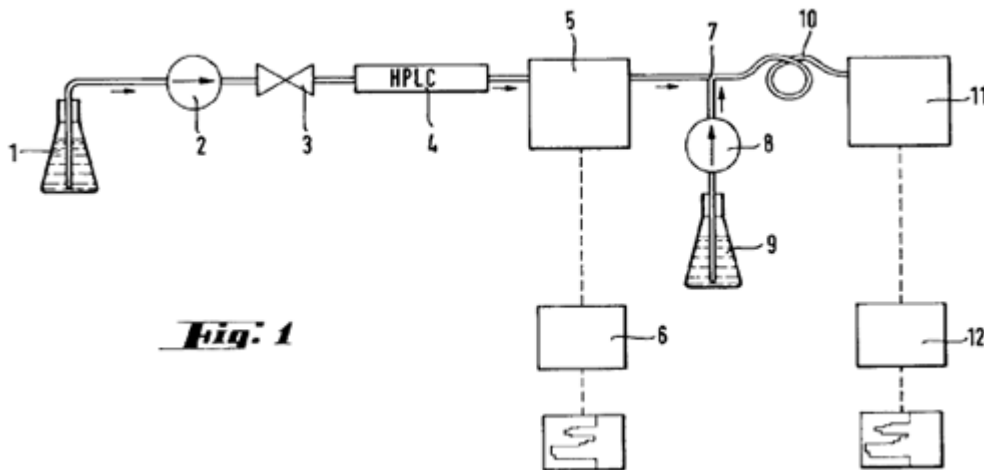


## Beispiel: Online-Marktplätze

Ein deutsches Großunternehmen entwickelte für die Unterstützung eines seiner Geschäftsfelder eine Biolumineszenz-Dünnschicht-Chromatographie Technologie, die das Aufspüren biologisch-toxischer Substanzen ermöglichte. Da die Herstellung oder der Verkauf von Laborausstattung nicht zum strategischen Geschäftsfeld des Großunternehmens gehörte, entschied sich das Unternehmen die Technologie zur Lizenzierung auf einem kostenpflichtigen Online-Marktplatz anzubieten, um über mögliche Anwendungen der Technologie in weiteren Geschäftsfeldern zusätzliche Erträge zu realisieren.



Biolumineszenz-Dünnschicht-Chromatographie Technologie, Quelle: Auszug aus Patentschrift.

Über die Datenbank des Online-Marktplatzes identifizierte ein amerikanisches Startup-Unternehmen den Nutzen der Technologie, um ein Testgerät für das kostengünstige und schnelle Aufspüren biologisch-toxischer Substanzen, z.B. für den Einsatz in der Lebensmittelindustrie, zu produzieren. Um Zeit und Kosten für die Entwicklung der notwendigen Technologie einzusparen, sah das amerikanische Kleinunternehmen von Anfang an eine Einlizenzierung der Technologie als Schlüsselement seiner Unternehmensstrategie. Nachdem der Kontakt zwischen den beiden Parteien hergestellt wurde, wurde eine Lizenzvereinbarung ausgehandelt. Da das Startup-Unternehmen nicht über genügend finanzielle Mittel für die Zahlung von Lizenzgebühren verfügte, wurde eine Vergütung durch Anteile am Firmenkapital des amerikanischen Kleinunternehmens beschlossen. So konnte das Startup-Unternehmen seine finanziellen Mittel vorrangig für die Entwicklung des Testgerätes verwenden, um eine schnelle Markteinführung des Testgerätes zu ermöglichen, während das Großunternehmen über die Kapitalanteile aufgrund der schnellen Produktentwicklung am expandierenden Abnehmerportfolio des amerikanischen Kleinunternehmens profitieren konnte. Zusätzlich zu dieser Vereinbarung wurde beschlossen, die mit dieser Technologie vom Kleinunternehmen entwickelten Produkte zusammen mit dem Großunternehmen als Marke schützen zu lassen.