

Patente – Mythos und Wirklichkeit

GEISTIGES EIGENTUM: Geht es um Patente, pflegen viele Manager eine Reihe lieb gewonnener Vorurteile – und richten damit erhebliche wirtschaftliche Schäden an. Wer diese Irrtümer erkennt, kann die Wettbewerbsposition seines Unternehmens deutlich verbessern.

Von Alexander J. Wurzer, Stephan Hundertmark und Patrick H. Sullivan

Patente haben in den Industrienationen einen guten Ruf, gelten sie doch als Nachweis von Innovationskraft. Konzerne aus verschiedensten Branchen liefern sich Wettrennen darum, wer die meisten Schutzrechte anmeldet. Ganze Volkswirtschaften versuchen mit Patentstatistiken ihre wissenschaftlich-technische Spitzenstellung zu beweisen. Und hinter fast jeder Patentanmeldung steckt die Hoffnung auf ein wirtschaftliches Monopol, das den Erfinder reich und berühmt macht.

Die Verleihung eines einfachen juristischen Schutzrechtes wird so fast mythisch aufgeladen. Das passiert umso mehr, als Wissen für viele längst die zentrale immaterielle Ressource und der wichtigste Produktionsfaktor ist. Der Wert eines Produkts beruht heute im Schnitt zu 50 Prozent auf Wissen, und dieser Anteil steigt immer weiter. Autos, Medikamente und Computer sind immer weniger kristallisierte Arbeit und immer mehr kristallisiertes Wissen. So verschieben sich auch die Unternehmenswerte ins Immaterielle: Im Schnitt bestehen in den Industrienationen aktuell über zwei Drittel des Firmenwerts aus immateriellen Gütern wie etwa der Marke oder dem geistigen Eigentum. Für traditionell geprägte Manager ist diese Dematerialisierung der Wirtschaft eine enorme Herausforderung, denn die Wettbewerbs-

instrumente in der Wissensökonomie sind ausgesprochen komplex.

Patente versprechen in dieser Situation einen Schutz des Wissensvorsprungs, eine Alleinstellung auf Zeit und hohe Gewinne. Im globalen Innovationswettbewerb sind sie die strategischen Waffen der Wahl. Doch zugleich beruht ihre Wirksamkeit auf einer komplexen Rechtsmaterie. Anders als bei Marken fühlen sich Manager bei Patenten oft nicht kompetent. Unsicherheit und Unwissenheit führen zur Mythenbildung. Dabei gehen Führungskräfte hohe Risiken ein, ohne sich dessen bewusst zu sein, und vertun einzigartige Marktchancen.

Während der vergangenen zwölf Jahre sind uns im Zuge unserer Beratungstätigkeit in Europa und den USA immer wieder sieben Mythen im Umgang mit Patenten begegnet, an denen Manager besonders hartnäckig festgehalten haben. Auch bei der Ausbildung von Patentexperten an der Universität Straßburg bestätigte sich, wie verbreitet diese Fehleinschätzungen sind. Im Folgenden werden wir die Mythen vorstellen – geordnet nach dem jeweiligen volkswirtschaftlichen Schaden, den sie in Deutschland verursachen (siehe auch den Kasten auf Seite 7). Wir werden zudem zeigen, wie Unternehmen profitierten, deren Verantwortliche sich nicht in die Irre leiten ließen.

Mythos 1: Patente schützen vor Plagiaten

VOLKSWIRTSCHAFTLICHER SCHADEN: 41 MILLIARDEN EURO

Viele Manager glauben, mithilfe eines umfassenden Patentschutzes könnten sie potenzielle Nachahmer ihrer Produkte abschrecken. Doch Plagiatoren nutzen oft ganz andere, meist billigere Herstellungsverfahren und setzen bei den Vorprodukten auf geringere Qualität. Das kann bedeuten, dass sie Patente des Originalherstellers gar nicht verletzen. Doch der muss mit dem Imageschaden und Umsatzrückgängen leben, wenn gefälschte Airbags im Auto bei einem Unfall nicht zünden oder nachgeahmte Funktionskleidung jeden Regenschauer durchlässt. Auch der Nutzfahrzeughersteller MAN kann sich im Streit mit dem chinesischen Wettbewerber Zonda nicht auf seine vielen Patente berufen, auch wenn das chinesische Produkt dem eigenen Luxusreisebus Neoplan Starliner gleicht wie ein Ei dem anderen. Hier geht es um Design und damit um den Schutz von Geschmacksmustern.

Im Kampf gegen Produktpiraterie kommt es daher darauf an, an vielen Fronten gleichzeitig zu kämpfen. Das beginnt damit, das eigene Know-how zu schützen, systematisch den Markt nach Plagiaten abzusuchen und endet mit der konsequenten Durchsetzung der eigenen Rechte auch mithilfe der Gerichte. Damit ein Fälscher ein Produkt nachahmen kann, benötigt er Informationen über dessen Zusammensetzung und Herstellung. Viele Plagiatoren scheuen dabei selbst vor Industriespionage und Datendiebstahl nicht zurück. Manager müssen sich daher systematisch vor einem Wissensverlust schützen. Die Chemiesparte des Mischkonzerns Evonik ist eines der wenigen Unternehmen in Deutschland, das bereits reagiert und eine eigene Stelle für den Know-how-Schutz eingerichtet hat.

Die Manager von Bosch Rexroth, Spezialist für Antriebs- und Steuerungstechnik im Maschinenbau, wiederum analysieren sehr genau, wie Geschäftspartner mit wichtigem Wissen umgehen und es schützen. Insbesondere für Zulieferer auf der ganzen Welt, die Komponenten für die eigenen Produkte herstellen, hat das Rexroth-Management in den jeweiligen Regionen Verantwortliche unter den Mitarbeitern definiert, die sich um den Know-how-Schutz kümmern. Taucht ein Plagiat etwa eines Ersatzteils auf, können die zuständigen Manager von Bosch Rexroth gemeinsam mit den Lieferanten schnell reagieren. Um dies zu erleichtern, achten sie bereits bei der Gestaltung der Verträge mit ihren internationalen Partnern auf den Know-

how-Schutz und sichern sich etwa ausdrücklich die Möglichkeit zu, Täter unter den Mitarbeitern eines Zulieferers zur Rechenschaft ziehen zu können.

Doch all diese vorbeugenden Maßnahmen werden das Auftauchen von Plagiaten nie ganz verhindern können. Daher müssen die Verantwortlichen die Märkte systematisch überwachen, auf denen ihr Unternehmen aktiv ist. Der Kosmetikhersteller Beiersdorf hat dazu sogar ein eigenes Kundentelefon eingerichtet, über das Verbraucher Fälschungen melden können; zusätzlich beschäftigt er Anwälte und Detektive.

Hat ein Unternehmen Plagiate entdeckt, muss es alle rechtlichen Möglichkeiten ausnutzen, um seine Interessen durchzusetzen. Um seine Ansprüche zu untermauern, sind dann Markenrechte, Geschmacksmuster und eben auch Patente entscheidend.

Mythos 2: Geschäftsmodelle sind nicht patentierbar

VOLKSWIRTSCHAFTLICHER SCHADEN: 40 MILLIARDEN EURO

Manager denken bei Patenten gewöhnlich an technische Erfindungen – an Maschinen, Schaltungen und Formeln. Geschäftsmodelle halten sie meist nicht für schützbar. Allenfalls denken sie an sogenannte Geschäftsmethoden, wie die „1-Click“-Bestellung des Online-Händlers Amazon. Bei diesem Verfahren bestellt der Kunde das Produkt, das er kaufen möchte, mit einem einzigen Mausklick. In den USA hat Amazon ein – allerdings umstrittenes – Patent auf diese Geschäftsmethode erhalten. In Europa ist dies nicht möglich. Viele Manager wiegen sich daher hierzulande in Sicherheit – erst recht bei Geschäftsmodellen, die die gesamte Wertschöpfungskette umfassen.

Aber warum hat dann der Informationstechnikriesen IBM mit dem PC-Hersteller Dell 1999 einen Patenttauschvertrag im Wert von 16 Milliarden Dollar vereinbart? Das Geschäftsmodell von Dell ist einfach erklärt: über das Internet individuell konfigurierte PC möglichst schnell zum Kunden liefern. Für Dell ist eine hocheffiziente Logistikkette von der Warenannahme über die Bestellung bis zur Auslieferung und Fakturierung der zentrale Wettbewerbsfaktor. Deren technische Umsetzung lässt sich sehr wohl patentieren – und diese Schutzrechte sind für IBM hochattraktiv.

Auf diese Weise lassen sich Geschäftsmodelle also doch schützen. Wie das funktionieren kann, zeigt auch der Lebensmittelkonzern Nestlé. Das Schweizer Unternehmen hat sein Kaffeesystem

Nespresso sehr erfolgreich am Markt etabliert. Die zugehörigen Geräte produzieren und vertreiben Lizenzpartner; das lukrative Geschäft mit den Kaffeekapseln betreibt Nestlé ausschließlich in Eigenregie. Folgerichtig hat das Management die Kapseln, deren Aufnahme in der Espressomaschine und den Prozess zum Brühen des Kaffees durch Patente umfassend geschützt. Oder Gillette: Für die Tochter des Konsumgüterherstellers Procter & Gamble ist im Kampf um den Kunden nicht nur die Zahl der Klingen bei einem Rasierapparat wichtig, sondern auch die Verpackung, und die ist patentiert.

Manager müssen sich also von der Vorstellung lösen, die reine Erfindung sei der zu schützende Wettbewerbsvorteil. Bei zunehmend austauschbaren technischen Produkten ist das oft nicht der entscheidende Faktor. Stattdessen kommt es darauf an zu erkennen, was der eigentlich wichtige Nutzen für die Kunden ist und wie sich der schützen lässt. Selbst für reine Serviceunternehmen werden auf diese Weise Patente interessant. Nicht ohne Grund hat der Rückversicherungskonzern Swiss Re eine eigene Patentabteilung. Sie kümmert sich darum, selbst entwickelte elektronische Lösungen etwa für Zahlungssysteme zu schützen.

Sogar bei den reinen Geschäftsmethoden werden sich wohl die Dinge in nächster Zukunft verändern. Nach einer Goldgräberstimmung in den USA sind die Prüfungen inzwischen strenger geworden. Dennoch nimmt die Patentaktivität dort weiter zu. „Auch für Europa“, erwartet Reto Hilty, Direktor am Max-Planck-Institut für internationalen gewerblichen Rechtsschutz in München, „werden Patente auf Geschäftsmethoden kommen.“

Mythos 3: **Patente sind keine echten Assets** **VOLKSWIRTSCHAFTLICHER SCHADEN: 23 MILLIARDEN EURO**

Vor allem Führungskräfte aus dem Mittelstand neigen zu der Fehleinschätzung, Patente seien keine Vermögenspositionen des Unternehmens. Dieses Vorurteil kommt die Manager teuer zu stehen: Sie rechnen mit einem in Wahrheit zu niedrigen Eigenkapital und verschlechtern damit ihre Finanzierungsbedingungen. Sie können so schwerer Wachstumschancen nutzen, weil ihnen die nötigen Mittel für Investitionen fehlen. Zudem lassen sie sich Gewinne aus Lizenzeinnahmen entgehen.

Patente gehören zu den immateriellen Werten. Immateriell bedeutet letztlich unsichtbar. Selbst geschaffene Patente tauchen nicht in der Bilanz auf, ihre Kosten werden im Entwicklungsbudget

KOMPAKT

Führungskräfte schmücken sich gern mit Innovationen und betonen deren Bedeutung. Doch wie sie das geistige Eigentum ihres Unternehmens mit vertretbarem Aufwand durch Patente schützen, wissen sie oft nicht. Die Autoren haben die sieben am weitesten verbreiteten Mythen über die Schutzrechte zusammengefasst und ermittelt, welche volkswirtschaftlichen Schäden durch diese Fehleinschätzungen entstehen.

Mythen: Viele der Vorurteile sind überraschend, wirken Patente doch oft anders, als viele Manager glauben. Sie eignen sich nicht ohne Weiteres zum Kampf gegen Plagiate. Andererseits helfen sie durchaus, Geschäftsmodelle zu schützen. Sie sind echte Vermögenswerte, aber nicht unbedingt ein Ausweis von Innovationsstärke. Patente allein den Juristen zu überlassen ist gefährlich; genauso riskant ist es, auf die abschreckende Wirkung großer Patentportfolios zu setzen. Letztlich kommen sogar Open-Source-Projekte nicht ohne Patente aus.

Schäden: Die Mythen verursachen Schäden im zweistelligen Milliardenbereich. Wer sie vermeidet, kann erhebliche Mittel für sein Unternehmen freisetzen und seine Wettbewerbsposition verbessern.

ALEXANDER J. WURZER

leitet das Institut für Intellectual Property Management an der Steinbeis-Hochschule in Berlin und ist geschäftsführender Gesellschafter der Wurzer & Kollegen GmbH, die sich auf das Management geistigen Eigentums spezialisiert hat. Zudem ist er Associate Professor an der Universität Straßburg (Kontakt: alexander.wurzer@sti-ipm.de).

STEPHAN HUNDERTMARK

ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Intellectual Property Management der Steinbeis-Hochschule in Berlin (stephan.hundertmark@sti-ipm.de).

PATRICK H. SULLIVAN

ist President und Senior Partner der Beratung ICMG in Palo Alto, Kalifornien, und hat mehrere Bücher zum Management geistigen Eigentums geschrieben (psullivan@icmginc.com).

versteckt, und ihre wirtschaftliche Wirkung ist meist unbekannt – angemeldet werden sie oft eher aus technischer Eitelkeit. Tatsächlich sind Patente aber rechtlich abgesicherte, identifizierbare Werte, die dauernd für den Geschäftsbetrieb zur Verfügung stehen – damit sind sie wichtige Vermögensgegenstände. Diese Perspektive wird nach den vor Kurzem verabschiedeten neuen Bilanzvorschriften künftig auch das deutsche Handelsgesetzbuch einnehmen. Dann können sich die Patente bei den Aktiva in der Bilanz wiederfinden.

Mit der Stofflosigkeit von Patenten hatten auch die Banken in der Vergangenheit ein Problem. Aber wenn Patente echte Assets sind, müssen sie auch für Finanzierungen einsetzbar sein. Immerhin gibt es mittlerweile in Deutschland ein Dutzend verschiedener Finanzierungsmöglichkeiten, etwa den Verkauf und das anschließende Leasing der Schutzrechte, Patentfonds und echte Patentkredite. Anbieter wie die Deutsche Bank, Credit Suisse, Paradox, Comprendium und Vantargis konkurrieren darum, Firmen mit den attraktivsten Patentportfolios Finanzierungen anzubieten.

Mythos 4:

Wer viel patentiert, ist innovativ

VOLKSWIRTSCHAFTLICHER SCHADEN: 16 MILLIARDEN EURO

Jede Pressemitteilung über steigende Zahlen von Patentanmeldungen nährt die Illusion, viele Schutzrechte zu besitzen sei ein Ausweis der Innovationskraft eines Unternehmen oder Landes. Viele Manager und Politiker werden nicht müde, genauso zu argumentieren.

In Wahrheit bedeuten viele Patentanmeldungen erst einmal nur hohe Kosten – nicht nur für Unternehmen, sondern auch für das gesamte Patentsystem. Die Ämter müssen die vielen Anmeldungen in einem aufwendigen Verfahren überprüfen, was schon heute zu einem enormen Rückstau geführt hat. Allein das Europäische Patentamt sitzt auf 200 000 unerledigten Prüfungsakten. Die Folge sind immer längere Bearbeitungszeiten, die inzwischen bei über vier Jahren liegen. In dieser Zeit herrscht Unsicherheit, ob und in welchem Umfang das Patent erteilt wird. In vielen Branchen sind vier Jahre mehr als ein Produktlebenszyklus. Die Konsequenzen müssen Anmelder und Wettbewerber tragen. Denn beide wissen nicht, ob der technischen Lösung Exklusivität zubilligt wird. Werden Lizenzgebühren fällig? Müssen die Konkurrenten Alternativen entwickeln? Diese Unsicherheit kostet viel Geld. So bezahlte der Blackberry-Hersteller RIM außergerichtlich 612

Millionen Dollar wegen einer potenziellen Patentverletzung an NTP, eine US-Firma, die sich auf die Verwertung von Schutzrechten spezialisiert hat. Später wurden die vermeintlich verletzte Patente zum Teil für nichtig erklärt. Für das Management ist es in dieser Situation extrem schwierig, Produkt- und Marktstrategien zu entwickeln.

Beim stolzen Argumentieren mit großen Patentzahlen geht auch schnell eine ernüchternde Erkenntnis verloren: Die meisten Erfindungen sind wirtschaftlich wertlos. Gerade einmal 5 bis 10 Prozent aller Patente lassen sich erfolgreich verwerten.

Manager müssen sich von der Illusion verabschieden, viele Patente zu besitzen sei eine Versicherung gegen den Wettbewerb. Manchmal ist es sogar klüger, Konkurrenten Zugang zu Patenten zu gewähren, wie das Beispiel Procter & Gamble (P&G) zeigt. Jeff Weedman, als Vice President weltweit für externe Partnerschaften zuständig, gibt die besten und wichtigsten Patente konsequent nach drei Jahren zur Lizenzvergabe frei. Der überraschende, aber einleuchtende Grund: Ob ein neues Produkt ein Verkaufsschlager wird, zeigt sich etwa ein Jahr nach Markteinführung. Dann beginnen die Wettbewerber mit Alternativlösungen die P&G-Patente zu umgehen. Aber das kostet sie Zeit und Geld: etwa ein Jahr für die Produktentwicklung und ein weiteres für die Markteinführung. Eine andere Option für die Konkurrenten ist es, abzuwarten und eine Lizenz von P&G zu einem angemessenen Preis zu erwerben. In den drei Jahren, bis es so weit ist, konnte der Konsumgütergigant Premiumpreise abschöpfen und die nächste Produktgeneration vorbereiten. Der Wettbewerb senkt durch die Lizenz seine Ausgaben für Forschung und Entwicklung (F&E) und verringert das Risiko, keine vernünftige Alternative zu finden. P&G profitiert von erfolgreichen patentierten Erfindungen noch stärker, und für den Wettbewerb sind manche Schutzrechte nicht mehr nötig.

Mythos 5:

Patente sind nur etwas für Juristen

VOLKSWIRTSCHAFTLICHER SCHADEN: 10 MILLIARDEN EURO

Für Manager waren Patente aufgrund der technisch-juristischen Materie immer schon viel schwieriger zu begreifen als Marken. Allzu gern haben sie dieses Thema daher der Rechtsabteilung überlassen. Die Folge ist häufig eine stiefmütterliche Behandlung von Patenten durch die Führungskräfte. Bei sehr forschungsintensiven Unternehmen kann dies enorme finanzielle Folgen haben. Informieren die Topmanager die Investoren und Analysten nicht

ausreichend über F&E-Projekte – und das heißt oft über Patente –, strafen diese das Unternehmen mit schlechteren Bewertungen ab. Noch schlimmer: Bleiben Lizenzstreitigkeiten, Verletzungsklagen oder der Ablauf der Schutzdauer durch das Management unkommentiert, brechen Aktienkurse sogar nachhaltig ein.

Konzerne wie der Flugzeughersteller Boeing oder der Telekomausrüster Alcatel-Lucent haben auf das Problem reagiert und eigene Einheiten für das Management des geistigen Eigentums gegründet. Dort geht es nicht mehr nur um die Verwaltung von Rechten, sondern um den gezielten wirtschaftlichen Einsatz – der sich bei Erfolg den Investoren kommunizieren lässt.

Noch weiter gehen die Unternehmen, die ihre Patente in Geschäftsmodelle integrieren. Der Kampf um den künftigen Standard bei hochauflösenden Videos zeigt, wie Sony, Philips und Matsushita mit Schutzrechten Geschäftsmodelle gestalten. Diese Unternehmen halten wesentliche Patente an der Blu-ray-Disk-Technologie und wollten einen weiteren langwierigen Videokrieg wie in den 80er Jahren beim Kampf von VHS gegen Betamax vermeiden. Diesmal war das Konsortium klug genug, Filmstudios wie Warner Bros. und große Videoverleiher bis hin zum Einzelhandelsriesen Wal-Mart auf die Blue-ray-Seite zu ziehen. Daraus entwickelt sich nun für die Konzerne ein einträgliches Geschäft. Nicht nur für die Standardlizenzen, auch für die Weiterentwicklungen und Ergänzungen zum Standard werden sie sich gut bezahlen lassen.

Eine andere Spielart, Patente in Geschäftsmodelle zu integrieren und den Kapitalmarkt dies wissen zu lassen, verfolgen der Prozessorhersteller Intel und das japanische Unternehmen Shimano, Marktführer für Fahrradkomponenten wie Gangschaltungen oder Bremsen. So unterschiedlich die Branchen der beiden Unternehmen sind, so ähnlich sind ihre patentbasierten Geschäftsmodelle. In beiden Fällen kaufen Kunden die Endprodukte PC und Fahrräder, weil Teile von Intel oder Shimano in ihnen verbaut sind. In beiden Fällen wissen viele Kunden wenig über die Komponenten und deren technische Leistungsfähigkeit. Sie kaufen aufgrund aggressiven Marketings und exklusiver, durch Patente gesicherter Marktstellung der Produkte. Und in beiden Fällen erzielen die Unternehmen Premiumpreise.

Deutsche Hightech-Firmen haben hier häufig noch Nachholbedarf. Sie unterschätzen oft die Wirkung, die positive Nachrichten über Forschungs- und Entwicklungsprojekte oder über den wirtschaftlichen Einsatz von Patenten auf die Aktienmärkte haben.

Mythos 6: Viele Patente machen unangreifbar

VOLKSWIRTSCHAFTLICHER SCHADEN: 4,7 MILLIARDEN EURO

Vor allem Führungskräfte aus Großunternehmen mit ihren riesigen Patentportfolios von Zehntausenden Schutzrechten erliegen noch immer dem Trugschluss, sie seien sicher vor unerwünschter Konkurrenz. Konzerne melden in Deutschland jedes Jahr mehr als ein Drittel aller Patente an. Bis vor Kurzem herrschte dabei zwischen den stark hightechorientierten Unternehmen eine Art symmetrische Kriegsführung: Wettbewerber ähnlicher Größe, mit vergleichbaren Märkten und verwandter Technik wussten, dass sie untereinander mit großer Wahrscheinlichkeit Patente verletzten. Allein die schiere Menge machte es aber schwierig herauszufinden, welche Schutzrechte genau betroffen waren. Um den Kontrollaufwand zu begrenzen, schlossen diese Konzerne miteinander Patentaustauschverträge ab. So ermöglichten sie sich gegenseitig den Zugang zu Know-how. Beispiele sind die Abkommen zwischen Osram und Philips zu LED-Leuchten oder zwischen VDO (heute Continental) und Bosch zu Piezo-Einspritzsystemen für Dieselmotoren. In solchen Verträgen waren zum Teil Hunderte von Schutzrechten berücksichtigt. Wer weniger hatte, musste Ausgleichszahlungen leisten. Es war also sinnvoll, viele Patente zu haben. Ganz gleich wie hoch die Anmeldegebühren waren, durch die Nichtangriffspakte mit dem Wettbewerb und den Zugang zu attraktivem Wissen hatten sich die festungsartigen Portfolios gerechnet.

Doch diese Zustände gehören der Vergangenheit an. Da viele Produkte zunehmend austauschbar wirken, werden Lösungen, die echte Exklusivität versprechen, für den Erfolg immer wichtiger. Damit sinkt die Bereitschaft, Patente zu teilen. Hinzu kommt der Druck, mit Patenten Erlöse etwa durch Lizenzprogramme zu erzielen. Die Bestmarke von IBM mit rund einer Milliarde US-Dollar Einnahmen pro Jahr aus selbst nicht genutzten Patenten wirkt auf viele Manager verlockend.

Ein weiterer Grund, warum große Patentportfolios kaum noch Schutz bieten, liegt in der neuen asymmetrischen Kriegsführung der sogenannten Patentahe oder -trolle. Das sind Unternehmen, deren einziger Geschäftszweck es ist, bei potenziellen Verletzern der eigenen Patente Schadensersatz einzutreiben. Diese Art von Geschäften ist in den USA entstanden, weil sich dort hohe Summen einklagen lassen. Inzwischen gibt es dieses Phänomen aber auch in Europa. Das Münchener Unternehmen IP-Com hat den Mobiltelefonhersteller Nokia auf stolze zwölf Milliarden Euro Schadensersatz ver-

Unsere Vorgehensweise

Jeder der von uns ermittelten Patentmythen verursacht volkswirtschaftliche Schäden in Milliardenhöhe. Um die genauen Beträge zu ermitteln, haben wir eine Vielzahl von Quellen ausgewertet. So haben die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD), das Institut der Deutschen Wirtschaft und der Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau Schätzungen zu Warenwerten und Umsatzverlusten durch gefälschte Produkte veröffentlicht. Monetäre Werte, Nutzungsraten sowie Kosten von Patenten hat die Europäische Kommission untersuchen lassen. Sie hat auch den Gesamtwert aller ausgereiften Open-Source-Lösungen ermittelt. Wir haben diese Daten den Mythen zugeordnet und mithilfe von Modellrechnungen die Schadenssummen für Deutschland abgeschätzt.

klagt, weil die Finnen angeblich Patente von IP-Com verletzen. Patentaie stellen selbst nichts her und sind nur auf Geld aus. Sie sind also nicht durch Patente angreifbar. Damit geht die alte Strategie der großen Portfolios nicht mehr auf, und die umfangreichen Patentbestände werden eher zu einer Belastung, da ihr Unterhalt und ihre Pflege teuer sind.

Doch es formiert sich – von den USA ausgehend – eine Bewegung gegen die Haie. Die Organisation Allied Security Trust (AST) zu der unter anderen Cisco Systems, Google und Hewlett-Packard gehören, belebt die Idee des Austauschvertrags wieder. AST kauft Patente auf, bevor sie Trolen in die Hände fallen, und lizenziert diese an die Mitglieder. Mithilfe der US-Initiative PatentFreedom, einer Datenbank über Patentaie, sollen deren Aktivitäten ans Licht kommen. Häufig wenden sich Haie mit Lizenzforderungen an mehrere Unternehmen zugleich. Unabgestimmtes Vorgehen hat hier schon Millionen gekostet. Durch PatentFreedom können sich potenzielle Opfer informieren und mit anderen Betroffenen verbünden. Wie das Beispiel Nokia zeigt, sollten europäische Manager die Gefahr durch Patentaie ernst nehmen und vergleichbare Initiativen anstoßen.

Mythos 7: **Open Innovation braucht keine Patente** VOLKSWIRTSCHAFTLICHER SCHADEN: 3,8 MILLIARDEN EURO

Viele Manager glauben, bei Open-Source-Produkten spielten Patente keine Rolle. Schließlich überlasse es ja gerade der Entwickler einer Open-Source-Software dem Nutzer, wie dieser das Pro-

gramm einsetze, verändere oder weitergebe; ein Patentschutz sei da überflüssig, so das Vorurteil. Doch um einem Dritten diese Möglichkeiten einräumen zu können, muss der Autor des Programms die nötigen Rechte besitzen. Nach dem Urheberrecht erwirbt er diese Rechte an seinem geistigen Eigentum durch seine Programmierleistung. Es ist also für das Eigentum am Programm unerheblich, wie der Entwickler dies Dritten zur Verfügung stellt. Dies gilt ähnlich auch für patentfähige Erfindungen in der Softwarebranche.

Tatsächlich sind unklare Eigentumsverhältnisse an Software ausgesprochen gefährlich. Führende IT-Konzerne wie IBM, Novell, Sony, Philips, die das Open-Source-Betriebssystem Linux einsetzen, haben daher die Initiative OpenInvention gegründet. Der Auftrag ist einfach: Die Organisation soll möglichst viele linuxrelevante Patente aufkaufen und sie den Nutzern zur Verfügung stellen. Denn eine Patentverletzungsklage könnte alle Versuche zunichte machen, Linux in kommerziellen Produkten zu verwenden oder Serviceleistungen rund um das Betriebssystem anzubieten.

Ein weiterer wichtiger Trend ist seit einigen Jahren die Öffnung des Innovationsprozesses unter dem Stichwort Open Innovation. Dabei binden Unternehmen viel stärker als früher Externe bei F&E ein, indem sie wie zum Beispiel P&G technische Probleme im Internet ausschreiben. Löst ein Wissenschaftler an einer Hochschule oder in einem anderen Unternehmen das Problem, erhält er eine Prämie. Sun Microsystems hat das ursprünglich proprietär vermarktete Solaris-Betriebssystem freigegeben, um von der Weiterentwicklung und Weiterverbreitung zu profitieren. Wie bei Open Source funktioniert diese Freigabe nur nach vorheriger Klarstellung der Eigentumsverhältnisse.

Patente behindern also Open Source und Open Innovation nicht automatisch. Im Gegenteil: Sie erleichtern den Einsatz dieser Konzepte in den Unternehmen, weil sie die gefährliche Unsicherheit beenden, wem das geistige Eigentum gehört.

Fazit

Die sieben Mythen verursachen wirtschaftliche Schäden in Milliardenhöhe. Würden Manager ihre Fehleinschätzungen über Patente korrigieren, könnten sie erhebliche Gelder freisetzen. Klug in F&E investiert, würden diese Mittel die Wettbewerbsposition ihrer Unternehmen deutlich verbessern. Es lohnt sich also, Patente nicht allein den Spezialisten zu überlassen. ■

© 2009 Harvard Businessmanager