Gründer im IT-Bereich.</p>	<p>AK Finanzierung des SIBB e.V. c/o eventurecat GmbH Corporate Finance Advisors Pascalstr. 10 10587 Berlin Tel.: 030/72 61 32 3-0 Fax: 030/72 61 32 3-23 E-Mail: info@itstarts.de</p>
<p>http://www.dpma.de/gebrauchsmuster/index.html Information und Merkblatt für Gebrauchsmusteranmelder</p>	
<p>http://www.dpma.de/patent/index.html Information und Merkblatt für Patentanmelder</p>	

Prüfung Ihrer Unternehmerpersönlichkeit

Test zur Unternehmerpersönlichkeit (kostenpflichtig)

<http://www.diacova.ch/lang-de/dienstleistungen/assessment/persoenlichkeitsanalyse>

Einfacher interaktiver Persönlichkeitstest

<http://www.berlinx.de/ego/898/test.htm>

Die einschlägigen Gesetze

Patentgesetz (PatG):

<http://bundesrecht.juris.de/patg/index.html>

Gebrauchsmustergesetz (GebrMG):

<http://bundesrecht.juris.de/gebrmg/index.html>

Geschmacksmustergesetz (GeschmMG):

http://bundesrecht.juris.de/geschmmg_2004/index.html

Urhebergesetz (UrhG):

<http://bundesrecht.juris.de/urhg/index.html>

Arbeitnehmererfindungsgesetz (ArbnErfG):

<http://bundesrecht.juris.de/arbnerfg/index.html>

Links zum Thema „Open Source“

Präsentation von OS-Ideen:

<http://www.open-idea.de/>

Open-Source-Car (OSCAR):

<http://www.onelietercar.de>

Glossar

<p>Arbeitnehmer- erfindung</p>	<p>Die meisten Erfindungen und technischen Verbesserungsvorschläge werden von Menschen gemacht, die als Arbeitnehmer tätig sind. Diese „Diensterfindungen“ sind im Sinne des Gesetzes über Arbeitnehmererfindungen vom 25. Juli 1957 sog. gebundene Erfindungen, da sie während der Dauer des Arbeitsverhältnisses entstanden. Das Gesetz schreibt sowohl dem Arbeitnehmer als auch dem Arbeitgeber gewisse Pflichten vor, deren Abläufe wie folgt geregelt sind:</p> <p><i>1. Erfindungsmeldung:</i> Der Arbeitnehmer muss die Diensterfindung dem Arbeitgeber unverzüglich schriftlich melden. Auch über eine „freie“ Erfindung, die nicht auf den Erfahrungen oder Arbeiten des Betriebes beruht, muss er seinen Arbeitgeber informieren.</p> <p><i>2. Eingangsbestätigung:</i> Der Arbeitgeber ist verpflichtet, den Eingang der Erfindungsmeldung unverzüglich schriftlich zu bestätigen.</p> <p><i>3. Entscheidung über Inanspruchnahme oder Freigabe:</i> Der Arbeitgeber entscheidet, ob er die Erfindung zur Verwertung im Betrieb in Anspruch nimmt. Dann ist die Diensterfindung beim Deutschen Patentamt als Patent- oder Gebrauchsmusteranmeldung einzureichen. Er kann aber die Erfindung auch zur Nutzung durch den Arbeitnehmer freigeben.</p> <p><i>4. Vergütung:</i> Wenn der Arbeitgeber die Diensterfindung nutzen möchte, ist der Arbeitnehmer berechtigt, eine angemessene Vergütung zu verlangen. Der Arbeitgeber hat das Recht, die Diensterfindung in vollem Umfang oder teilweise zu benutzen.</p>
<p>Business Angels</p>	<p>Vermögende Privatpersonen, im Idealfall erfahrene Unternehmer, die junge Unternehmen bei der Gründung mit Kapital unterstützen und sich davon einen finanziellen Erfolg versprechen. Neben der rein finanziellen spielt die aktive Unterstützung mit Kontakten, Know-how oder als Coach eine wesentliche Rolle.</p>
<p>Business Devils</p>	<p>Die „Schwarzen Schafe“ unter den Förderern und Beratern, die nicht auf einen gemeinsamen Erfolg bedacht sind, sondern sich zum Nachteil der Geschäftspartner bereichern.</p>
<p>Businessplan</p>	<p>Eine schriftliche Ausführung, die klar und prägnant Auskunft über alle Aspekte eines neuen Unternehmens gibt. Der Business Plan besteht aus mehreren Teilen, z.B.: Finanz-, Beschaffungs-, Produktions-, Personal-, Vertriebs- und Marketingplan. Für Kapitalgeber ist der Finanzplan von wesentlicher Bedeutung.</p>
<p>Deutsches Patentamt</p>	<p>Seit dem 01.11.1998 Deutsches Patent- und Markenamt. Die zentrale Behörde des gewerblichen Rechtsschutzes in Deutschland. Sie wurde 1877 mit Sitz in München gegründet und unterhält weitere Dienststellen in Berlin und Jena. www.dpma.de</p>
<p>Erfinder</p>	<p>Ein Alleinerfinder ist eine natürliche Person, die durch eigene schöpferische Leistung</p>

	<p>eine zuvor nicht bekannte Lösung eines Problems im Bereich der Technik hervorbringt. Sind mehrere Personen an der Erfindung beteiligt, so spricht man von Miterfinder.</p>
Erfinderische Tätigkeit	<p>Die erfinderische Tätigkeit ist eine Norm, die bestimmt, ob eine technische Erfindung patentfähig ist. „Eine Erfindung gilt als auf einer erfinderischen Tätigkeit beruhend, wenn sie sich für den Fachmann nicht in nahe liegender Weise aus dem Stand der Technik ergibt.“ (§4 PatG)</p> <p>Folgende Indizien sprechen für eine erfinderische Tätigkeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Erzielung von überraschenden, nicht vorhersehbaren Wirkungen – Dringendes Bedürfnis für die Lösung – Bisheriges vergebliches Bemühen der Fachwelt – Entwicklung der Technik in eine andere Richtung – Überwinden von technischen Schwierigkeiten – Erzielen von technischen Vorteilen – Verbilligung und Vereinfachung von Herstellungsverfahren
Erfindung	<p>Eine Erfindung ist eine neue Lehre für technisches Handeln, die auf einer überdurchschnittlichen fachlichen Geistesleistung beruht. Für den rechtlichen Schutz muss sie auf einer erfinderischen Tätigkeit beruhen sowie fertig, ausführbar und gewerblich anwendbar sein.</p>
Erfindungshöhe	<p>Die Grenze, bei deren Überschreitung von einer erfinderischen Tätigkeit als Voraussetzung einer patent- oder gebrauchsmusterfähigen Erfindung gesprochen wird. Eine Erfindung weist für den Patentschutz hinreichende Erfindungshöhe auf, wenn sie sich für den Fachmann nicht in nahe liegender Weise aus dem Stand der Technik ergibt (§ 4 PatG, Art. 56 EPÜ). Ein großer Fortschritt gegenüber dem Stand der Technik ist dabei nicht notwendig.</p>
Europäisches Patentamt	<p>Durch das Europäische Patentübereinkommen wurde das Europäische Patentamt (EPA) errichtet (Art. 4 Abs. 2 EPÜ). Sitz des EPA ist München mit Dienststellen in Den Haag, Berlin, Wien und Brüssel.</p> <p>Das europäische Patent ist ein Bündelpatent. Es soll in jedem Vertragsstaat, für den es erteilt worden ist, grundsätzlich dieselbe Wirkung haben. Andererseits unterliegt es aber den Vorschriften wie ein in diesem Staat erteiltes nationales Patent, soweit sich aus dem EPÜ nichts anderes ergibt.</p> <p>Europäisches Patentamt Postanschrift: 80298 München, Tel.: 089/23 99-0, http://www.epo.org Weitere Adressen und Kontaktmöglichkeiten unter: http://www.epo.org/service-support/contact-us_de.html</p>
Gebrauchsmuster	<p>Das Gebrauchsmuster ist wie das Patent ein Schutzrecht für technische Erfindungen. Im Eintragungsverfahren werden hauptsächlich die formellen und nur teilweise die sachlichen Schutzvoraussetzungen geprüft.</p> <p><i>Vorteil:</i> Dadurch schnelles Verfahren, bereits nach wenigen Wochen nach Anmeldung ist ein vollwertiges, durchsetzbares Schutzrecht zu bekommen. <i>Nachteil:</i> Im Gegensatz zum Patent ist der Gebrauchsmusterschutz nur in Ländern möglich, die diesen Schutz überhaupt gewähren können (etwa Deutschland und Österreich). Die Schutzdauer beträgt in Deutschland 10 Jahre und die Kosten für die Anmeldung</p>

	liegen bei etwa 40 Euro.
Geistiges Eigentum	<p>Gesamtheit der Rechte, die sich auf Schöpfungen des menschlichen Geistes beziehen. Geistiges Eigentum (GE) teilt sich in zwei Kategorien:</p> <p>GE im gewerblichen Bereich: geschützte Gebrauchsmuster-, Patent- und Geschmacksmusterrechte sowie <i>Marken</i>. Diese Rechte werden zusammenfassend als gewerbliche Schutzrechte bezeichnet.</p> <p>Urheberrecht (Copyright): literarische und künstlerische Werke wie Gedichte, Filme, Musikstücke, Malereien, Fotografien und Skulpturen.</p>
Geschmacksmuster	<p>Das Geschmacksmuster stellt einen Schutz für Designs bzw. für die ästhetische Gestaltung von Mustern, Modellen und Schriftmustern dar. Voraussetzung für ein Geschmacksmuster ist die <i>Neuheit</i> und Eigentümlichkeit des Erzeugnisses. Die Anmeldung in Deutschland kostet 70 Euro und kann bis zu 25 Jahre aufrechterhalten werden. Geschmacksmuster können sowohl EU-weit als auch international angemeldet werden.</p>
Gewerbliche Anwendbarkeit	<p>Neben Neuheit und Erfindungshöhe die dritte Voraussetzung der Patenterteilung und des Gebrauchsmusterschutzes.</p> <p>Es genügt, dass der Gegenstand der Erfindung in einem Gewerbe einschließlich der Landwirtschaft hergestellt oder verwendet werden kann. Ein Beweis für diese Eignung muss im Stadium der Anmeldung noch nicht vorliegen. Als nicht gewerblich anwendbar gelten allerdings Verfahren zur chirurgischen oder therapeutischen Behandlung des menschlichen oder tierischen Körpers und Diagnostizierverfahren, die am menschlichen oder tierischen Körper vorgenommen werden. Stoffe und Hilfsmittel hierzu gelten indessen als gewerblich anwendbar.</p>
Internationale Patentanmeldung	<p>Seit dem 1. Juni 1978 ermöglicht der Vertrag über die internationale Zusammenarbeit auf dem Gebiet des Patentwesens (PCT) (http://www.wipo.int/pct/de/texts/index.htm), mit einer einzigen „internationalen“ Anmeldung die Wirkung einer nationalen Anmeldung in allen PCT-Vertragsstaaten zu erreichen. Internationale Anmeldungen können im Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) eingereicht werden. Auf eine internationale Patentanmeldung wird kein internationales Patent erteilt. Sie stellt die Vorstufe nationaler Erteilungsverfahren dar. Während des Anmeldeverfahrens werden eine internationale Recherche und auf Antrag eine internationale vorläufige Prüfung der Erfindung durchgeführt.</p> <p>Merkblatt für internationale (PCT-) Patentanmeldungen unter: http://www.dpma.de/docs/service/formulare/patent/pct_dpma_200.pdf</p>
Kombinationserfindung	<p>Eine Kombinationserfindung liegt vor, wenn mehrere Elemente zum Erreichen des Erfolgs zusammenwirken, sich gegenseitig beeinflussen und ergänzen. Dies nennt man funktionelle Verschmelzung. Geprüft wird die Gesamtkombination, dadurch spielt es für die Erfindungshöhe keine Rolle, wenn einzelne Elemente an sich bekannt sind.</p>
Lizenz	<p>Eine Lizenz ist die Berechtigung zur Nutzung von Erfindungen, Patenten, Gebrauchsmustern, Marken, Copyrights sowie von technischem und kaufmännischem Know-how.</p> <p>Der Patentinhaber hat das Recht, die wirtschaftliche Verwertung seiner Erfindung gegen regelmäßige Lizenzgebühren unbeschränkt oder beschränkt an Dritte zu</p>

	<p>vergeben. Mit der so genannten ausschließlichen Lizenz gewährt der Patentinhaber dem Lizenznehmer ein alleiniges Nutzungsrecht. Der Patentinhaber kann bereits bei der Patentanmeldung nach § 23 PatG seine Lizenzbereitschaft beim Patentamt schriftlich bekunden. Daraufhin wird diese Bereitschaft in die Patentrolle eingetragen und die anfallenden Jahresgebühren werden auf die Hälfte gesenkt. Mit der Lizenzbereitschaft erklärt sich der Patentinhaber gegenüber dem Patentamt schriftlich bereit, jedermann die Benutzung der Erfindung gegen eine angemessene Vergütung zu gestatten. Diese Erklärung ist unwiderruflich und wird zudem im Patentblatt veröffentlicht.</p>
Lizenzvertrag	<p>Vertrag, durch den der Inhaber eines gewerblichen Schutzrechts (Lizenzgeber) einem anderen (Lizenznehmer) ein Nutzungsrecht einräumt. Der Lizenzgeber bleibt immer Inhaber des Rechts, er vergibt mit der Lizenz gegen eine Lizenzgebühr nur das Nutzungsrecht. Industrieunternehmen werden mit Lizenzverträgen Benutzungsrechte an Erfindungen und technischem Know-how eingeräumt. Als Entgelt erwartet man in der Regel eine einmalige Einstandszahlung und umsatzabhängige Zahlungen in branchenüblicher Höhe sowie die Übernahme der Patentkosten. Der Lizenzvertrag ist grundsätzlich formlos.</p>
Marke	<p>Bis 1995 unter der Bezeichnung Warenzeichen oder Dienstleistungsmarke. Marke ist ein Sammelbegriff für die Kennzeichnung von Waren oder Dienstleistungen. Als Marken werden die Kennzeichen geschützt, die der Unterscheidung der Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von den Waren oder Dienstleistungen anderer Unternehmen dienen, also Unterscheidungskraft haben. Diese Kennzeichen werden als „Marke“ bei einer Patentbehörde eingetragen, wie z.B. „Tempo“ oder „Maggi“. Die Marke ist das einzige gewerbliche Schutzrecht, welches unbegrenzt verlängert werden kann.</p>
Neuheit	<p>Eine Erfindung gilt als neu, wenn sie nicht zum Stand der Technik gehört. Der Stand der Technik umfasst alle Kenntnisse, die vor der Anmeldung der Erfindung durch schriftliche oder mündliche Beschreibung, durch Benutzung oder in sonstiger Weise der Öffentlichkeit zugänglich gemacht worden sind. Dies kann insbesondere auch durch Vorträge an wissenschaftlichen Veranstaltungen und durch Veröffentlichung von Aufsätzen und Abstracts in wissenschaftlichen Zeitschriften erfolgen. Auch Bekanntgabe durch den Erfinder selbst zerstört die Neuheit der Erfindung. Für den Gebrauchsmusterschutz besteht eine 6-monatige Neuheitsschonfrist, in der die Erfindung etwa auf Messen ausgestellt werden darf, ohne dabei die Eigenschaft der Neuheit zu verlieren.</p>
Patent	<p>Das Patent schützt neue technische Erfindungen. Es verleiht seinem Inhaber das räumlich und zeitlich befristete Privileg, allein über die Erfindung zu verfügen. Der Patentinhaber erhält damit ein Exklusivrecht für die Verwertung seiner Erfindung. Als Patente werden technische Erfindungen geschützt, die neu sind, auf einer erfinderischen Tätigkeit beruhen und gewerblich anwendbar sind. Beim Patent findet eine amtliche Neuheitsprüfung auf Antrag durch den Patentanmelder sowie jedem Dritten statt. Die Patentanmeldung gilt als zurückgenommen, wenn der Antrag nicht bis zum Ablauf von sieben Jahren seit Anmeldung gestellt wird oder die Gebühr nicht bezahlt wird. Die Kosten für die Anmeldung eines Patents beim DPMA betragen in elektronischer Form 50 Euro und in Papierform 60 Euro. Die Kosten des Prüfungsantrags, der</p>

	innerhalb von sieben Jahren gestellt werden kann, betragen bei einem bereits gestellten Antrag 150 Euro und bei einem noch nicht gestellten 350 Euro. Weiterhin sind für die Verwaltung eines Patentes Jahresgebühren fällig. Ein erteiltes Patent wirkt ab dem Anmeldetag (rückwirkend) maximal 20 Jahre lang.
Recherche	Sachgebietsrecherchen werden durchgeführt, um den Stand der Technik festzustellen oder um Lösungen eines technischen Problems zu ermitteln. In Patentsachen wird eine Recherche auf Antrag von jedermann zur Ermittlung öffentlicher Druckschriften über den Stand der Technik oder auf Prüfungsantrag vom Deutsches Patent- und Markenamt durchgeführt. Die Ergebnisse teilt das DPMA dem Antragsteller sowie dem Anmelder in einem Bericht zum Stand der Technik mit. Die Recherche ist Bestandteil des patentrechtlichen Prüfungsverfahrens und kann daher nur bis zum Ablauf von sieben Jahren nach Eingang der Anmeldung beantragt werden.
Software	Zusammenfassende Bezeichnung für die Programme, die auf einem Computer ausgeführt werden können. Für Computerprogramme steht der formfreie Urheberrechtsschutz zur Verfügung, wenn bei deren Herstellung die alltägliche, durchschnittliche Programmierarbeit deutlich überstiegen wird. (Alltägliche Programmierschaffen: beruht auf einer überwiegend routinemäßigen, mechanisch-technischen Aneinanderreihung und Zusammenfügung des Materials.) Der Urheberschutz lässt eine kommerzielle Verwertung zu.
Stand der Technik	Der Stand der Technik bezeichnet alle technischen Lehren, die irgendwann vor dem Anmeldetag, irgendwo auf der Welt, in irgendeiner Weise der Öffentlichkeit zugänglich waren (<i>vorveröffentlichter Stand der Technik</i>). Weiterhin deutsche, europäische und internationale Anmeldungen, soweit sie in der Bundesrepublik gelten sollen, die vor dem Anmeldetag eingereicht, aber erst nach ihm veröffentlicht wurden (<i>nicht vorveröffentlichter Stand der Technik</i>).
Urheberrecht	Mit dem Urheberrecht werden künstlerische Schöpfungen wie Literatur oder Musik geschützt. Ferner gewährt das Urheberrecht auch für wissenschaftliche und andere geistige Leistungen wie beispielsweise Computerprogramme Schutz. Die Entstehung des Rechts erfolgt automatisch mit der Entstehung des Werkes, wobei nicht konkret ausgeführte Ideen und amtliche Produkte ausgenommen sind. Einer gesonderten Anmeldung des Urheberrechts bedarf es nicht. Das Recht besteht bis zu 70 Jahre nach dem Tod des Urhebers.
Venture Capital	Die Bereitstellung von haftendem Eigenkapital oder eigenkapitalähnlichen Mitteln zur Finanzierung junger, wachstumsstarker Unternehmen überwiegend aus den Technologiebranchen. Die Finanzierung erfolgt durch institutionelle Investoren (z.B. VC-Gesellschaften) oder informelle Investoren (z.B. Business Angels). Im Gegensatz zur Kreditvergabe ist die finanzielle Unterstützung nicht davon abhängig, ob das Unternehmen oder der Inhaber beleihungsfähige Vermögenswerte nachweisen kann, sondern allein von den geschätzten Ertragschancen des zu finanzierenden Unternehmens.