



## **Wann werden Erfindungen wirtschaftlich erfolgreich?**

Den Traum, mit einer genialen Erfindung reich zu werden, hat wahrscheinlich schon jeder einmal gehabt. Querdenker sind per Definition prädestiniert, neue Ideen in wirtschaftliche Erfolgsstorys zu wandeln.

### **Patente sind überbewertet**

Eine neue Idee ist immer die Basis eines neuen Produkts. Die Anmeldung eines Patents verspricht die alleinige Wertschöpfung des geistigen Ergusses.

Aus ökonomischer Sicht ist eine Patentierung allerdings die denkbar ungeeignetste Form, einen wirtschaftlichen Erfolg herbeizuführen. Die Unwägbarkeiten sind vielfältig und in der Summe enorm.

Murphys Gesetz warnt jeden Erfinder:

„Alles was schief gehen kann, wird auch schief gehen“.

### **Sieben patentierte Produkte pro Jahr**

Die Schwierigkeiten der Patentierung lassen sich auch an den Zahlen des Deutschen Patent- und Markenamtes (DMPA) ablesen.

Freie Erfinder haben im Jahr 2018 genau 2849 Patente angemeldet. Rund 700 Anmeldungen wurde das Patent nach Prüfung erteilt. Die Berliner Morgenpost kommt nach einem Besuch des Berliner Erfinderclubs zu dem Schluss, dass *„nur ein Prozent der Patente zu Produkten wird“*.

Die Jahresbilanz ist damit ernüchternd. Lediglich sieben patentierte Produkte pro Jahr machen die schwierigen Bedingungen für freie Erfinder mehr als deutlich.

## Patentschutz ist endlich



Der Ingenieur Ulrich Schoberer hat im Jahr 1986 eine Wattmesskurbel für Radprofis entwickelt. Die Athleten konnten damit ihr Training optimieren und bessere Ergebnisse erzielen.

Viele Jahre lang war seine Firma SRM einziger Anbieter in diesem Segment. Auf dem Tag genau nach zwanzig Jahren, als das Patent abgelaufen ist, haben mehrere Wettbewerber ihre Konkurrenzprodukte auf den Markt gebracht. Heute ist SRM nur noch ein Anbieter unter vielen und hat seine Dominanz am Markt deutlich eingebüßt.

## Alternative: Abgelaufene Patente nutzen

Die Recherche nach abgelaufenen Patenten kann also durchaus eine Alternative zur eigenen Erfindung sein. Im Dunstkreis der eigenen Expertise lassen sich geeignete Produkte identifizieren. Eine Recherche beim DPMA gibt Aufschluss über den Ablauf des Patentschutzes.

Mit der Patentierung sind die genauen technischen Spezifikationen für jedermann einsehbar. Nach Ablauf des Patents können Verbesserungen vorgenommen werden und vorhandene Schwächen beseitigt werden. So helfen gezielt konstruierte Wettbewerbsvorteile beim Start als neuer Mitbewerber.



## **Neuer Fokus: Geschäftsmodelle erfinden**

Viel erfolgsversprechender als das Erfinden neuer Produkte ist die Fokussierung auf neue Geschäftsmodelle. Ein erfolgreicher Erfinder und Querdenker ersten Ranges ist Professor Günter Faltn.

Sein Buch „Kopf schlägt Kapital“ sollte Pflichtlektüre eines jeden wirtschaftlich interessierten Querdenkers sein.

Als Ökonom suchte er vor seiner ersten Lehrveranstaltung nach unternehmerischen Praxisbeispielen für seine Studenten.

Ihm fiel auf, dass Tee in Deutschland zehnmal mehr kostete, als im Erzeugerland. Viele Zwischenhändler verdienten am Verkauf von Kleinstpackungen. Sind diese Zwischenhändler notwendig? Wären Großpackungen von einem Kilogramm nicht sinnvoller?

Ohne Branchenwissen aber mit viel Querdenke erfand er ein neues Geschäftsmodell und stürzte sich ins Abenteuer.

Seine Firma Teekampagne ist heute der weltgrößte Importeur von Darjeeling-Tee. Die interessante Randnotiz dabei ist: Er hat dabei nicht einen Euro in Marketing investiert.

Auch heute noch gibt es Branchen und Nischen, die auf innovative Querdenker mit neuen Geschäftsmodellen warten.



## **Innovation ist Pflicht**

Das Querdenken von neuen Ideen ist der einfache Teil auf dem Weg zum wirtschaftlichen Erfolg. Das anschließende „Quermachen“ ist der harte Praxisteil, bei dem sich die Spreu vom Weizen trennt.

Die Lücke von der Idee zur Umsetzung ist eine tiefe Schlucht, die als Innovation gap bezeichnet wird.

Der erfindende Querdenker muss innovativ sein, um den Sprung von der Theorie zur Praxis zu meistern. Innovativ sein heißt Vollgas geben und „all in“ gehen. Das Herzblut muss dabei tosend durch den Körper rauschen.

Auch etablierte Unternehmen sollten Innovation nicht nur als Worthülse auf der Webseite stehen haben, sondern als permanente Aufgabe wahrnehmen.

Die Querdenker der Konkurrenz warten nämlich schon darauf, das eigene Geschäftsmodell zu attackieren.

Professor Gunter Dueck war viele Jahre angestellter Querdenker und Cheftechnologe bei IBM. In seinem lesenswerten Buch „Das Neue und seine Feinde“ betont er, wie wichtig permanente Innovationen sind.

Innovationen sind aktiv und entstehen in einer freien Umgebung und Geisteshaltung. Der Wandel ist hingegen reaktiv und wird durch Druck von außen erzwungen.

*„Innovation ist wie Wollen, Wandel ist wie Müssen.“*

Beim Begriff „Wandel“ sollte man also hellhörig werden. Unternehmen im Wandel laufen Gefahr, beim „*halb gelähmten Durchwursteln*“ unter die Räder zu kommen.



## **Der Widerstand wird groß sein**

Das Leben als erfindender Querdenker hält einen Wermutstropfen bereit. Die Welt wartet leider nicht auf neue Produkte oder Geschäftsideen. Ganz im Gegenteil. Es scheint ein Teil der menschlichen Psyche zu sein, Neues erst einmal abzulehnen. Der Psychoanalytiker Fritz Riemann bezeichnet diese Angst vor dem Wandel als eine Grundform der Angst.

Das bekannte Motto „Never change a running system“ basiert genau auf dieser Einstellung. Neues wird zunächst als Risiko empfunden.

Trotz aller Widerstände ist das Erfinden und Tüfteln eine erfüllende Aufgabe. Wenn dann noch der wirtschaftliche Erfolg hinzukommt, ist das Glück perfekt. Alle Anstrengungen verblassen, wenn das Ziel erreicht wird.

Stress geht, Stolz bleibt.