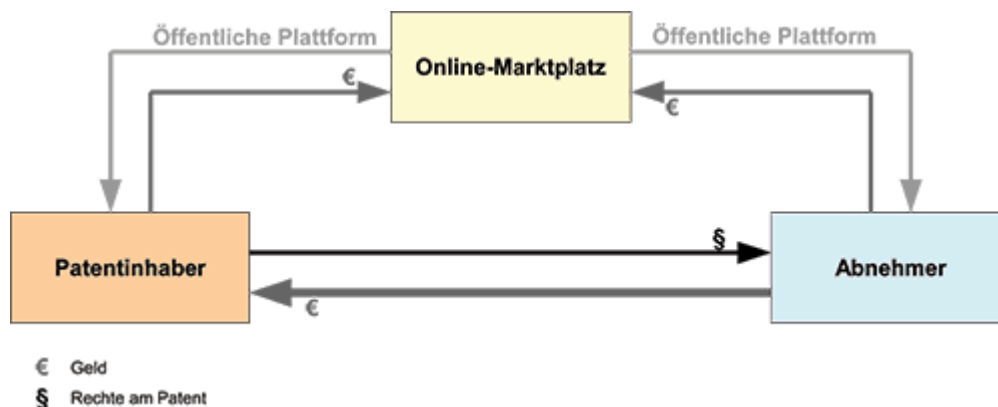


Online-Marktplätze

Online-Marktplätze können als die Bühne des IP-Marktes bezeichnet werden. Infolge der Nichtgreifbarkeit von Patenten und der Einzigartigkeit von Technologietransaktionen, tragen diese Internetseiten dazu bei, das deutlicher zu machen, was vorher ungesehen stattfand, indem Sie Angebot und Nachfrage für jeden sichtbar gegenüberstellen. Im Unterschied zu Online-IP-Auktion findet allerdings keine Transaktion im Internet statt.

Struktur von virtuellen Marktplätzen

Online-Marktplätze dienen der geordneten Zusammenführung von Anbietern und Abnehmern von Patenten oder Technologien auf einer öffentlich zugänglichen ggf. kostenpflichtigen Plattform. Zu diesem Zweck werden zwei Datenbanken betrieben, eine, die die angebotenen Technologien enthält, und eine zweite, in der Anfragen auf Technologien gespeichert sind. Somit haben potentielle Abnehmer die Möglichkeit sich über Patentinhaber und ihre Verwertungsabsichten zu informieren, und Patentinhaber können begutachten, ob sie die Nachfrage nach einer Technologien bedienen können. Um eine gezielte Recherche zu erleichtern sind die Datenbanken i.d.R. nach Technologiefeldern sortiert und können über eine Auswahl von Suchparametern abgefragt werden. Besteht Interesse an einem Angebot oder Gesuch kann über den Marktplatz der Kontakt zum Patentinhaber respektive zum Technologiesuchenden vermittelt werden. Bei kostenpflichtigen Online-Marktplätzen fallen i.d.R. Gebühren bei der Aufnahme eines Technologieangebots oder -gesuchs in Form eines Festbetrages an (ab etwa €650) und nach einer erfolgreichen Transaktion in Form einer Provision (ca. 15%). Im Unterschied zu kostenlosen Online-Marktplätzen werden die aufgeführten Technologien zum einen durch Marketingmaßnahmen beworben und zum anderen Unterstützung bei der Erstellung eines Technologieangebots in der Datenbank angegeben. Die Verhandlung und Realisierung einer Transaktion obliegt allerdings den beiden Parteien selbst.



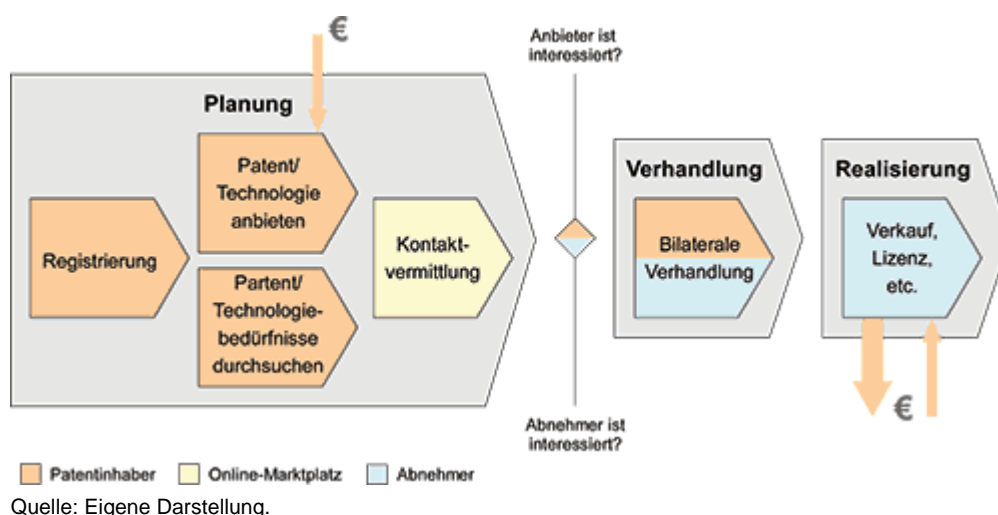
Ablaufprozess von virtuellen Marktplätzen

Die Registrierung auf den Online-Marktplätzen ist i.d.R. kostenlos und ermöglicht dem Besucher des Marktplatzes die Datenbanken für die Technologieangebote und -gesuche einzusehen und nach einem Authorisierungsprozess mit den jeweiligen Anbietern Kontakt über den Marktplatz aufzunehmen.

Eine gezielte Suche ist meist direkt über Stichwörter oder in vorgegebenen Kategorien möglich und eröffnet Patentinhabern zu recherchieren, ob ein Technologiegesuch durch ihn erfüllt werden könnte. Ist dies der Fall, kann der Patentinhaber, nachdem er dem Betreiber des Online-Marktplatzes seine Handlungsberechtigung glaubhaft gemacht hat, in Kontakt mit dem potentiellen Abnehmer treten, um festzustellen, ob eine Verwertung in

Frage kommt. Grundsätzlich bedarf es aber immer einer Freigabe der Kontaktdaten durch den Inserenten auf dem Online-Marktplatz. Möchte ein Patentinhaber eine Technologie anbieten, folgt nach dem Authorisierungsprozess das Erstellen eines Profils für das betreffende Patent über einen standardisierten Fragebogen, in dem die Technologie und die Verwertungsabsichten beschrieben werden (z.B. Lizenzierung, Verkauf, Joint Venture). Kostenpflichtige Marktplätze bieten i.d.R. aktive Unterstützung bei der Erstellung eines Patentprofils an. Das Aufgeben eines Technologiegesuchs oder -angebots kann je nach Online-Marktplatz mit Kosten von bis zu etwa €2500 pro Patent und Jahr verbunden sein.

Besteht beiderseitiges Interesse an einer Verwertung des Patent, folgt die Verhandlungsphase im gemeinsamen Gespräch, die offline und bilateraler Natur ist. Kostenpflichtige Online-Marktplätze bieten Unterstützung bei der Vorbereitung und Durchführung der Verhandlungen an, wenn dies gewünscht wird. Kommen die Verhandlungen zu einem erfolgreichen Abschluss fällt bei kostenpflichtigen Online-Marktplätzen eine Provision von i.d.R. 15% des gehandelten Wertes an, die je nach Verhandlung von einem oder beiden der Parteien gezahlt werden muss.



Die obige Abbildung illustriert noch einmal diesen Prozess. In den einzelnen Prozessphasen sind die daran beteiligten Projektpartner (Patentinhaber, Online-Marktplatz, Abnehmer) jeweils farblich gekennzeichnet sowie die möglichen Finanzströme an bzw. von den/m Patentinhaber.

Zusammenfassende Betrachtung

Online-Marktplätze stellen Patentinhabern eine öffentliche Plattform für die Präsentation zur externen Verwertung vorgesehener Technologien zur Verfügung. Allerdings beinhaltet die Darstellung einer Technologiebeschreibung in einer Datenbank keine aktive Identifikation von Abnehmern, sondern eine eher reaktive Herangehensweise an die ETV. Potentielle Abnehmer müssen i.d.R. selbst ein Anwendungspotential für angebotene Technologien identifizieren, wobei die Inhaber dies mit einer detaillierten Beschreibung möglicher Anwendungsgebiete in der Datenbank unterstützen können. Bei kostenpflichtigen Online-Marktplätzen wird neben der regelmäßigen Marketingmaßnahmen für einzelne Technologien mittlerweile teilweise eine aktivere Unterstützung bei der Identifikation von Abnehmern in Form des Patent Brokering angeboten.

Andererseits zeichnen sich Online-Marktplätze durch eine große Flexibilität hinsichtlich der Gestaltungsmöglichkeiten einer externen Verwertung aus, da nicht nur der direkte Verkauf oder die Lizenzierung, sondern auch beispielsweise Joint Ventures, Entwicklungsaufträge oder auch Finanzierungsgesuche im Rahmen der Angebotserstellung für die Online-Datenbank formuliert werden können. Die Flexibilität bei der Verhandlung

Serviceportal zur externen IP Verwertung

Informationen rund um die monetäre Verwertung von Patenten und Technologien



dieser Optionen ist darauf zurückzuführen, dass die Verhandlungen zwischen potentiellen Verwertungspartnern i.d.R. in Eigenregie durchgeführt werden, was aber gleichzeitig höhere Anforderungen an die internen Ressourcen eines Unternehmens stellen kann, sowohl bezüglich des Personalbedarfs als auch des Knowhows. So sollten die Verhandlung der Vertragskonditionen, beispielsweise bezüglich der Preisgestaltung oder des Transaktionsumfangs, mit großer Sorgfalt vorbereitet und geführt werden, um potentielle Interessenten nicht mit unrealistisch hohen Preiserwartungen abzuschrecken oder für den Patentinhaber nachteiligen Vereinbarungen vorzubeugen. Hat ein Unternehmen keine Erfahrung bei der externen Verwertung von Technologien und möchte es das Risiko einer suboptimalen Verwertung verringern, so ist ggf. auch Unterstützung durch spezialisierte Dienstleister in Betracht zu ziehen.

Im Unterschied zu den anderen Beiden, der vorgestellten Modelle, bestehen Online-Marktplätze nicht auf ein exklusives Vertriebsrecht, sondern gestatten i.d.R. auch die parallele Vermarktung über andere Intermediäre, wie z.B. Patent Broker und Licensing Agents, oder das Unternehmen selbst.