

# Schutz gegen Patentjäger

**Innovation** Um sich gegen Ideenklau zu wappnen und Kosten für teure Patentanmeldungen zu sparen, setzen Firmen auf Defensivpublikationen. Das ist eine riskante Strategie.

SARAH SOMMER

**E**igentlich sind schwere wirtschaftliche Zeiten gute Zeiten für Paul Rosenich. Der Patentanwalt hat sich mit seinem in Liechtenstein und der Schweiz ansässigen Team auf Patentrechtsangelegenheiten spezialisiert. «Unser Geschäft ist normalerweise antizyklisch», erklärt Rosenich. Wenn die Gesamtwirtschaft lahm und bei Unternehmen die Aufträge ausbleiben, nutzen vorausschauende Chefs oft die Zeit, um ihre Forschung und Entwicklung voranzutreiben und mittels Patentanmeldungen zu schützen. «Das schien auch zu Beginn der Finanzmarktkrise 2008 noch so zu sein», berichtet Rosenich. Doch seit dem Schock durch die Frankenaufwertung scheine sich in den Unternehmen quer durch alle Branchen ein strenges Spardiktat festzusetzen. «Auch die Budgets für Patentschutz sind von dieser zurückhaltenden Investitionspolitik betroffen», sagt Rosenich. Die gefühlte Dauerkrise fordert ihren Tribut: «Die Unternehmen überlegen zurzeit viermal, ob sich eine Patentierung lohnt. Mancher Manager, der früher ganz selbstverständlich 1 Million Franken als Patentbudget in die Hand nahm, zuckt heute schon bei einem Budget von 100 000 Franken zusammen.»

Ähnliches berichten auch andere Patentrechtsexperten. Zuletzt gingen die Anmeldungen von Schweizer Unternehmen beim Europäischen Patentamt tatsächlich leicht zurück. Dadurch fällt die Schweiz im Ranking der aktivsten Patentanmelder weltweit vom 7. auf den 8. Platz und in Europa vom 3. auf den 4. Platz zurück. Das liege zwar auch daran, dass viele Firmen inzwischen bei noch spezialisierteren Patentorganisationen ihr Recht schützen liessen. «Besonders Firmen, die international aktiv sind, gehen mit Sparsamkeit bei Patentanmeldungen langfristig aber ein strategisches Risiko ein», mahnt Patentanwalt Rosenich. Um dieses Risiko zu verringern, ohne knappe Budgets überstrapazieren, können Firmen auf eine Sparvariante des Innovationsschutzes setzen: Die sogenannte Defensivpublikation.

## Heimliche Veröffentlichung

Damit macht man sich einen einfachen Grundsatz der internationalen Patentrechtssysteme zunutze: Man kann nichts patentieren lassen, was schon Stand der Technik ist. «Mangelnde Neuheit oder mangelnde erfinderische Tätigkeit», urteilen die Patentämter dann – und verweigern eine Patentierung. Veröffentlicht ein Unternehmen technische Details und In-



Pinwand: Manche Firmen versuchen, ihre Idee so diskret wie möglich zu veröffentlichen.

halte von Produkt- oder Prozessinnovationen, an denen es arbeitet, werden diese automatisch zum Stand der Technik – man spricht von einer Defensivpublikation.

Kein Konkurrent darf nach einer Veröffentlichung also dieses oder ein ähnliches Produkt oder Verfahren mehr patentieren lassen. Der Vorteil: Während ein Patent nur davor schützt, dass Konkurrenten die exakt gleiche Idee später zum Patent anmelden oder auf den Markt bringen, schützt die Defensivveröffentlichung auch vor der Patentierung von später eingereichten Ideen, die nur ähnlich sind. Die Krux: Der Konkurrent darf die durch Defensivpublikation geschützte Erfindung zwar nicht patentieren lassen. Er darf sie allerdings nutzen – schliesslich gilt sie mit der Veröffentlichung als allgemeiner Stand der Technik. «Meist versuchen Unternehmen daher eine Gratwanderung: Sie veröffentlichen eine Defensivpublikation. Aber möglichst so, dass Konkurrenten sie nicht auf Anhieb finden», erklärt Patent-

anwalt Rosenich das schizophrene Prinzip. Das geht in der Praxis so weit, dass manche Unternehmen Defensivpublikationen ausschliesslich durch einen Aushang an einer speziellen, unauffälligen Wandtafel am Werkstor oder auf dem Marktplatz ihres dörflichen Firmensitzes veröffentlichen.

«Einmal pro Woche kommt dann ein Notar vorbei und bestätigt offiziell, dass da eine Veröffentlichung erfolgt ist»,

berichtet Patentanwalt Rosenich. Andere Unternehmen veröffentlichen ihre technischen Innovationen in abseitigen Branchenblättern in exotischen Sprachen. Schweizer Unternehmen etwa publizieren ihre technischen Erfindungen gerne im örtlichen Lokalblatt, versteckt hinter den Beerdigungsanzeigen und amtlichen Bekanntmachungen – wo sie garantiert niemand liest, der die technisch verklausulierten Informationen versteht. Oder sie verstecken die sensiblen Angaben hinter von Aussenstehenden kaum auffindbaren Deep Links auf der Firmenhomepage.

**Laut Patentrecht, darf nichts patentiert wird, was schon Stand der Technik ist.**

Tobias Bremi, Patentanwalt und Richter beim Schweizer Bundespatentgericht in St. Gallen, hält dieses sogenannte «disguised publishing» für eine unter Umständen riskante Strategie. «Letztlich geht es bei der Defensivpublikation ja darum, dass man im Fall des Falles zum Patentamt oder einem Gericht gehen kann und sagen: Hier, ich habe eine nachweisbare, dokumentierte Publikation meiner Erfindung, das Patent meines Konkurrenten ist deshalb nicht gültig», sagt Bremi.

«Wenn ich dann als Beweis nur einen Ausdruck aus der Lokalzeitung oder ein abseitiges Fachmagazin auf Kirgisisch vorweisen kann, ist nicht auszuschliessen, dass in einem Land ein Gericht findet, das sei so nicht der Öffentlichkeit zugänglich gemacht worden und damit auch dem Patent des Konkurrenten nicht entgegenzuhalten.» Denn grundsätzlich fehlt es nicht an sehr viel offizielleren Möglichkeiten, Defensivpublikationen zu veröffentlichen. In der Schweiz bieten zahlreiche spezialisierte Internetplattformen die Möglichkeit an, Erfindungen öffentlich zu machen. Auch die Vorstellung

## PATENTE

### Vorsicht auf dem US-Markt

**Patent-Trolle** Firmen, die bezüglich Patenten eine Strategie der Defensivpublikation betreiben – also abseitige Veröffentlichungsformen wählen –, müssen sich vor Risiken hüten, wenn sie auf dem US-Markt aktiv sind. «In den USA verstehen Richter wenig Spass, wenn es darum geht, dass man Informationen verschleierte», sagt der Patentanwalt Paul Rosenich. Das Wohlwollen von US-Gerichten kann dann wichtig werden, wenn Schweizer Unternehmen in das Visier von besonders aggressiv agierenden «Patent-Trollen» kommen. Das sind mit viel Kapital ausgestattete Firmen, die gezielt Patente aufkaufen, um sie anschliessend als Druckmittel gegen innovative Unternehmen einzusetzen. «Solche Firmen haben in den USA in den vergangenen Jahren extrem viel Geld damit gemacht, dass sie Unternehmen mit Patentgerichtsverfahren bedrohen», erklärt Rosenich.

einer Technologie an einer Messe, Konferenz oder Tagung ist eine anerkannte Möglichkeit der Defensivveröffentlichung. Vorlesungen an Universitäten, Veröffentlichungen in Firmenzeitschriften oder Branchenblättern mit Peer-Review-Verfahren gelten ebenfalls als übliche Wege. Unternehmen dürfen sich dabei schützen, indem sie zwar die Erfindung veröffentlichen, nicht jedoch ihren Firmennamen.

«Die anonymen Veröffentlichungen findet der Konkurrent dann auch nur, wenn er schon etwas ahnt und gezielt sucht», sagt Bremi.

## Billige Variante

Eine als rechtlich sicher geltende Variante ist eine Pro-Forma-Anmeldung beim nationalen Patentamt. «In der Schweiz können Firmen zum Beispiel ganz unkompliziert per E-Mail ein Patent anmelden», erklärt Alban Fischer, Vizerektor des Eidgenössischen Instituts für Geistiges Eigentum (IGE). «Wenn Firmen die Gebühren für die Anmeldung nicht bezahlen, wird der Inhalt der Patentanmeldung nach 18 Monaten zwar automatisch veröffentlicht, aber die Bewilligung nicht weiter verfolgt. Das gilt als Defensivpublikation.» Die findet sich dann allerdings in den offiziellen Patentregistern und ist für Konkurrenten leicht zu finden. Es muss nicht unbedingt das Schweizer Patentamt sein: Eine Weile waren zum Beispiel Patentanmeldungen im Iran angesagt, weil man sich dachte: Da schaut niemand nach. Der Nachteil dieser Veröffentlichungen liegt in der langen Zeit, die das Patentamt benötigt, um die Publikation tatsächlich herbeizuführen.