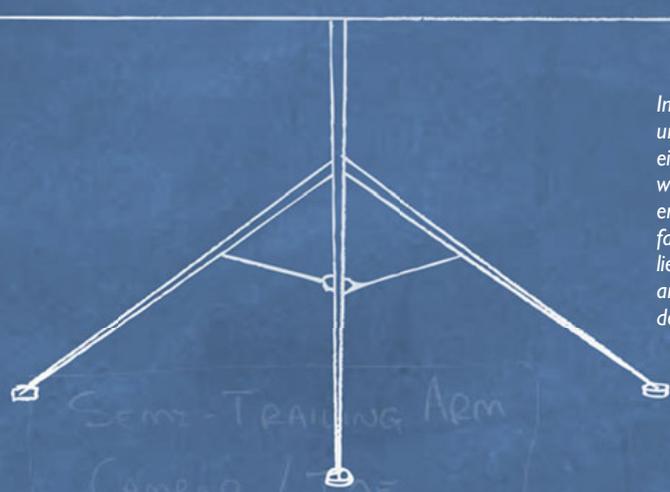


Im Oktober 1905 meldeten die Firmengründer Anton und Gerard Philips in Eindhoven ihr erstes Patent an: eine Variante der Glühfadenlampe (rechts). Schrittweise wird die ‚Glühbirne‘ nun durch die LED-Lampe (links) ersetzt. Deren digitale Leiterplatten-Technologie ist fast so komplex wie ein Computer. Hunderte Patente liegen dieser Entwicklung zugrunde. Philips leiht diese an andere Lichtfirmen aus – und deckt somit einen Teil der immensen Entwicklungskosten.



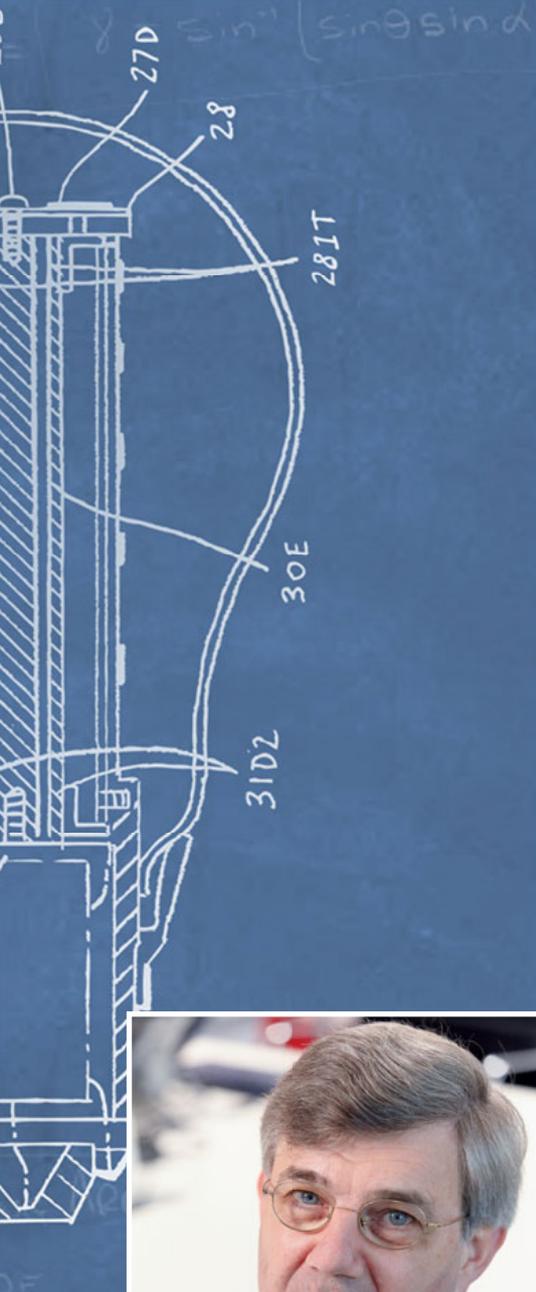
Hüten oder Brüten?

Was man mit Patenten noch alles tun kann, außer Wissenskriege zu führen.

Der Kampf der beiden Technologie-Giganten machte weltweit Schlagzeilen: Unversöhnlich hatten Apple und Samsung einander vor Gericht in Kalifornien bekriegt. Gegenseitig warfen sich die Software-Konzerne Ideenklau vor. Das Verfahren war schwierig. Bis die neun Geschworenen Ende August schließlich Apple recht gaben – und Samsung dazu verklagten, dem Konkurrenten gut 1,05 Milliarden Dollar Schadenersatz zu zahlen. Das Urteil erschütterte die Branche, verunsicherte Aktionäre und Kunden.

Womöglich dürfen bald in den USA Samsung-Telefone überhaupt nicht mehr verkauft werden. Der Kampf der beiden Schwergewichte lenkte den Blick der Öffentlichkeit auf einen Bereich, der von vielen Unternehmen wie eine Geheimwissenschaft behandelt wird: die Welt der Patente. Die gesammelten Ideen sind so etwas wie die Kronjuwelen in den firmeneigenen Schatzkammern. Viele Unternehmen verstecken und verteidigen sie, notfalls durch alle Instanzen. Dabei geht es auch anders, wenn Firmen miteinander

statt gegeneinander arbeiten. Wenn sie gemeinsam Ideen entwickeln und mit fremden Experten zusammenarbeiten. Wenn sie ihr Wissen teilen. Genau das ist die Aufgabe der 400 Mitarbeiter der Philips Intellectual Property & Standards (IP&S) mit Hauptsitz in Eindhoven. Sie sind nicht nur die Ideenhüter des Konzerns, sondern auch dessen Ideenvermehrer. Im Optimalfall haben davon alle etwas – Philips, seine Partner – und die Kunden.
„Wenn wir unser Wissen teilen, auch mit Mitbewerbern, verbreiten wir nach-



Ruud Peters leitet Philips Intellectual Property & Standards (IP&S). Die Organisation erfasst und verwaltet Firmenwissen.

haltige Technologien und schaffen am Ende auch für Philips mehr Umsatz“, erklärt Ruud Peters, Chief Intellectual Property Officer, das Prinzip. Er und sein Team verwalten insgesamt mehr als 54.000 Patente, 70.000 Geschmacksmuster, 39.000 Marken- und Warenzeichen sowie 4.400 Domain-Namen. Bereits 1926 gründete Philips die IP&S, um das eigene Firmenwissen zu teilen, zu verkaufen und auszuleihen, aber auch, um Fremdwissen zu erwerben. „Bei uns gehört dies zur Firmenphilosophie. Wir kommen so schneller zum Ziel“,

sagt Peters. Zunehmend entstehen die Patente mittlerweile durch Kooperationen oder durch den gezielten Einkauf. Schon bei der Entwicklung der CD arbeitete Philips mit zwei Partnern zusammen, bei der DVD waren es bereits zehn und bei der Blu-ray schon 18. Ähnliches gilt für den Markt mit den Glühbirnen von morgen. Philips, weltgrößter Leuchten-Hersteller, ist Technologieführer im LED-Bereich. Ein echtes Zukunftsgeschäft, ein hart umkämpftes zudem. Ausgerechnet hier kooperiert Philips mit direkten Wettbewerbern wie Osram, teilt etwa Know-how in so sensiblen Bereichen wie dem der Steuerungselemente und Motoren der Leuchtdioden. Die Partner können so eigene LED-Leuchten schneller entwickeln, sie kostengünstiger und in höherer Qualität produzieren. Neben Osram zählen auch Zumtobel und Trilux zu den Partnern. Mit der Paulmann Light GmbH wurde im Mai 2012 die 200. LED-Patentpartnerschaft abgeschlossen. Warum tut Philips das?

Vorbei scheinen also die Zeiten von Forschern zu sein, die wie Daniel Düsentrieb im stillen Kämmerlein allein fantastische Erfindungen machen. Das Stichwort heißt ‚Open Innovation‘. Bei gemeinschaftlicher Forschung könne jeder seine Stärken einbringen, erklärt Peters. Zugleich würden die Risiken geteilt – genau wie im Erfolgsfall die Einnahmen. „Dadurch finden neue Produkte und ‚grüne‘ Technologien schneller und günstiger ihren Weg zu den Menschen“, sagt der Ideenmakler und zählt weitere Musterkooperationen auf:

Das medizinische Innovationsprojekt Sonodrugs etwa, mit dem Medikamente gezielter zu bestimmten Körperstellen geleitet werden sollen. Auf diese Weise sollen eines Tages Krankheiten wie Krebs effektiver bekämpft werden. Hier engagiert sich Philips seit 2009 mit 14 weiteren europäischen Unternehmen, Universitäten und Forschungseinrichtungen aus der Nanotechnologie, Krebs- und Giftstoffforschung. Philips steuert vor allem sein Wissen in der Ultraschalltechnologie und

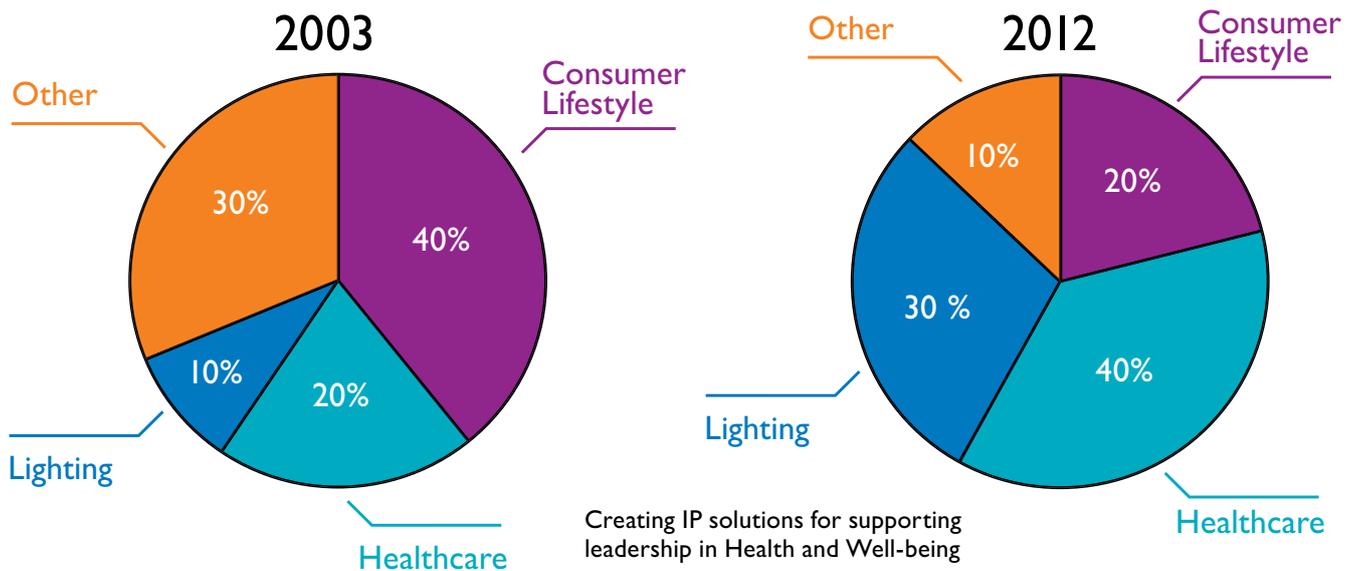
der medizinischen Bildgebung bei. Um letztere noch effektiver zu machen, hat der Konzern gerade 2,5 Millionen Euro in ein gemeinsames Forschungsprojekt mit der polytechnischen Universität in Sankt Petersburg investiert. Und in Zürich hat Philips seine 25-jährige Partnerschaft mit der Eidgenössischen Technischen Hochschule erneuert. Mit 8,5 Millionen Euro wird deren Arbeit über die nächsten zehn Jahre weiter gefördert. Das lohnt sich. Gemeinsam wurden schon etwa 40 Patente angemeldet.

Sind die erfolgreichen Kooperationen also der Beweis, dass Philips geistiges Eigentum überhaupt nicht zu schützen braucht? „Nein“, erwidert Peters, „Open Innovation wäre ohne Patente nicht möglich. Patente machen transparent, wer welches Wissen in ein gemeinsames

Patente machen
transparent,
wer welches Wissen
in ein
gemeinsames
Projekt mit einbringt.

Projekt mit einbringt. Das macht sie zum Schmiermittel der modernen Wissensgesellschaft.“ Warum ist das so? Mit einem Patent kann ein Erfinder sein Wissen exklusiv nutzen und andere von der Nutzung seiner Erfindung ausschließen. Das Patent gibt dem Erfinder aber auch die Freiheit und die Sicherheit, klar zu regeln, unter welchen Bedingungen andere sein Wissen nutzen dürfen. Patente sind also die rechtliche Grundlage dafür, dass Erfinder ihr Wissen ausleihen, verkaufen oder teilen können. Und wo Wissen auf einer

Changed IP portfolio in line with Philips' strategy



Ein Unternehmen im Wandel: Stammen im Jahr 2003 noch zwei von fünf Philips Patentanmeldungen aus dem Unternehmensbereich ‚Consumer Lifestyle‘ (zum Beispiel TV und Musik), spielen heute ‚Lighting‘ und ‚Healthcare‘ die Hauptrolle. Diese Entwicklung passt zur modernen Unternehmensstrategie. Zudem werden weniger Patente unter ‚andere‘ verbucht. Das ist ein Indiz dafür, dass sich die Forschung und Entwicklung auf die konkreten Marktbedürfnisse der Sparten konzentrieren.

Seite verkauft wird, muss es auf der anderen Seite auch eingekauft werden. Auch die Patent-Manager von Philips treten auf dem Wissensmarkt als Käufer auf. Sie heißen IP-Scouts und sind vor allem dort aktiv, wo sie strategische Geschäftsfelder besonders stärken können. So gingen Peters' Medizinspezialisten kürzlich auf Einkaufstour und sicherten dem Unternehmen zahlreiche Patente für ein Gerät, mit dem Patienten künftig ihr Blut von zuhause analysieren lassen können. In der Krebstherapie könnte dieses dem Patienten helfen, den richtigen Zeitpunkt für die nächste Chemotherapie schneller und kostengünstiger zu bestimmen. Die medizinische Versorgung zuhause, auch ‚Home Healthcare‘ genannt, gilt als Zukunftsmarkt.

Der Markt für Patente wächst. Allein die Anzahl der von China beim Europäischen Patentamt eingereichten Patentanmeldungen hat sich in den vergangenen beiden Jahren mehr als verzehnfacht: von 1.631 Patenten in 2009 auf knapp 17.000 Patente in 2011. Auch kleinere Firmen haben erkannt, dass sie mit Patentanmeldungen Werte und Umsätze generieren können. Wie passt es da zusammen, dass

Philips in Europa nicht mehr auf Platz 1 der Hitliste der Patentanmeldungen rangiert? Im Jahr 2011 verzeichnete das Europäische Patentamt in München 1.759 Patentanmeldungen von Philips. Zehn Jahre zuvor waren es noch knapp 3.000 gewesen. „Kein Grund zur Sorge“, versichert Ruud Peters. „Schon seit einigen Jahren setzen wir auf Qualität statt Quantität.“ Peters meint, er habe lieber ein Patent für eine gute Erfindung als fünf Patente für Innovationen von ‚zweifelhaftem Wert‘. „Wir konnten die Zahl jener Patente erheblich reduzieren, die per Gießkanne geschaffen wurden, aus denen aber nie ein marktfähiges Produkt entstanden ist.“

Zudem hat sich Philips stärker auf die Kernaktivitäten der drei Unternehmensbereiche Healthcare, Lighting und Consumer Lifestyle fokussiert. Aus ehemals patentreichen Industrien wie der Musik- und der TV-Industrie zieht sich Philips hingegen schrittweise zurück. „Was zählt, ist nicht die Anzahl der Patente“, meint Peters, „sondern der wirtschaftliche und soziale Wert, den sie darstellen.“

Die schönsten Kronjuwelen in den Schatzkammern sind eben immer noch jene, die besonders hell glänzen.

Patente als Ausschlussrecht: ein Klassiker

Ein Patent erlaubt dem Erfinder, 20 Jahre lang andere von der Nutzung seiner Erfindung auszuschließen. Ohne Patente würden sich Firmen und Personen nicht die Mühe machen, etwas Neues zu entwickeln oder in eine Erfindung zu investieren. Ohne Patentschutz würden Wettbewerber neue Produkte zu einem geringeren Preis kopieren und auf den Markt bringen, weil sie die Kosten für Forschung und Entwicklung nicht selbst tragen müssen. James Watt hätte seine Dampfmaschine ohne ein Patent niemals auf den Markt bringen können. Er musste erst Investoren überzeugen, dass sich die Anschubfinanzierung auch lohnen wird. Dies gelang ihm, als er ihnen klarmachte, dass sie seine Idee dank des Patentschutzes exklusiv vermarkten können.