



Kann man eigentlich alles schützen lassen? Interview zum Thema „Patentrecht“

Thomas Zinke ist Physiker und hat in Elektrotechnik promoviert. Während seiner zehnjährigen Tätigkeit in der Patentabteilung von Siemens hat er die Prüfungen zum Europäischen Patentvertreter und Deutschen Patentanwalt abgelegt. Heute ist er Partner in der Patentanwaltskanzlei Müller · Hoffmann & Partner in München.

Foto: Thomas Zinke

TellSell Consulting: Google hat 2007 eine Patent-Suchmaschine für über sieben Millionen amerikanische Patente auf den Markt gebracht. Dort findet man alleine über tausend Patente rund um das Thema „Frühstücksei“. Auch das Patent eines japanischen Steinmetz lässt staunen: er ließ sich einen Grabstein mit eingebauten QR-Code schützen, der es erlaubt direkt am Grab per Handy Bilder der Verstorbenen aufzurufen. Kann man heute eigentlich alles zum Patent anmelden?

Thomas Zinke: In einer amerikanischen Gerichtsentscheidung wird wunderschön gesagt: „Everything under the sun that is new is patentable“. Aber das ist natürlich übertrieben, denn es existieren außer der Neuheit weitere Bedingungen, die allerdings in den einzelnen Staaten unterschiedlich sind. Während in den Vereinigten Staaten auch Patente auf Spiele erteilt werden und das amerikanische Patent- und Markenamt hinsichtlich Patente auf Software-Programme sehr tolerant ist, sollen beim Europäischen und beim Deutschen Patentamt nur Patente auf technische Erfindungen erteilt werden. Nützlichkeit und technischer Fortschritt sind allerdings keine Kriterien und daher ist durchaus Platz für skurrile Ideen. Berühmt geworden ist das US-Patent zum seitlichen Schaukeln mit einer Kinderschaukel (welches allerdings mittlerweile widerrufen wurde). Patentiert ist beispielsweise auch ein nach vorne ausschließbarer Sonnenschutz für Züge, damit der Fahrer nicht geblendet wird.

T.C.: Obwohl Deutschland im europäischen Vergleich immer wieder die Patentlisten anführt, erreichen die wenigsten der Erfindungen die Marktreife. Warum fällt es Unternehmen so schwer, ihre Patente umzusetzen?

T.Z.: Zum Einen ist eine Patentanmeldung mit nicht unerheblichen Kosten verbunden. Kleine und mittelständische Unternehmen melden daher vor allem solche technische Erfindungen an, die direkt in ihren eigenen Produkten verwendet werden, um diese vor Kopien durch Mitbewerber zu schützen. Patente auf Technologien, die nicht die eigenen Produkte betreffen, werden in der Regel eher von finanzstärkeren, großen Konzernen oder von Einzelerfindern angemeldet, die noch auf der Suche nach Partnern für die Produktentwicklung sind. Aus meiner Erfahrung weiß ich, dass viele Einzelerfinder dann häufig enttäuscht sind, wenn

sie mit ihren Erfindungen an Unternehmen herantreten und diese kein Interesse daran haben. Das kann aber vielfältige Ursachen haben. Zum Einen ist es gar nicht so einfach, etwas zu erfinden, was nicht schon jemand anders auf dieser Welt veröffentlicht hat (beim Aufkommen des Mobiltelefons gab es unzählige Ideen zu Mobiltelefon plus „x“: Mobiltelefon im Hut, im Spazierstock etc.). Zum Anderen muss das Produkt auch in die Produktpalette des Unternehmens passen. Beispielsweise wurden noch zu Zeiten der analogen Telefonie Ideen zu digitaler Telefonie von den Verantwortlichen tief im Schreibtisch vergraben, weil man sich das analoge Telefongeschäft nicht kaputt machen wollte.

T.C.: Sind Plattformen wie www.patent-net.de, auf denen Erfinder ihre Patente für potenzielle Kunden zur Verfügung stellen, eine brauchbare Alternative zur eigenen Patentverwertung? Was gilt es hier zu beachten?








T.Z.: Natürlich benötigt man für die Vermarktung einer Idee in der Regel einen Partner. Entweder kennt man bereits ein Unternehmen, welches auf dem Gebiet der Erfindung tätig ist, oder man muss sich Unterstützung suchen. Dafür kann eine Plattform natürlich nützlich sein, um einen Vermarkter, einen Rechts- bzw. Patentanwalt zu finden. Während Rechts- und Patentanwälte bereits von der Berufsordnung zur Geheimhaltung verpflichtet sind, gilt für alle anderen die Regel: „Keine Offenbarung der Idee ohne Geheimhaltungsvereinbarung“. Diese kann formlos schriftlich abgefasst sein und dient im Fall einer Verletzung der Vereinbarung zur Klage auf Schadensersatz. Aber selbst eine Geheimhaltungsvereinbarung reicht nicht immer. Falls ein Erfinder seine Idee einem Dritten vorstellt und dieser ein auf der Idee beruhendes Produkt auf den Markt bringt, bzw. eine Patentanmeldung darauf gerichtet hat, wird es für den eigentlichen Erfinder schwierig. Denn nun muss er beweisen, dass das Produkt bzw. die Patentanmeldung wirklich auf seine Idee zurückgeht und nicht eine erfinderische Weiterentwicklung des Dritten ist.

Sicherer ist es, bereits mit einer erfolgten Patent- bzw. Gebrauchsmusteranmeldung (Gebrauchsmuster sind „kleine“ Patente, die beim Patentamt nur eingetragen werden und damit preiswerter sind) zu dem Dritten zu gehen. Dann ist nämlich mit der Patent- bzw. Gebrauchsmusteranmeldung dokumentiert, was der Erfinder bereits wusste.

T.C.: Immer wieder werden Unternehmen mit (internationalen) Patentverletzungen konfrontiert. Wie wirksam ist der Patentschutz heute noch und wird es sich auch in Zukunft lohnen, Innovationen schützen zu lassen?

T.Z.: Gerade die zunehmende Anzahl an Patentverletzungsklagen hat bisher dazu geführt, dass die Anzahl der Patentanmeldungen steigt. Viele Konzerne und Unternehmen setzen wohl darauf, dass sie sich gegen die Verletzungsklage eines Konkurrenten durch eigene Patente, die sich auf die Produkte des Konkurrenten beziehen, schützen können. Auch für die Verhandlung von Lizenzverträgen, in denen sich Konkurrenten die Nutzung der geschützten Ideen ggf. gegen eine Ausgleichszahlung zugestehen, ist eine große Anzahl eigener, wertvoller Patente sehr hilfreich. Bei der Entwicklung von Standards, bspw. von Übertragungsstandards in der Mobilfunktechnologie, gibt es in der Regel einen sogenannten „Patent-Pool“, in den die Standard-Mitglieder ihre Patente einbringen und sich deren Nutzung durch Lizenzgebühren vergüten lassen. Diese Methode hat den Vorteil, dass die ansonsten sehr schwer nachzuweisende Patentverletzung recht einfach ist: „Wenn das Gerät standardkonform arbeitet, dann verletzt es auch das Patent.“

Meiner Ansicht nach ist es für die Weiterentwicklung der Technik unbedingt erforderlich, dass ein Schutz für Innovationen besteht. Denn warum sollte ein Erfinder bzw. Schöpfer denn sein Wissen an die Gesellschaft weitergeben, wenn er dafür keinen Gegenwert bekommt? Natürlich wird jeder Erfinder immer einen gewissen Zeitvorsprung haben, bevor die Konkurrenten sein Produkt billiger auf den Markt bringen können, aber dieser Zeitvorsprung alleine reicht in der Regel nicht aus, um die Entwicklungskosten für neue Produkte zu rechtfertigen. Gerade im Pharmabereich beispielsweise werden große Summen für die Entwicklung neuer Arzneimittel aufgewendet, die sich nur rentieren können, wenn der Pharmahersteller auch ein – zeitlich begrenztes – Monopol erhält. Die Generika-Hersteller warten dann ja sehnsüchtig auf den Ablauf des Patents, bevor sie mit ihren Produkten auf den Markt kommen und den Preis im Wesentlichen auf die Herstellungskosten des Produkts drücken. Für die Entwicklungsleistung bleibt dann kein Geld mehr übrig.

Strategischer Einsatz von Schutzrechten		
	Verbieten	Behinderung von Wettbewerbern zur Verbesserung der eigenen Marktposition.
	Schutz gegen Nachahmung	Die kostenlose Übernahme eigener Entwicklungsergebnisse durch Wettbewerber wird verhindert.
	Abschrecken	Wettbewerber müssen beim Einsatz eigener Patente mit Gegenangriffen rechnen.
	Lizenzeeinnahmen	Je attraktiver die patentierte Problemlösung für Wettbewerber, desto wahrscheinlicher.
	Lizenzaustausch/ „Währung“	Gegenseitige Gewährung von Lizenzen verschafft beiden Partnern Freiräume.
	Zwingen zu „Design Around“	Das Umgehen von Patenten führt bei Wettbewerbern zu Nachteilen.
	Reputation	Patente werden als Ausweis innovativer Stärke gewertet.

Bilder: aboutpixel.de, pixelio.de, sxc.hu

Das vorliegende Dokument ist Teil der TellSell-Consulting-Reihe zum Thema Innovationen. Detailliertere Informationen können wir Ihnen gerne im Rahmen eines persönlichen Gesprächs zur Verfügung stellen.

Ihre Ansprechpartner
Dorothee Ebert & Emmanuel Sauvonnet

Impressum:

TellSell Consulting GmbH

Schumannstraße 59, 60325 Frankfurt am Main
Telefon +49 69 238520-0, Fax +49 69 238520-25
spotlight@tellsell.de, www.tellsell.de/spotlight

Verantwortlich für den Inhalt:

Dr. Frank Baumgärtner

Redaktion:

Dorothee Ebert