

NEUE BERUFE: INNOVATIONSMANAGER

Der Patentmakler

MITTWOCH, 7. FEBRUAR 2007
FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND

Viele Forscher wissen nicht, wie sie ihre Erfindungen vermarkten sollen. Innovationsmanager helfen, gute Ideen zu Geld zu machen

VON MARTIN KAHL, HAMBURG

Professor Peter Biegel hat eine Fördergurtvorrichtung für den Bergbau erfunden. Jahrelang tüftelte der Fördertechniker an der Fachhochschule Lausitz mit seinen Studenten an einem Förderband, das nicht so leicht aus dem Gleichgewicht gerät und somit mehr Schüttgut transportieren kann. Als Biegel die Apparatur fertig hatte, wollte er sie Zechen anbieten – er wusste nur nicht wie. Er wusste nur: „Wenn's scharf wird, braucht man Geld.“ Mit „scharf“ meint Biegel die Phase, in der intensiv mit einem interessierten Unternehmen verhandelt wird.

Was eine Fördergurtvorrichtung ist, wusste Bernhard Bomke nicht. Aber er weiß, was man tun muss,

wenn's „scharf“ wird. Und wie man das nötige Kleingeld für die Entwicklung zur Marktreife, die Patentanmeldung und die Vermittlung der Erfindung an die Industrie organisiert. Bomke ist Innovationsmanager, er leitet die Patentverwertungsagentur (PVA) Brainshell. „Wir vermitteln Know-how zwischen Wissenschaft und Industrie und begutachten Erfindungen auf ihre Patentfähigkeit“, erklärt der 33-Jährige. Zu seinen Kunden gehören alle Hochschulen des Landes Brandenburg sowie vier außeruniversitäre Forschungseinrichtungen. Seit der Gründung der Agentur vor fünf Jahren wurden insgesamt 203 Erfindungen begutachtet, davon konnten 95 zum Patent angemeldet werden, für 27 Erfindungen wurden Lizenzverträge mit der Industrie abgeschlossen. Biegels Fördergurtvorrichtung ist seit einem Jahr in einer Zeche im Einsatz.

Innovationsmanager arbeiten in einer Patentverwertungsagentur, bei Unternehmen oder direkt an Hochschulen. Durch den Wegfall des sogenannten Hochschullehrerprivilegs können die Universitäten

seit 2002 die Erfindungen ihrer wissenschaftlichen Mitarbeiter selbst verwerten. Im gleichen Jahr startete das Bundesforschungsministerium eine millionenschwere Förderung der Agenturen und Unis. Mit Erfolg: Selther haben sich Patentanmeldungen von Hochschulen mehr als verdoppelt.

„Innovationsmanagement ist noch ein relativ junges Feld“, sagt Stefanie Zenk, Leiterin der Geschäftsstelle der Technologie Allianz, dem Dachverband der PVAs. Bislang gibt es in den 20 Agenturen rund 100 Innovationsmanager. Deren Kompetenzen sind gefragt. „Viele Universitätsprofessoren haben bei ihrer Forschung noch nicht den vermarktungstechnischen Blick“, sagt Zenk. Auch Fördergurt-Experte Biegel muss zugeben: „Als Hochschule sind wir selbst kaum in der Lage, ein Produkt bis zur Marktreife zu führen.“

Um das Potenzial einer Erfindung auszuloten, verabredet sich

Bomke persönlich mit den Tüftlern, lässt sich die Technologie erklären, recherchiert, wie neu die Erfindung wirklich ist, und knüpft erste Kontakte zu passenden Unternehmen. „Innovationsmanager brauchen ein breites fachliches Wissen“, sagt Uwe Höft, Leiter des

„Man braucht den richtigen Riecher für den Markt“

Bernhard Bomke, Innovationsmanager



Studiengangs für Technologie- und Innovationsmanagement an der Fachhochschule Brandenburg. Sie sind in der Regel Naturwissenschaftler, Ingenieure oder Informatiker. Die Zielgruppe des Studiengangs sind vor allem Studierende, die in den Unternehmen „als rechte Hand des Entwicklungsleiters“ arbeiten wollen.

Bernhard Bomke sieht sich vor allem als Partner der Hochschulen. Neben technischen und betriebswirtschaftlichen Kompetenzen brauche man einen langen Atem in den Verhandlungen mit der Industrie, den „richtigen Riecher“ für den Markt und eine Erfindung, bei der „ein echter Wettbewerbsvorteil für das Unternehmen herauspringt“. Im besten Fall stehen am Ende des Beratungsprozesses ein angemeldetes Patent, ein fertiges Produkt und ein lukrativer Lizenzvertrag zwischen Industrie und Hochschule. Dann verdienen der Erfinder, die Uni und die PVA in

der Regel zu gleichen Teilen an den Lizenzgebühren. Das klappt nicht immer: „Es gibt viele Erfindungen, die technisch interessant sind – aber es gibt keinen Markt dafür“, so Bomke. Förderexperte Biegel bringt es auf den Punkt: „Ich kann mir das tollste Ding ausdenken, wenn hinterher nichts dabei rumkommt, dann war's eine Sache für sich.“