

**Drs. E.J.C. Ottevanger,
directeur InnovatieCentrum Uitvindingen**

'Octrooiwet maakt je

'De enige club die structureel voor kleine uitvinders aan het werk is, is ID-NL. En wij zijn de enige instantie die geen inzage heeft gekregen in het wetsontwerp voor de nieuwe Octrooiwet.' Drs. E.J.C. Ottevanger, directeur van ID-NL, is duidelijk: **'Een octrooi-aanvraag onder de nieuwe wet is in wezen een wassen neus.'**

- Erwin van den Brink -

INTERVIEW

Het is natuurlijk gemakkelijk om achteraf van de zijlijn een oordeel te geven', relativeert drs. E.J.C. Ottevanger, directeur van het Specialistisch InnovatieCentrum voor Uitvindingen ID-NL, maar hij kan het toch niet nalaten de Omo Power-affaire aan te halen. Omdat deze zo goed illustreert hoe uitvinders vaak voorbij gaan aan het feit dat de beoogde gebruikers moeten leren omgaan met hun uitvinding.

De concurrentie wist dat de tests voor wasmiddelen gebaseerd zijn op oude wasgewoonten: heet en intensief wassen. Het was met deze tests een koud kunstje om Omo Power onderuit te halen als wasmiddel dat gaten veroorzaakt. Het nieuwe revolutionaire wasmiddel veronderstelde immers een totaal andere manier van wassen: niet meer koken van wasgoed.

Geen fabrikant van stopcontacten zal zijn produkt voorzien van de waarschuwing dat wie zijn vingers erin steekt een schok kan krijgen. Dat weet immers iedereen. Fabrikanten van magnetronovens voorzien echter hun gebruiksaanwijzing van de mededeling dat je er geen levende have in te drogen moet plaatsen; dit nadat een Amerikaanse dame haar hondje de geest zag geven toen zij het in de magnetron wilde laten drogen.

De auteur is redacteur van *De Ingenieur*.

Alle nieuwe technologie heeft haar eigen acceptatieproces. Het onderkennen van mogelijk verkeer gebruik van een uitvinding is een van de belangrijkste specialismen van ID-NL. Het centrum bestaat nu vijftien jaar. Egbert Ottevanger: 'We zijn, als je ons beschouwt als *patentbroker*, kennismakelaar tussen kleine particuliere uitvinders, universiteiten, bedrijven en geïnteresseerde partners waar we licenties onderbrengen, inmiddels een van de grootste bureaus in de Wereld.'

Octrooiwet

ID-NL brengt niet alleen uitvindingen de markt op, maar doet ook het omgekeerde: voor bedrijven die een bepaald probleem niet krijgen opgelost, zoekt ID-NL de juiste uitvinders. Zo is de zogenoemde 'gasblaas' uitgevonden, een opblaasbare zak waarmee bij reparatie aan het aardgasnet een leiding gasdicht kan worden afgesloten. Weliswaar bestond al zo'n blaas of afsluitballon, maar daar lekte altijd gas langs.

De kwestie is of de vervolmaking van zo'n systeem nu een uitvinding is of niet. Wat is uitvinden? Gebeurt uitvinden methodisch of is het een kwestie van 'plotseling het licht zien'?

Ottevanger: 'De halve wereld had al geprobeerd om een oplossing te vinden voor dat weglekken van gas, technologische instituten in binnen- en buitenland hebben daar hun tanden op stuk gebeten en het lukte ze dus niet. Wat je dan doet is een stap terugdoen en het probleem eerst in de breedte bekijken. Je selecteert een aantal oplossingsrichtingen en daar kies je de meestbelovende uit. Daarlangs ga je in de diepte. In 90 % van de gevallen lossen we het probleem op. In de helft van de gevallen wordt octrooi aangevraagd. De overigen vragen vaak geen octrooi aan, omdat ze bang zijn daarmee al het geheim van de smid te verklappen.'

Ottevanger: 'Er zijn ongeveer 100 000 geldige octrooien in Nederland, waarvan 3 % eigendom is van Nederlandse bedrijven. Een octrooi loopt ongeveer tien jaar. Je praat over niet meer dan vierhonderd octrooien op jaarbasis, waarvan de helft van grote bedrijven en de andere helft van kleine particuliere uitvinders. Van die tweehonderd octrooien van produkten die op de markt komen en blijven, komen ongeveer twintig via ons tot stand.'

blij met dooie mus'

Wordt dank zij ID-NL meer geoctrooieerd in Nederland dan voorheen?

'Tegenwoordig vragen veel mensen geen Nederlands octrooi meer aan, maar een Europees octrooi. Voor een paar duizend gulden meer heb je een octrooi-aanvraag in veel meer landen.'

'De nieuwe Octrooiwet is gekomen omdat steeds minder Nederlandse octrooien werden ingediend. Die wet maakt je blij met een dooie mus als je geen verstand van zaken hebt. Wie onder het regime van de nieuwe wet zijn uitvinding laat registreren heeft daarmee nog geen beschermend octrooi. Pas als iemand anders de uitvinding gaat maken, gaat de rechter het octrooi toetsen aan de hand van een nieuwheidsonderzoek. In wezen is het dus een wassen neus. De kreet die iedereen slaakt is: het is goedkoper voor de particuliere kleine uitvinder. De enige club die structureel voor kleine uitvinders aan het werk is, is ID-NL. En wij zijn de enige instantie die geen inzage heeft gekregen in het wetsontwerp. Sterker nog: bij het ministerie van Economische Zaken wilden ze dat wij er naar keken, maar dat is ergens van hogerhand verboden.'

Voorlichting

Hoe had de nieuwe Octrooiwet er volgens ID-NL moeten uitzien?

Ottevanger: 'Je had kunnen zeggen: maak het mogelijk om in Europa één aanvraag in één Europese taal (of twee) in te kunnen dienen, zodat je de grote kostenpost van het vertalen kwijt bent. Als het dan wordt verleend, krijg je het automatisch ook in Nederland. Maar dat kon politiek niet, want elk land wil een eigen chic octrooisysteem in stand houden. Vroeger kostte een octrooi 7000...8000 gulden, met nieuwheidsonderzoek erbij. Nu kost het je 5000 gulden, met nieuwheidsonderzoek misschien 6000 gulden. Ik heb nog nooit meegeemaakt dat alleen in Nederland octrooi werd aangevraagd als een bedrijf echt is geïnteresseerd in een uitvinding. Zelfs niet toen het om een bloembollenontsmettingsmachine ging, een typisch Nederlands produkt, waarvoor echter ook in het buitenland concurrentie bleek te bestaan.'

Drs. E.J.C. Ottevanger: slimme positionering van nieuw produkt van levensbelang.



(Foto's: ing. Willem Middelkoop, Amsterdam)



'Producent moet niet vergeten hoe diep gewoonten bij de consument zijn ingesleten'

'Maar enfin, die wet is er nu eenmaal. Waar het nu om gaat is dat de Nederlandse overheid met een heel goed voorlichtingsbeleid zorgt dat mensen begrijpen wat de mogelijkheden zijn (want die zijn er wel degelijk) en wat de onmogelijkheden.'

Wat zijn de mogelijkheden en onmogelijkheden?

'De onmogelijkheid is dat het gedeponeerde octrooi een niet-getoetst octrooi is. Bij gebrek aan goede voorlichting bestaat het gevaar dat mensen niet datgene hebben wat ze denken te hebben. De mogelijkheid van de wet is dat je bij het doen van een kleine uitvinding, een leuk nieuwigheidje, tóch een aardige stok hebt om de hond te slaan als je octrooi hebt aangevraagd. Je concurrent moet dan allemaal nog maar eens het tegendeel bewijzen. Als je slim werkt met de nieuwe wet, kun je er leuke dingen mee doen.'

'Voor een nieuw trendy consumentenprodukt, in het algemeen voor produkten met een korte levenscyclus, is het handig snel een octrooi te kunnen aanvragen dat verder nog niet op nieuwheid is getoetst, zodat je snel de markt op kunt. Als het daarentegen gaat om een nieuw molecuule waar tien jaar onderzoek in is geïnvesteerd, dan moet een octrooi aan alle kanten zijn getoetst, wil je de kennis goed kunnen beschermen.'

Positioneren

Ottevanger's kritiek geldt niet alleen de voorlichting over de wet, maar ook de wet zelf: 'Als je vroeger op een universiteit werkte en je deed een uitvinding, dan was die uitvinding van jou. Onder de nieuwe wet is die uitvinding eigendom van de universiteit, tenzij anders geregeld in de arbeidsovereenkomst. De wetgever wil dat universiteiten

meer hun kennis gaan verzilveren. Het probleem is alleen dat universiteiten niet de ervaring hebben om kennis te verkopen, dus die wetsbepaling zal niet het effect hebben dat universiteiten opeens veel meer de kennismarkt opgaan. Het commercialiseren van uitvindingen is werk voor professionals. Anderzijds is de kans groot dat hoogleraren en wetenschappelijk medewerkers niet meer het vuur uit hun sloffen zullen lopen voor een octrooi als alles wat zij daarvoor als tegenprestatie mogen verwachten een bonus is van een paar duizend gulden. Dan zullen ze liever gewoon willen publiceren zonder rompslomp.'

Een dergelijke situatie is geen prikkel om bijvoorbeeld zoiets vanzelfsprekends als de paperclip te innoveren. De huidige paperclip verbuigt snel, waardoor hij niet meer werkt. Redenerend vanuit die tekortkoming zijn technologen op zoek gegaan naar een duurzamer paperclip. Ottevanger: 'Het aardige is nu dat de technologen het zagen als handel: het voorziet in een behoefte, terwijl de handelsmensen het vooral zagen als nieuwe technologie, want hij is moeilijker te fabriceren. Het is namelijk een stukje zeer kritisch spuitgietsysteem met hoge maattoleranties voor het minuscule klikmechanisme. En er is zoals bij elk nieuw product een gebruiksdrempel: je moet even weten hoe je hem om een stapeltje papier klikt.'

'In het geval van de nieuwe paperclip hebben ze dat heel slim opgelost door hem behalve als paperclip ook te presenteren als een produkt dat iets hoogwaardiger is dan een clip, namelijk als papierklem in een ordner. Over de werking van een ordner ben je bereid iets meer na te denken als gebruiker. En de paperclip werd gepresenteerd als een hebbedingetje: je kunt er bedrijfslogo's op drukken bijvoorbeeld. Als hebbedingetje en papierklem in een ordner is hij minder beladen dan als paperclip. Op den duur zullen mensen hem vanzelf als clip accepteren.'

Terug naar Omo Power: 'Het is gevaarlijk als de producent zo verliefd wordt op de nieuwe technologie die hij introduceert, dat hij vergeet hoe diep gewoonten bij de consument zijn ingesleten. ID-NL hecht belang aan een gedegen positionering. Zo had je Omo Power eerst kunnen positioneren als een heel bijzondere vlekkenverwijderaar, iets wat ik gebruik voor een laatste poging op een overhemd dat eigenlijk al is verknald. Bij gebruik van dat soort middelen lezen mensen namelijk nog de instructie. Als zo'n shirt dan toch kapot gaat, is dat niet erg, want ik had het anders toch weggegooid. Wij hebben dat positioneren al doen geleerd, omdat we uitvindingen onderbrachten bij bedrijven die maar niet echt van de grond wilden komen. Als je gaat kijken waardoor dat nou komt, blijkt het vaak gebaseerd te zijn op verkeerde communicatie, die resulteert in verkeerd gebruik of zelfs niet gebruiken van een produkt.' ●

ID-NL Specialistisch InnovatieCentrum voor Uitvindingen, postbus 21280, 3001 AG Rotterdam, tel. (010) 413 63 33, fax (010) 412 12 82.