

Arbejder du strategisk med dine patenter?

25. april 2018



Virksomhed opnå

Dette fremgår bl.a. af Patent- og Varemærkestyrelsens rapport "IPR Turnaround":

"Virksomheder, der hverken arbejder strategisk eller handler med IPR (patenter), klarer sig dårligere, når det gælder indtægter, bruttoavance og værditilvækst i forhold til sammenlignelige virksomheder, der er strategiske og/eller handler med IPR (patenter)".

Udvikling af patenter

Selvom produkter og tjenesteydelser kommer hurtigere på markedet og har kortere levetid, kan et patent på op til 20 år være værdifuldt – på trods af, at det ofte forsinker produktintroduktionen.

For at opnå et patent skal opfindelsen, logoet eller designet

1. være nyt
2. adskille sig væsentligt fra eksisterende/tidligere opfindelser, logoer eller designs
3. kunne udnyttes industrielt

Kravet om ny opfindelse, logo eller design gør det nødvendigt at sørge for, at samarbejdspartnere og

potentielle investorer skriver under på hemmeligholdelsesaftaler, og at medarbejderne ved, hvordan de skal omgås gode ideer.

Det andet punkt kræver kontakt til Patent- og Varemærkestyrelsen, der tilbyder gratis rådgivning på www.dkpto.dk eller tlf. 4350 8301.

Det tredje punkt handler om, hvorvidt det kan betale sig at patentere. Der skal udarbejdes en investeringskalkulation som for ethvert andet investeringsprojekt. Denne bør sammenholdes med virksomhedens øvrige investeringsmuligheder, så den kun arbejder videre med de bedste investeringsprojekter. Ellers ender det med, at virksomheden hverken har likviditet eller menneskelige ressourcer til at nå succesfuldt i mål med projektet.

Opkøb og udnyttelse af patenter

Den konkurrencemæssige fordel ved patentet skal anvendes til organisk vækst. Det er dog ikke altid lige nemt, selvom virksomheden har opnået et patent. Derfor kan et salg af patent nogle gange være et fornuftigt alternativ for en opfinder.

Dette giver omvendt mulighed for, at veldrevne virksomheder kan foretage opkøb og udnyttelse af et patent. Det er formentlig her, at indtægterne, bruttoavancen og værditilvæksten ved at arbejde strategisk med patenter ligger.

Ring til Roesgaard og få sparring til patentering af produkter.

<