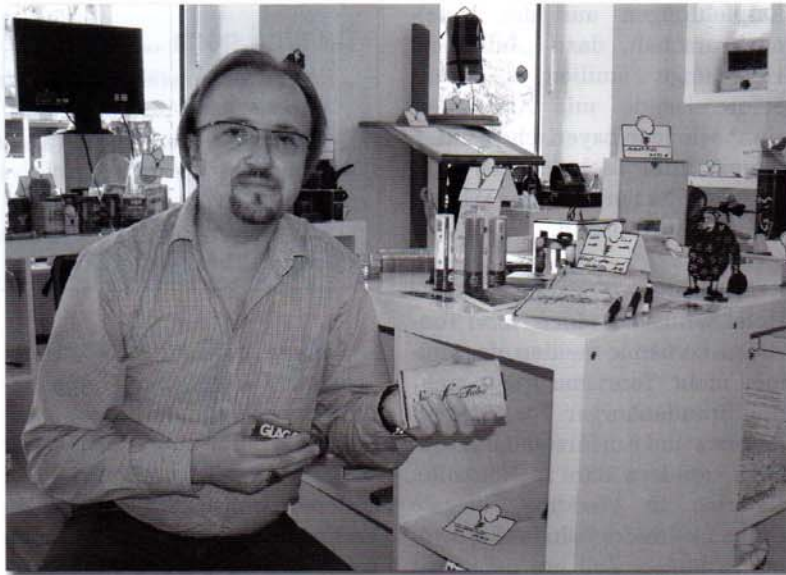


Foto: Schmidt



Erfinderladen Tüftler treffen Käufer

Erfinder gibt es wie Sand am Meer. Die meisten scheitern jedoch an den langen Wegen zwischen Idee, Lizenzschutz, Patentamt und der Suche nach einem passenden Hersteller. In dieser Marktlücke hat sich eine Unternehmensberatung für Erfinder platziert. Mit ihrem Ende 2009 in Berlin eröffneten Erfinderladen bieten die Gründer marktorientierten Tüftlern eine Ausstellungs- und Vertriebsplattform für ihre Kreationen - und neugierigen Kunden ein ungewöhnliches Sortiment.

Wir beraten seit 1997 von Österreich aus Erfinder im deutschsprachigen Raum. Die Idee eines speziellen Ladens für Erfindungen trugen wir schon lange mit uns herum, weil es bisher nirgends eine Möglichkeit für Tüftler gab, ihre Kreationen direkt zum Endkunden zu bringen“, erinnert sich Marijan Jordan (37).

Gestartet als Berater

Ehe der Österreicher mit mazedonischen Wurzeln und sein aus Österreich stammender Geschäftspartner Gerhard Muthenthaler

(37) im Berliner Bezirk Prenzlauer Berg einen geeigneten Laden für ihr Konzept fanden, gründeten sie zunächst 2008 an der Spree ihre Erfinderhaus Patentvermarktungs GmbH (www.patent-net.de).

Anfang 2009 gingen Jordan und Muthenthaler im Vorfeld der Ladeneröffnung mit www.patent-net.de online, einer Vermarktungsplattform im Internet, auf der sie Erfindungen ihrer Kunden präsentieren. „Wir wollten von vornherein ein breit angelegtes Netzwerk von Prototypenbauern, Erfindern, Patentanwälten, Investoren und sonstigen Fachleuten

schaffen. Der Standort Berlin bietet uns hierfür gute Möglichkeiten“, erklärt Jordan, der Informatik und Kommunikationswissenschaften studiert und zuvor jahrelang als Marketingexperte für Banken und einen Autobauer gearbeitet hat.

Es beginnt bei patent-net.de

Auf patent-net.de kann jeder Erfinder unter dem Glühbirnen-Logo seine Erfindungen präsentieren. Knapp 800 Projekte suchen zurzeit nach Herstellern, Investoren oder Vertriebspartnern. Nicht nur von Privattüftlern, auch von Studenten, Universitäten sowie kleinen und mittleren Unternehmen werde die Plattform genutzt, berichtet Jordan. Insgesamt seien rund 3.000 User auf der Web-Seite registriert.

Täglich rund 800 Besucher

Die bloße Anmeldung auf patent-net.de ist kostenlos. Nur wer die Nachrichten oder das Feedback auf sein Projekt lesen möchte, muss für den Premium Account 360 € im Jahr zahlen. „Somit kann man risikolos probieren, ob die Idee überhaupt Interessierte findet. Bei täglich über 800 Lesern der Internet-Seiten lohnt sich die Gebühr für den Erfinder, zumal erfahrungsgemäß dank unserer Mithilfe nur drei von zehn Erfindungen abgelehnt werden“, meint Jordan (www.Erfinderhaus.de).

Rekrutieren Jordan und Muthenthaler über patent-net.de gleichsam den Erfindernachwuchs, besteht ihre Hauptaufgabe nach wie vor darin, Erfindungen für die Serienproduktion tauglich zu machen. Erfinder, die von der Idee bis zur Lizenzreife betreut werden wollen, bezahlen für den Service je nach Branche zwischen 2.500 und 4.000 €. Rund 2.500 € koste allein die Patentanmeldung, betont Jordan. Mit jedem Erfinder wird als erster Schritt eine Geheimhaltungserklärung abgeschlossen. Von den betreuten Tüftlern kommen zwei Drittel aus dem Arbeitsleben, „nachdem die Kolle-

gen ihnen geraten haben, aus ihrer Erfindung etwas zu machen“, so Jordan. Das letzte Drittel seien Arbeitslose mit viel Zeit oder auch Hausfrauen. Das Durchschnittsalter belaufe sich auf 33 bis 45 Jahre, wobei Männer etwas in der Mehrzahl seien.

25 Prozent Honorar

Neben den Einnahmen aus den Beratungsverträgen und Internet-Gebühren verdienen die Erfinderberater an Lizenz- und Patentrechten sowie den späteren Einkünften der zum Erfolg geführten Erfinder. 25 Prozent der Nettoeinnahmen aus Lizenzverträgen berechnen die Berliner hierfür. Je nach dem „Produktlebenszyklus“ würden diese Verträge über einen Zeitraum von fünf bis 15 Jahren abgeschlossen, erläutert Jordan.

Durchschnittlich arbeiten er und sein Geschäftspartner 18 Monate an einem Projekt bis zur Realisierung. Sie begutachten Erfindungen an Hand des eingereichten Originals oder von Fotos bzw. Videos, telefonieren mit passenden Herstellern und treffen die zuständigen Produktmanager, um für die Erfindung zu werben. Eine gute Erfindung sei „wie eine Braut, die man schmücken muss“, sagt Jordan. „Der Hauptteil unse-

rer Tätigkeit ist Überzeugungsarbeit. Private Erfinder werden allein meist nicht ernst genommen. Die Hersteller wollen etwas in den Händen haben, das bereits Aussicht auf Erfolg verspricht“, ergänzt Gerhard Muthenthaler, der Jura studiert hatte, bevor es ihn zu Erfindungen hinzog. Auch die Konkurrenzrecherche und Marketingbesprechungen mit Technikern gehören zum Leistungsportfolio der Berliner Berater. Besonders stolz sind sie, wenn sie energiesparenden Erfindungen zur Produktionsreife verhelfen können, wie etwa jenem Dimmer für Gashochdruckentladungslampen, der heute in Autobahntunneln und Werkhallen eingesetzt wird und bis zu 70 Prozent Kostenersparnis bringt (www.erfinderladen-berlin.de).

Um noch mehr Synergien zwischen allen Beteiligten zu schaffen, haben Jordan und Muthenthaler Ende 2009 einen Erfinderladen im quirligen Berliner Stadtteil Prenzlauer Berg eröffnet. Auf 150 Quadratmetern finden sich hier derzeit rund 100 Exponate, vorwiegend aus den Bereichen Hygiene, Umwelt, Elektro und praktische Alltagshelfer „Die meisten Erfindungen kann man anfassen und gleich käuflich erwerben. Unsere Kunden können hier aber auch ihre eigenen Ideen einbringen“, sagt Jordan.

Die Preise für die skurrilen bis genialen Stücke aus der Tüftelküche sind eher moderat. So kosten farbige Stuhlsocken als Parkett-schutz ab 15 € das Set. Einen Zollstock mit Magnetseite, der eine am Boden liegende Zange oder einen Hammer bequem hochheben kann, gibt es schon für 7,90 €, Toilettenbrillenschutz aus Papier für 3 € oder Trikots für Kickerfiguren in den Farben der Lieblingsnationalmannschaft für 17,90 € das Set. „Die Trikots waren der Renner zur WM“, freut sich Jordan. Etwas teurer sind die Wickelkommode mit hochfahrbaren Wänden zum Schutz vor Runterfallen (580 €) oder ein am Arm zu befestigender Wecker (179 €), der den Schlaf-

Schnell informiert

- > **Das steckt hinter der Idee:**
Betreuung von Erfindern im Internet sowie im Ladengeschäft, um die Erfindungen zu vermarkten.
- > **Darauf kommt es besonders an:**
Bieten Sie ein Gesamtpaket aus Online-Service und klassischem Ladengeschäft.
- > **So lange dauert es, bis Sie loslegen können:**
Etwa ein halbes bis ein Jahr, je nachdem, wie schnell Sie geeignete Lokalitäten finden.
- > **Mein Fazit:**
Betreuung und Vermarktung von Erfindungen sind ein vielversprechender Markt.

rhythmus misst und klingelt, sobald man sich in der Wachphase räkelt. Gewöhnungsbedürftig erscheinen dagegen der Insektenstich-Killer „bite away“ (29,90 €), ein Computermaus-ähnlicher Stift mit einer auf 50 Grad erhitzbaren Metallplatte, die man fünf Sekunden lang auf die Stichwunde presst. Danach sei der Juckreiz „endgültig verschwunden“, verspricht Muthenthaler, der das Gerät kürzlich selbst in Afrika auf Herz und Nieren getestet hat.

Angebot im Laden kostenlos

Für immerhin zwölf von 100 Laden-Exponaten konnten die Berliner bereits weitergehende Verträge vermitteln; sie gehen nun bald in die Serienproduktion oder haben einen breiteren Vertrieb gefunden. Für eine im Laden ausgestellte Leiter mit Rutschschutz und ähnliche Handwerkshelfer „sind wir gerade im Gespräch mit einem Baumarkt, um dort einen ‚Shop in Shop‘ zu realisieren“, verrät Muthenthaler. Dies würde Erfinderhaus die Chance geben, Erfindungen demnächst überregional zu testen und zu verkaufen.

Die Ausstellung ihres Exponats im Laden sei für die Erfinder derzeit kostenlos – „nur wenn wir es offensiv vermarkten sollen, fällt eine Gebühr an“, erläutert Jordan. Eine kostenlose erste Bemusterung werde jedoch bei den meisten Produkten vereinbart; außerdem erstelle der erfinderladen dazu einen journalistischen Artikel



erfinderladen Berlin

Lychenerstr. 8 · 10437 Berlin
Tel.: (0 30) 54 71 33 06
www.erfinderladen-berlin.de

auf der Web-Seite Erfinderladen-Berlin.de.

Täglich bis zu 100 Kunden

Bis zu 100 Kunden zählt der Erfinderladen an guten Tagen bereits; der monatliche Umsatz trage „gerade die Miete und die Gehälter der Mitarbeiter“, halten sich die Inhaber bedeckt. Nach der einjährigen Testphase wollen Jordan und Muthenthaler entscheiden, ob sie das Ladenkonzept im Franchise-Verfahren ausdehnen. Franchise-Anfragen seien bereits kurz nach der Eröffnung gekommen, erzählt Jordan, könnten aber erst entschieden werden, wenn sich der Berliner Stammladen rechne. Wer vom Ladengeschäft leben wolle, benötige einen sehr guten Standort, gibt der Gründer zu bedenken.

Internationale Vermarktung

In den nächsten Monaten planen Jordan und Muthenthaler überdies die Eröffnung eines Erfindermuseums im Hinterraum ihres Ladens. „Dort werden dann Prototy-

pen zu sehen sein, die nicht oder noch nicht in die Produktion gelangten“, erklärt Jordan. Im Museum sollen auch spezielle Themenabende für Kreative, Journalisten und Vertreter aus der Industrie veranstaltet werden. An einem am 9. November 2010 veranstalteten „Tag der Erfinder“ werde zum Auftakt eine Berliner Schulklasse eigene Tüfteleien und Entwürfe unter dem Motto „Was ich schon immer gern erfunden hätte“ präsentieren, sagt Jordan.

20 Mitarbeiter beschäftigt das Erfinderhaus derzeit in den verschiedenen Bereichen, davon fünf in der österreichischen Filiale. Am Berliner Standort sind zwei Verkäufer im Laden beschäftigt, ferner vier Rechercheure (für Patentrechte usw.), fünf Projektmanager und Marketing-Fachleute. Zwei Mitarbeiter arbeiten bereits am nächsten Projekt der umtriebigen Erfinderberater: Die internationale Lizenzbörse www.inpama.com soll den Eintritt in den amerikanischen und asiatischen Markt vorbereiten helfen, verrät das Duo. Angesprochen auf den

Da sind noch ...

... interessante Internet-Seiten zu diesem Thema:

- > www.erfinderprofi.de
- > www.erfinder.at

... zum Thema passende Artikel aus unserem Archiv:

- > Ausgezeichnete Gründerideen *Geschäftsidee* 6/09, S. 6 ff.
- > PR-Todsünden oder: Wie Sie nie eine Idee verkaufen *Geschäftsidee* 1/09, S. 22

Umsatz, meint Gerhard Muthenthaler: „Es gibt Geschäftseinheiten, die Geld bringen, und andere, die Geld kosten. Vom ‚Red Bull‘-Erfinder Dietrich Mateschitz haben wir gelernt, dass Umsatzmaximierung ein Ziel für sehr un-kreative Unternehmer ist.“ Wer zur weiteren Entwicklung des österreichisch-Berliner Erfinderimperiums auf dem Laufenden bleiben möchte, tut dies am besten über die drei Online-Plattformen, Twitter oder Facebook.

Burkhard Schmidt
redaktion@geschaeftsidee.de

Vorsicht bei Autorespondern!

Auch eine automatisch versandte E-Mail kann unerlaubte Werbung sein

Achtung: Bei E-Mail-Werbung können Sie derzeit gar nicht vorsichtig genug sein, denn die Gerichte stufen immer mehr E-Mail-Werbung als wettbewerbswidrig sein. Nach einem Urteil des Amtsgerichts München vom 9.7.2009 (Az.: 161 C 6412/09) ist nun auch Vorsicht beim Einsatz von Autoresponder-E-Mails geboten.

Tipp

Um auf der sicheren Seite zu sein, sollten Sie Autoresponder nur versenden, wenn dies im Rahmen einer bereits bestehenden Geschäftsbeziehung (im B-to-B-Bereich) erfolgt. Bei Privatpersonen gilt noch größere Vorsicht: Hier dürfen Sie Autoresponder-Mails nur dann versenden, wenn Ihnen die schriftliche Einwilligung in den Erhalt von Werbe-E-Mails vorliegt.

Der Fall: Ein Arzt erhielt eine unverlangt zugesandte Werbe-E-Mail, die er umgehend beantwortete. Er lehnte das Angebot ab und forderte das Unternehmen zur Einstellung der Werbe-E-Mails und zur Löschung seiner Daten auf. Als Antwort erhielt er eine weitere per Autoresponder versandte Werbe-E-Mail des Unternehmens. Daraufhin zog er vor Gericht. Das beklagte Unternehmen argumentierte, dass es sich bei der E-Mail um sogenannte Autoresponder-Werbung handle, die nur dann eingesetzt werde, wenn beim Unternehmen selbst bereits eine Zuschrift eingegangen sei.

Darauf entschied das Gericht: Ein einmaliger E-Mail-Kontakt reicht nicht aus, um eine Einwilligung zur Zusendung von Werbe-Mails anzunehmen.

RECHTS 
TIPP