

Patentauktionen – ein geeignetes Mittel zur Entwicklung eines Marktes für gewerbliche Schutzrechte?

Stephan Lipfert* Juliane Ostler Boris Peters*****

Abstract

75.200 £ für eine Flasche Whisky. Soviel zahlte ein asiatischer Geschäftsmann bei einer Auktion im September 2005 für eine Flasche Macallan Malt Whiskey aus dem Jahr 1926. Auch für gewerbliche Schutzrechte kommt diese Form der Veräußerung zunehmend in Mode. Nach zwei Versteigerungen in den USA im Jahr 2006, sollen 2007 die ersten beiden europäischen „Patentversteigerungen“ in London und München stattfinden. Für den Patentinhaber und den Erwerber bieten derartige Auktionen zahlreiche Vorteile, wie der folgende Beitrag zeigen soll.

Einführung

Würden Sie 75.200 £ für eine Flasche Whisky ausgeben? Soviel zahlte ein asiatischer Geschäftsmann bei einer Auktion im September 2005 für eine Flasche Macallan Malt Whiskey aus dem Jahr 1926. Und auch für Produkte wie Kunst oder Antiquitäten, werden auf Auktionen überdurchschnittliche Summen erzielt. Letztes Jahr verbuchten die beiden großen Auktionshäuser Christie's und Sotheby's allein im Marktsegment Kunst einen Gesamtumsatz von etwa 3,5 Mrd. US-Dollar.¹ Christie's erzielte in der ersten Novemberwoche 2006 mit 491

* Dipl.-Kfm. Stephan Lipfert, Patentmanagement/Prokurist, IP Bewertungs AG, Hamburg.

** Int. Dipl.-Betriebswirtin Juliane Ostler, Patentmanagement, IP Bewertungs AG, Hamburg

*** Dipl.-Wi.-Ing. Boris Peters, Patentmanagement, IP Bewertungs AG, Hamburg

¹ Vgl. Herchenröder, 2006, Ein Jahr der Superlative – und der Restititionen,

<http://www.nzz.ch/2006/12/23/kh/articleERMQS.html> (02.01.2007)

Millionen US-Dollar sogar das höchste Auktionsergebnis aller Zeiten.² Und auch die Pariser Auktionshäuser können auf ein Rekordjahr zurückblicken. Im Vergleich zu 2005 erhöhte sich das Umsatzvolumen um über 30 Prozent auf insgesamt 933 Millionen Euro im Jahr 2006.³

Seit kurzem haben die Auktionatoren nun gewerbliche Schutzrechte im Visier. Nach zwei Versteigerungen in San Francisco und New York im letzten Jahr werden in diesem Frühjahr/Sommer in München und London Patente, Marken und Lizenzen für dieselben versteigert.

Es scheint, dass somit ein weiterer Schritt vollzogen wurde, damit gewerbliche Schutzrechte zunehmend zu einem fungiblen Handelsgut werden. Für die Nutzung von fremden Patenten zahlten Unternehmen im Jahr 2000 rund 100 Mrd. US-Dollar. Zehn Jahre zuvor waren es erst 10 Mrd. US-Dollar.⁴ Konservative Schätzungen gehen davon aus, dass das Lizenzvolumen bis 2010 auf rund 500 Mrd. US-Dollar ansteigen wird.⁵

Dass das Potential des internationalen Wissenstransfers damit noch längst nicht ausgeschöpft ist, zeigt beispielsweise eine Studie des österreichischen Patentamts nach der auf europäischer Ebene noch immer rund 15 bis 30 Prozent der Forschungsausgaben für Doppelerfindungen ausgegeben werden. Dies entspreche einer Summe von jährlich rund 60 Milliarden Euro.⁶ Während auf der anderen Seite nach einer Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft in Köln im Auftrag des VDI allein in Deutschland umsetzungsreife Patente im Wert von über acht Milliarden Euro brach liegen.⁷

² Vgl. Kutscher, 2006, Die teuerste Auktion aller Zeiten, <http://www.welt.de/data/2006/11/18/1114488.html>, (02.01.2007)

³ Vgl. Grimm-Weissert, 2007, Paris ist ein starker Platz für Versteigerer, in: Handelsblatt, Ausgabe 4/Kunstmarkt

⁴ Vgl. EPO: Zahlen, Daten, Fakten 2000, S. 1-19, 2001, http://www.european-patent-office.org/epo/an_rep/2000/pdf/facts_figures_00.pdf (09.05.2006)

⁵ Vgl. u.a. Lipfert/Keil/Strunk, 2005, Patentbasierte Unternehmensfinanzierung: Ein Überblick aus Praxissicht, in: Die Steuerberatung, Ausgabe 4/2005, S. 160-165

⁶ Vgl. Scheichel, 2005, Kosten für Doppelerfindungen auf € 150 Mio. reduziert, Pressemitteilung des Österreichisches Patentamtes anlässlich der Präsentation des Geschäftsberichts 2005, <http://www.presetext.at/pte.mc?pte=060405045> (02.05.2006)

⁷ Vgl. Institut der deutschen Wirtschaft Köln, 2006, Das Innovationsverhalten der technikaffinen Branchen, S. 22

Denn auch wenn der Mehrwert, welcher sich aus einem liquiden Handel mit Patentrechten ergeben würde, für alle Parteien offensichtlich ist, gilt der Patentmarkt – trotz aller Fortschritte in den letzten Jahren – nach wie vor als unterentwickelt und vor allem intransparent, was zu beträchtlichen makro- wie mikroökonomischen Fehlallokationen führt.

Wesentliche Hemmnisse sind vor allem der unterschiedliche Informationsstand zwischen potenziellem Käufer und Verkäufer. Daher kommt der gründlichen Analyse und Dokumentation im Vorfeld einer Transaktion erhebliche Bedeutung zu (Due-Diligence). Diese führt jedoch zu einem beträchtlichen Anstieg der Transaktionskosten, weshalb viele Transaktionen weder für den Käufer noch für den Verkäufer attraktiv bleiben.⁸

Zudem konzentriert sich der Austausch bzw. die Lizenzierung von Patenten derzeit noch überwiegend auf internationale Großkonzerne wie beispielsweise IBM Corp. Ein nachhaltiges Wachstum ist jedoch insbesondere in Deutschland nur möglich, wenn die Bewegung mehr an Breite gewinnt, d.h. auch zunehmend KMU aktiv in dieses Geschäft einsteigen.⁹

Dies wird umso einfacher möglich, als dass die Verwertungsinfrastruktur in den vergangenen Jahren erheblich ausgebaut wurde. Neben einer Reihe von spezialisierten Maklern, die mittlerweile ähnlich wie ihre Vertreter am Immobilienmarkt rein provisionsabhängig arbeiten, ist auch die Finanzierung der Transaktionen immer seltener ein Problem, da dies beispielsweise über den Kapitalmarkt finanzierte Patentverwertungsfonds übernehmen. Einen weiteren Baustein stellen die angesprochenen Auktionen dar, die beispielsweise durch standardisierte Vertragskonstruktionen und einen transparenten elektronischen Due-Diligence Prozess dazu beitragen, die Transaktionskosten bei Patentverkäufen oder -lizenzierungen erheblich zu reduzieren.

Der vorliegende Beitrag liefert einen praxisorientierten Überblick zu den bislang verwendeten Charakteristika dieser „Patentversteigerungen“ und soll aufzeigen, warum diese

⁸ Vgl. Lipfert/Loop, 2006, Kapitalmarktgestützte Patentverwertung – Ein Überblick aus der Bewertungspraxis, in: Strategische Aktionsfelder des Patentmanagements, S. 88

⁹ Vgl. Storn, 2002, Biete Idee, suche Geld, in: Die Zeit, Ausgabe 25/2002

einen weiteren Weg für die Verwertung von Patenten darstellen können und zudem verdeutlichen, welche Chancen sich für die beteiligten Parteien daraus ergeben.

1. Der Begriff Auktion

Der Begriff „Auktion“ stammt aus dem Lateinischen „augere: vermehren, vergrößern“¹⁰ und wird auch „Versteigerung“ genannt. In der Ökonomie wird unter einer Auktion jede Verhandlungssituation verstanden, die organisatorisch eingegrenzt, durch zuvor festgelegte Regeln gesteuert wird und deren Ziel die Preisfindung ist.¹¹ Die ersten Auktionen fanden schon um 500 v. Chr. statt, als in Babylon auf dem jährlichen Heiratsmarkt Frauen an den Meistbietenden verkauft wurden.¹²

Aus Sicht des Anbieters sind Auktionen im Vergleich zu Festpreissystemen, bei denen der Nachfrager den Preis akzeptieren muss, wenn er das Produkt erwerben will, dann von Vorteil, wenn eine hohe Unsicherheit über den erzielbaren Preis besteht. Das tritt beispielsweise auf, wenn der Preis eines Produktes starken Schwankungen unterliegt wie z. B. bei schnell verderblichen Waren wie Fisch, aber auch wenn einzigartige Güter verkauft werden, für die es kaum Substitute gibt und deren Wert von verschiedenen Personen sehr unterschiedlich eingeschätzt wird.¹³ Das ist beispielsweise bei Gemälden und Antiquitäten der Fall, aber sicherlich auch bei Patenten.

2. Auktionsformen

Neben den klassischen Auktionsformen bei denen jeweils nur ein Objekt versteigert wird und den Mehr-Objekt-Auktionen, bei denen mehrere, homogene Produkte simultan versteigert

¹⁰ Vgl. McAfee/McMillian, 1987, Auctions and Bidding, in: Journal of Economic Literature

¹¹ Vgl. Schafft, 2001, „Reverse Auctions“ im Internet, CR 2001, S. 393

¹² Rotzinger, 2005, Zum ersten, zum zweiten... im alten Rom,
<http://www.uni-heidelberg.de/presse/news05Ä/250roem.html> (23.11.2006)

¹³ Vgl. Reichwald, Hermann, Bieberbach, 2000, Auktionen als Preisfindungsmechanismus auf elektronischen Märkten, in: Arbeitsberichte des Technischen Lehrstuhls für Allgemeine und Industrielle Betriebswirtschaftslehre an der Technischen Universität München

werden, kann zudem zwischen internetbasierten Online-Auktionen und sogenannten Live-Auktionen, bei denen der Auktionsgegenstand an einem bestimmten Termin und Ort durch einen persönlich anwesenden Auktionator an den Meistbietenden verkauft wird, unterschieden werden.¹⁴

2.1. Klassische Auktionsformen

In der Literatur werden die vier folgenden, klassischen Auktionsformen genannt:¹⁵

- Englische Auktion
- Holländische Auktion
- Höchstpreis-Auktion
- Vickrey Auktion

2.1.1 Englische Auktion

Die Englische Auktion, auch first-price auction oder open-cry auction¹⁶ genannt, ist die bekannteste und am häufigsten angewandte Auktionsform. Dabei werden solange offen höhere Gebote als das zuletzt aktuelle Gebot ausgesprochen, bis das aktuelle Höchstgebot nicht mehr überboten wird. Der Auktionsteilnehmer, der das höchste Gebot genannt hat, erhält den Zuschlag zum Preis dieses Gebots.¹⁷ Die Bieter erhalten somit während des Verfahrens Informationen über die anderen Bieter, so dass, wenn viele Konkurrenten lange mitbieten, der Einzelne ermutigt wird weiter mitzubieten und so schließlich der Preis in die Höhe getrieben wird. Englische Auktionen werden u.a. bei der Versteigerung von Wein und Kunstwerken eingesetzt, bei denen seit 2004 Rekordsummen erzielt werden. So brachte beispielsweise Picassos Werk „Junge mit Pfeife“ (1905) bei Sotheby's in New York über 104 Millionen US-

¹⁴ Vgl. Goldmann, 2004, Rechtliche Rahmenbedingungen für Internet-Auktionen, S. 1 ff.

¹⁵ Vgl. Skiere/Revensdorff, 1999, Auktionen als Instrument zur Erhebung von Zahlungsbereitschaften, in: Schmalenbachs Zeitschriften für betriebswirtschaftliche Forschung

¹⁶ Vgl. Sandholm, 1996, Negotiation Among Self-Interested Computationally Limited Agents, S. 43

¹⁷ Vgl. Skiere/Revensdorff, 1999, Auktionen als Instrument zur Erhebung von Zahlungsbereitschaften, in: Schmalenbachs Zeitschriften für betriebswirtschaftliche Forschung

Dollar ein. Mit 140 Millionen US-Dollar zählt jedoch das Gemälde „No. 5, 1948“ von Jackson Pollock, das durch die Vermittlung von Sotheby's im November 2006 an einen mexikanischen Sammler ging, zum teuersten Gemälde der Welt.¹⁸

Bei Online-Auktionen des englischen Modells wird, im Gegensatz zu Live-Auktionen, das Ende der Auktion durch Zeitablauf herbeigeführt. Laut einer Studie von Chui/Zwick¹⁹ werden Englische Auktionen und ihre Varianten auf 88 Prozent aller Internet-Auktionsplattformen angewendet (z. B. Ebay) und stellen damit das am meisten genutzte Auktionsverfahren im Internet dar.

2.1.2 Holländische Auktion

Die holländische Auktionsform stammt von den in den Niederlanden bekannten Tulpenversteigerungen ab. Im Gegensatz zur englischen Variante, ist das Prinzip des holländischen Modells ein fallender Preis, d.h. der Höchstpreis wird solange gesenkt, bis ein Bieter den aktuell genannten Preis akzeptiert und für diesen Wert die Ware kauft. Der erste Bieter erhält somit den Zuschlag.²⁰ Die Anwendung dieser Auktionsform ist dann besonders zweckmäßig, wenn ein zu erwartender Maximalpreis abgeschätzt werden kann und auf die Bieter ein höheres Stressmoment ausgeübt werden soll. Dadurch dass der Preis von oben nach unten sukzessive gesenkt wird und bereits der erste Bieter den Zuschlag erhält, bekommt dieser einen Anreiz, bereits bei seiner maximalen Zahlungsbereitschaft die Hand zu heben in der Angst ein anderer könne ihm sonst zuvor kommen. Theoretisch funktioniert dies auch bei Anwesenheit nur eines einzigen Bieters, insofern dieser die genaue Konkurrenzsituation nicht kennt. Dieses Verfahren wird meist bei Waren mit einem starken Preisverfall wie beispielsweise Schnittblumen oder Tabak eingesetzt. Im Internet findet diese Form der

¹⁸ Vgl. Herstatt, 2006, Meisterwerke für Millionen, http://www.ftd.de/boersen_maerkte/geldanlage/128801.html (02.01.2007)

¹⁹ Vgl. Chui/Zwick, 1999, Auctions on the Internet – A Preliminary Study, Working Paper, Hong Kong University of Science and Technology

²⁰ Vgl. Sandholm, 1996, Negotiation Among Self-Interested Computationally Limited Agents, S. 44

Versteigerung nur wenig Verwendung; etwa ein Prozent der Online-Auktionen werden nach dem holländischen Verfahren durchgeführt.²¹

2.1.3 Höchstpreis-Auktion

Bei der Höchstpreisauktion, auch „First-Price-Sealed-Bit (FPSB) Auction“ genannt, geben alle Bieter ihre Gebote einmal und – im Gegensatz zur englischen und holländischen Variante – verdeckt ab. Der Bieter mit dem höchsten Gebot erhält den Zuschlag zum Preis seines Gebots. Die Höchstpreis-Variante wird bei sehr wertvollen Gütern wie z. B. exklusiven Immobilien angewendet, und wird zudem verstärkt, wenn dem einzelnen Bieter unbekannt ist, wie viele andere Bieter an der Auktion noch teilnehmen. Durch das einfache Prinzip der geheimen Höchstpreisauktion ist diese Form auch online zu einer beliebten Alternative der Englischen Auktion geworden.²²

2.1.4 Vickrey Auktion

Bei der Vickrey Auktion, auch „Second-Price-Sealed-Bit (SPSB) Auction“ genannt, werden, wie bei der Höchstpreis-Auktion, von allen Bietern gleichzeitig Gebote in verdeckter Form erhoben. Den Zuschlag erhält der Bieter mit dem höchsten Gebot, wobei er allerdings nicht den von ihm gebotenen Preis, sondern den Preis des zweithöchsten Gebots bzw. des ersten abgelehnten Gebots zahlt.²³ In der Praxis wird dieses Auktionsverfahren nur selten angewendet (z. B. seit 1993 beim Verkauf von US-Staatsanleihen). Dies liegt u.a. daran, dass bei realitätsnahen Annahmen meist eine andere Auktionsart vorteilhafter ist, oder dass der Mechanismus insbesondere für viele Teilnehmer verwirrend erscheint.

²¹ Vgl. Chui/Zwick, 1999, Auctions on the Internet – A Preliminary Study, Working Paper, Hong Kong University of Science and Technology

²² Vgl. Fischer/Ruß/Vierke, 1998, Decision Theory and Coordination in Multiagent Systems, S. 67

²³ Vgl. McAfee/McMillian, 1987, Auctions and Bidding, in: Journal of Economic Literature, S.702

2.1.5 Weitere Auktionsformen

Neben den vier genannten Auktionsformen gibt es in der Praxis noch eine Reihe weiterer, untergeordneter Modelle und Sonderformen wie beispielsweise Amerikanische Auktionen, die in der Regel zu Gunsten gemeinnütziger Zwecke veranstaltet werden. Die Besonderheit dieser Versteigerungsform liegt darin, dass jeder Teilnehmer, der ein Gebot abgibt, den Differenzbetrag zum Vorgebot (sofort) zahlen muss. Den Zuschlag erhält der Bieter mit dem letzten Gebot. Die Einnahmen sind folglich oft weit über dem Wert des zu versteigernden Gegenstandes.²⁴

Bei der Japanischen Auktion handelt es sich um eine Mischform zwischen der Holländischen und Englischen Auktion. Die Bieter geben hierbei nicht selbst die Gebote ab, sondern der Auktionator erhöht – ausgehend von einem niedrigen Startpreis – kontinuierlich den Preis. Die Bieter müssen alle Preisschritte mitmachen, um in der Auktion zu bleiben. Den Zuschlag bekommt der, der am Ende übrig bleibt.²⁵

2.2 Mehr-Objekt-Auktionen

In der Praxis haben sich in den letzten Jahren aufgrund der zunehmenden Versteigerung von Mobilfunk- und Fernsehlicenzen die Mehr-Objekt-Auktionen etabliert. Dabei handelt es sich um Auktionen bei denen mehrere, homogene Objekte simultan versteigert werden.²⁶ Das Design dieser und deren Durchführung ist jedoch oft so aufwendig und kompliziert, dass hierfür spezielle Auktionsdesigner beauftragt werden, die sicherstellen sollen, dass die geeignete Auktionsform für den jeweiligen Auktionsgegenstand gewählt bzw. entwickelt wird. Entscheidend ist, dass es immer dann und nur dann zu einem Handel kommen soll, wenn dadurch ein Effizienzgewinn erzielt werden kann, d.h. wenn es mindestens einen Bieter gibt, für den das zu versteigernde Gut einen höheren Wert besitzt als für den Verkäufer. Zudem sollte gewährleistet sein, dass das Gut an den Bieter mit der höchsten Zahlungsbereitschaft

²⁴ Vgl. Borstendorfer, 2006/2007, Grundlagen der Auktionstheorie, S.14

²⁵ Vgl. Nikutta, 2003, Three Essays in the Theory of Auctions, S. 42

²⁶ Vgl. Klemperer, 2002, What Really Matters in Auction Design, S. 170

geht, um eine Gewinnmaximierung zu erreichen. Das Auktionsdesign arbeitet auf Basis spieltheoretischer Methoden, wobei die Theorie davon ausgeht, dass sich die Bieter strikt rational verhalten. Anhand von Computersimulationen und Testversteigerungen untersuchen Auktionsdesigner wie sich Regeln, Strategien und Ergebnisse gegenseitig beeinflussen.²⁷

Regierungen machen sich dieses Wissen zunutze und lassen sich bei Lizenzversteigerungen von professionellen Auktionsdesignern beraten. So beauftragte die britische Regierung Paul Klemperer, Professor für Wirtschaftswissenschaften in Oxford, als Chefberater bei der UMTS-Lizenzversteigerung im Jahr 2000. Klemperer warnt davor die Regeln erfolgreicher Auktionen einfach zu kopieren: „Good auction design is not ‚One size fits all‘“, ist er sich sicher.²⁸

Benny Moldovanu, derzeit Volkswirtschaftsprofessor mit Schwerpunkt Auktionsdesign in Bonn, teilt Klemperers Meinung und kritisiert die komplexen Regeln der deutschen UMTS-Lizenzversteigerung, die sich stark an der ersten großen Auktion für Frequenzen in den USA orientierte, die von den Professoren Bob Wilson, Paul Milgrom (Stanford University) und Preston McAfee (University of Texas) entwickelt wurde.²⁹ 1994 veranstaltete die amerikanische Regulierungsbehörde für Telekommunikation (FCC) diese Auktion auf Basis der klassischen, englischen Auktionsform, d.h. der Preis stieg so lange, bis nur noch ein Bieter übrig war, jedoch wurden die einzelnen Objekte nicht nacheinander, sondern simultan versteigert. In jeder Runde muss der Bieter für mindestens ein Objekt ein Gebot abgeben. Wenn in einer Runde keine neuen Gebote mehr abgegeben wurden und damit für alle Objekte das letzte Gebot abgegeben wurde, war die Auktion beendet und der jeweils Meistbietende erhielt den Zuschlag und musste sein Gebot bezahlen.

Die Besonderheit der deutschen UMTS-Auktion, die im Sommer 2000 stattfand, war dagegen, dass es zwei aufeinander folgende Versteigerung gab. Das heißt in der ersten Auktion

²⁷ Vgl. Weimann, 2003, Die Ökonomik als experimentelle Disziplin, in: Magdeburger Wissenschaftsjournal, S. 9

²⁸ Vgl. Klemperer, 2002, What Really Matters in Auction Design, S. 184 f.

²⁹ Vgl. Moldovanu, 2000, Für ein Plätzchen am Himmel der Funker, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 29.07.2000

wurden zwölf homogene Frequenzblöcke von jeweils zwei mal fünf MHz („gepaarte Frequenzen“) mit einer Gültigkeit von 20 Jahren, die aber nicht weiterverkauft werden durften, versteigert. Jeder Block hatte einen Reservationspreis (Mindestpreis) von umgerechnet etwa 50 Millionen Euro. Die zweite Auktion beinhaltete „ungepaarte Frequenzen“ (fünf MHz, Reservationspreis: umgerechnet etwa 25 Millionen Euro) und solche, die bei der ersten nicht versteigert wurden. Ziel dieser zweiten Auktion war es, zusätzliche Kapazität auf diejenigen Bieter zu verteilen, die bereits in der ersten eine Lizenz ersteigert hatten.³⁰ Jeder der sieben Teilnehmer musste in jeder Runde für minimal zwei, maximal drei dieser Blöcke bieten und erhielt eine Lizenz, wenn er zwei Frequenzblöcke („kleine“ Lizenz) bzw. drei Blöcke („große“ Lizenz) ersteigerte. Sobald ein Bieter in einer Runde nur noch für zwei Blöcke aktiv war, durfte er in allen folgenden Runden nicht mehr für drei Blöcke bieten („Aktivitätsregel“).³¹ Das Auktionsende war durch das Ausbleiben neuer Höchstgebote für alle Frequenzblöcke definiert. Theoretisch ergeben sich bei sieben Teilnehmern folglich zehn mögliche Szenarien mit drei bis sechs Lizenzen. Der ungewöhnlichste und vorab heftig kritisierte Punkt dieses Designs war die Regelung, durch Unterscheidung kleiner und großer Lizenzen die Zahl der Lizenznehmer und die zukünftige Wettbewerbsstruktur vom Auktionsergebnis abhängig zu machen.³² Nach 173 Runden und 14 Auktionstagen mit einem Gesamterlös von knapp 50 Milliarden Euro und sechs vergebenen Lizenzen lag das Ergebnis der Auktion letztendlich weit über den Erwartungen.³³

Wie wichtig das richtige Design einer Auktion ist, zeigt auch das Beispiel Neuseeland, das als erstes Land Mobilfunk- und Fernsehlicenzen nach dem Vickrey-Modell versteigerte. In einem Fall hatte eine Firma dort 100.000 Neuseeland-Dollar für eine Lizenz geboten und bekam diese dann aber für den zweithöchsten Preis von nur sechs Dollar. Auch ein Student

³⁰ Vgl. Ewerhart/Moldovanu, 2001, The German UMTS Design: Insights From Multi-Object Auction Theory, in: ifo Studien - Zeitschrift für empirische Wirtschaftsforschung, 1/2001, 157-173.

³¹ „Aktiv“ in diesem Zusammenhang bedeutet, dass der Bieter entweder das aktuelle Höchstgebot hält oder ein neues Gebot abgibt, dass das alte Höchstgebot um das Mindestinkrement übersteigt.

³² Vgl. Lindstädt, 2001, Die Versteigerung der deutschen UMTS-Lizenzen, HHL-Arbeitspapier Nr. 42, S. 3

³³ Vgl. Dörr, 2000, Jahresbericht 2000 – Marktbeobachtungsdaten der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post, S. 25

hatte Glück, als er nur einen Dollar für eine Lizenz einer Kleinstadt bot, den Zuschlag bekam und nichts zahlen musste, da es keinen anderen Bieter gab.³⁴ Aufgrund der wenigen Teilnehmer hätte die neuseeländische Regierung in beiden Fällen Mindestgebote festlegen sollen.

3. Patentauktionen

Auktionen sind, wie die oben genannten Beispiele gezeigt haben, für immaterielle Vermögenswerte keine Neuheit. In der Vergangenheit wurden sie meist dazu verwendet, um knappe (meist staatlich regulierte) Nutzungsrechte wie beispielsweise Radio-Lizenzen, Tankstellen-Lizenzen an staatlichen Autobahnen oder die genannten UMTS-Lizenzen meistbietend zu kommerzialisieren. Vom Ablauf und der Struktur unterscheiden sich Auktionen für gewerbliche Schutzrechte jedoch von diesen Versteigerungsformen, wie die folgenden Abschnitte zeigen sollen.

3.1 Patentauktionen – Status Quo

Die IP Merchant Bank Ocean Tomo beansprucht für sich, im vergangenen April die weltweit erste Patent-Live-Auktion durchgeführt zu haben. Auch wenn es eine Reihe Informationen darüber gibt, dass von verschiedenen Seiten auch vorher bereits vereinzelte Patentauktionen veranstaltet wurden,³⁵ so lässt sich doch zumindest behaupten, dass mit den Live-Auktionen von Ocean Tomo in San Francisco und New York im vergangenen Jahr eine neue Dimension erreicht wurde.

³⁴ Vgl. Rauner, 2000, Die Mathematik des Auktionators, http://www.zeit.de/archiv/2000/31/200031.auktion_.xml (05.01.2007)

³⁵ So wurde beispielsweise am 30. Januar 2003 bereits von der Japan Patent Research Associates, einer Non-Profit-Organisation, in Tokyo die angeblich „erste Patentauktion“ durchgeführt; vgl. "Japan Nachrichten", Wirtschaftskammer Österreich, Der Handelsdelegierte für Japan, Quartal 1/2003, www.austriatrade-jp.org/japanlandzukunft2003-1-internet.pdf (28.01.2007)

Insgesamt wurden in der "ersten" Auktion am 6. April im Hotel Ritz-Carlton San Francisco 78 Versteigerungslose mit hauptsächlich amerikanischem Schutzzterritorium zur Veräußerung angeboten, von denen immerhin 26 Lose mit einem Transaktionsvolumen von knapp 3 Mio. US-Dollar versteigert wurden. Im Nachgang der Auktion schafften es fünf weitere Lose mit einem zusätzlichen Volumen von 5,4 Mio. US-Dollar den Inhaber zu wechseln. Zusammen sind somit ca. 40% der Lose einer Transaktion zugeführt worden und 52% der Verkäufer konnten mindestens einen Teil Ihrer Schutzrechte veräußern. Eine Analyse der veräußerten Patente bestätigt dabei, die bei Patenten im Allgemeinen beobachtbare schiefe Wertverteilung³⁶ mit vielen geringwertigen und wenigen, sehr werthaltigen Patenten: 22 der 26 "on the floor" versteigerten Lose wurden für unter 20.000 US-Dollar verkauft, zwei Lose für ca. 100.000 US-Dollar und zwei Lose über 1.000.000 US-Dollar.³⁷

In der "zweiten" Auktion in New York wurden unter den insgesamt 71 Versteigerungslosen neben Patenten auch Marken, Internet-Domains und Musik-Urheberrechte versteigert. Urheberrechte von Jimmy Hendrix erzielten dabei mit 15 Mio. US-Dollar einen Großteil des gesamten Transaktionsvolumens von rund 22 Mio. US-Dollar.³⁸ Beachtlich hierbei war die im Gegensatz zur April-Auktion weniger schiefe Wertverteilung der übrigen Versteigerungslose, bei denen immerhin 16 der 25 "on the floor" versteigerten Lose je über 100.000 US-Dollar erzielten. Im Vergleich zur ersten Auktion zeigt sich zudem eine Verdopplung des Erlöses mit Patenten von 3 Mio. auf 6 Mio. US-Dollar.

Die Struktur der beiden bisherigen Auktionen zeigte folgende wesentliche Eckpunkte:³⁹

- Eingereichte Schutzrechte wurden nach bestimmten Kriterien für die Auktion zugelassen.

³⁶ Vgl. Harhoff/Scherer/Vopel, 1999, Citations, Family Size, Opposition and the Value of Patent Rights

³⁷ Vgl. Seidenberg, 2006, On the Block, in : Inside Counsel,

http://www.insidecounsel.com/issues/insidecounsel/15_205/ip/530-1.html (25.02.2007)

³⁸ Vgl. Kanellos, 2006, CNET News – Hendrix recordings fetch \$15M in patent auction,

http://news.com.com/Hendrix+recordings+fetch+15M+in+patent+auction/2100-1014_3-6130210.html (26.02.2007)

³⁹ Vgl. <http://www.oceantomo.com/auctions.html> (20.02.2006)

- Patentinhaber zugelassener Schutzrechte binden sich an die Auktion, indem sie einen Versteigerungsauftrag erteilen.
- Interessierte Bieter erhalten Bieter-Status indem sie die Bieterbedingungen akzeptieren und ihre Bonität durch eine Bankgarantie nachweisen.
- Interessenten können die angebotenen Schutzrechte über einen Katalog einsehen. Registrierte Bieter haben zudem die Möglichkeit über einen Digitalen Due-Diligence Datenraum relevante Unterlagen einzusehen.
- Die Auktion vor Ort wird durch ein Rahmenprogramm mit Workshops, Gala Diner, Technologie-Exponaten einzelner Patentinhaber sowie der Möglichkeit von Einzelgesprächen zwischen Patentinhabern und Bietern abgerundet.

Neben pauschalen Anmeldegebühren für Patentinhaber, Bieter und nichtbietende Teilnehmer, finanziert sich die Auktion vor allem durch eine erfolgsabhängige Provision, die sich zusammensetzt aus 10% Aufgeld gegenüber dem Käufer und 15% Abgeld gegenüber dem Verkäufer eines Versteigerungsloses.

3.2 Erfolgsfaktoren einer Patentauktion

Die Versteigerung von Patenten wird seit den Live-Patentauktionen von Ocean Tomo als weiterer Baustein für einen liquideren Markt für gewerbliche Schutzrechte diskutiert.

Grundsätzlich lassen sich alle wesentlichen Vorteile und somit Erfolgsfaktoren einer klassischen Auktion auch auf eine Patentauktion übertragen. Dies sind im Einzelnen:⁴⁰

- Synchroner Bieterwettbewerb,
- Marktpreiserzielung eines einmaligen und schwer objektiv bewertbaren Wirtschaftsgutes,

⁴⁰ Vgl. Milgrom, 2004, Putting Auction Theory to Work, S. 208 ff.

- Zeitlich terminierte Abwicklung der Transaktion sowie
- Einsparung von Verkaufsverhandlungen.

Ähnlich wie beim Erwerb von oben genannten ungreifbaren Objekten wie UMTS-Lizenzen, ist auch der Erwerb von Patenten durch ein überdurchschnittliches Maß an Unsicherheit und Intransparenz gekennzeichnet. Dies betrifft zunächst eine gewisse Unsicherheit über die *Rechtsbeständigkeit* eines Patentes. Vor einem Erwerb muss durch oft aufwendige Überprüfungen das Risiko eingeschätzt werden, inwieweit ein Patent frei von formellen und materiellen Mängeln ist, die eine spätere Nichtigkeit begründen könnten. Dieses Risiko stellt sich aber auch bei klassischen Versteigerungsgegenständen wie Gemälden und der Frage, ob das gezeigte Bild wirklich „das Echte“ ist. Auch Unsicherheiten über bestehende rechtliche Beeinträchtigungen eines Patentes wie beispielsweise Nutzungsbeschränkungen, Abhängigkeiten von anderen Schutzrechten oder bereits vergebene Lizenzen müssen im Vorfeld einer Transaktion geklärt werden. Eine weitere Unsicherheit betrifft die *Einschätzung der Werthaltigkeit* eines Patentes. Um den tatsächlichen Neuheitswert eines Patentes und dessen Fähigkeit, ein neuartiges Erzeugnis oder Verfahren effizient patentrechtlich gegen Konkurrenten zu schützen, bestimmen zu können, sind somit entsprechende Bewertungen im Vorfeld notwendig.

Diese Unsicherheiten und Risiken stellen wesentliche Barrieren für den Handel mit Patenten dar. Vor dem Hintergrund der genannten Handelshemmnisse lassen sich in Ergänzung zu den oben genannten Vorteilen von Auktionen im Allgemeinen folgende Erfolgsfaktoren einer auf Patente zugeschnittenen Auktion ableiten:

- Schaffung von Transparenz
- Schaffung adäquater Möglichkeiten zur Due-Diligence
- Vorselektion angebotener Patente/ggf. Bereitstellung objektiver Informationen von Bewertungsinstitutionen

- Reduzierung der Unsicherheit auf Käuferseite durch Zusicherungen des Verkäufers
- Kostensenkung durch juristisches Rahmenwerk und Standardisierung der Transaktion

Alle genannten Erfolgsfaktoren tragen letztendlich zu einer Senkung der Transaktionskosten wie beispielsweise Kosten der Informationsbeschaffung, Anbahnungs- und Abwicklungskosten bei. Diese Kostenreduzierung kann somit auch als übergeordneter Hauptvorteil von Patentauktionen gesehen werden.

Aus Käuferperspektive wird eine Transaktion vor allem dann transparenter und damit erleichtert, wenn dem Käufer die Möglichkeit gegeben wird, sich schneller und besser ein Bild von den angebotenen Schutzrechten zu verschaffen. Zwei wichtige Bausteine zur Schaffung dieser Transparenz sind einerseits die übersichtliche Darstellung der angebotenen Patente über einen Auktionskatalog, der alle Schutzrechte nach bestimmten Kriterien sortiert und mit einem Kurzprofil für eine Grobselektion aufführt sowie andererseits ein Digitaler Datenraum, der im nächsten Schritt die detaillierte Prüfung ausgewählter Schutzrechte ermöglicht.

Die Transparenz der durch den Auktionsveranstalter aufbereiteten Informationen reduziert die Unsicherheit des Käufers. Als weitere Maßnahme zur Reduzierung dieser Unsicherheit sollte der Auktionsveranstalter den Verkäufern der Schutzrechte eine standardisierte Möglichkeit geben, eine Reihe von Garantien in Bezug auf ein Schutzrecht abzugeben, wie beispielsweise deren Freiheit von Rechten Dritter, die sich aus Lizenzen oder Arbeitnehmeransprüchen ergeben können. So kann der potentielle Käufer bereits im Vorfeld wesentliche K.O.-Kriterien in Bezug auf die Schutzrechte ohne zusätzlichen Zeitaufwand überprüfen.

Die Abgabe solcher Garantien muss Teil des standardisierten Prozesses sein, der über vorgefertigte vertragliche Beziehungen zwischen dem Auktionsveranstalter einerseits und den

Käufern und Verkäufern andererseits, die oft aufwendigen Verhandlungen bei traditionellen bilateralen Patentgeschäften vermeiden lässt. Die Vermeidung dieser Verhandlungen kann nicht nur für den Käufer sondern vor allem auch für den Verkäufer eine wesentliche Vereinfachung darstellen.

Ein weiterer, speziell für den Verkäufer relevanter Erfolgsfaktor, betrifft das Marketing einer Patentauktion. Hierbei sollte der Auktionsveranstalter alle klassischen Kanäle zum Erreichen der relevanten Zielgruppen einbeziehen, zu denen neben einer breit angelegten Werbekampagne auch die allgemeine Pressearbeit und vor allem eine gezielte Ansprache relevanter Zielgruppen und Einzelfirmen gehört, um so den oben genannten Bieterwettbewerb herbeizuführen.

Je nachdem, wie groß eine Patentauktion angelegt ist, lassen sich hierbei Skaleneffekte erzielen, die für den einzelnen Patentinhaber in der Auktion zu einem weiteren Kostenvorteil bei der Verwertung seiner Rechte führen können.

Wie die genaue Ausgestaltung der europäischen Patentauktionen in der Praxis aussieht und welche Parameter auf Basis der genannten Erfolgsfaktoren berücksichtigt werden müssen, soll der folgende Abschnitt zeigen.

3.3 Europäische Patentauktionen in der Praxis

Als Zielgruppe für solche Auktionen werden in der Praxis Verkäufer, Käufer (Bieter) und nicht-bietende Teilnehmer unterschieden. Als Verkäufer kommen neben Patentinhabern, wie beispielsweise Einzelerfindern, Hochschulen, Forschungseinrichtungen, KMU oder größeren Firmen, auch Intermediäre in Frage, die ein Schutzrecht im Auftrag eines Patentinhabers vermarkten. Zur Käuferseite der Schutzrechte zählen insbesondere technologieorientierte Industriefirmen, verschiedene Investorenkreise sowie ebenfalls Intermediäre, die auf eigene Rechnung oder für andere Portfolios zusammenstellen.

Einige Teilnehmer der Auktionen in San Francisco und New York forderten, dass bei der Gestaltung einer Patentauktion eine weitere Spezialisierung auf bestimmte Branchen oder auch auf bestimmte Akquisitionsmotive von Patenten vorgenommen werden solle. Dem entgegenzuhalten ist, dass bei einer groß angelegten Auktion ähnlich wie bei einer groß angelegten Messe eine Kostendegression erreicht werden kann, da Kosten für beispielsweise Marketingmaßnahmen, Pressearbeit und Eventorganisation auf eine größere Anzahl Versteigerungseinheiten umgelegt werden können. Aus diesem Grund wird auch die kommende Patentauktion am 14./15. Mai in München, ähnlich wie die Auktionen in den USA, breit angelegt sein und gewerbliche Schutzrechte aus vielen unterschiedlichen Technologiebereichen wie z. B. Maschinenbau, Materialwissenschaften, Elektrotechnik, Mikroelektronik, Automotive, Life Science, Medizinwissenschaften und Umwelttechnologie beinhalten. Neben Patenten werden als neuer Aspekt auf dieser Auktion in München auch Lizenzen auf Patente versteigert. Hierfür wird durch den Lizenzgeber im Rahmen der Due-Diligence ein entsprechender Lizenzvertrag in den Digitalen Datenraum eingestellt. Geboten wird dann auf eine Einmalzahlung bzw. insofern im Lizenzvertrag Royalties festgelegt sind, auf eine zusätzliche Vorabzahlung. Royalties sind dabei nicht provisionspflichtig, da sich eine Abrechnung nur sehr aufwendig gestalten ließe.

Sowohl bei den Auktionen der Ocean Tomo Inc. als auch bei der geplanten Auktion der IP Auctions GmbH in München handelt es sich um Live-Auktionen, da hierbei, im Vergleich zu Internetauktionen, ein persönlicher Kontakt zwischen möglichen Käufern und Verkäufern vor Ort hergestellt werden kann. Während zwar vor der Auktion i.d.R. alle wesentlichen Fragen geklärt sein dürften und ein persönlicher Kontakt eher der Bestätigung der gebildeten Wertschätzung der betroffenen Versteigerungslose betreffen wird, so bietet er dennoch eine Chance für zusätzliche Transparenz. Noch wichtiger erscheint jedoch der Kontakt zwischen den Beteiligten im Nachgang der Auktion, wie das Beispiel der Versteigerung in San Francisco

zeigte, bei der das Transaktionsvolumen im direkten Nachfeld der Auktion auf 8,4 Mio. US-Dollar mehr als verdreifacht werden konnte.⁴¹

Als Auktionsform bieten die Veranstalter für die kommende Auktion in München neben der englischen auch die holländische Variante an, da bei einigen Gegenständen ein zu erwartender Maximalpreis abgeschätzt werden kann und aufgrund der Methode des fallenden Preises, beim Bieter ein Anreiz geschaffen werden kann, bereits bei seiner maximalen Zahlungsbereitschaft die Hand zu heben.⁴²

Die Einlieferer haben vor der Auktion zudem die Möglichkeit ein Limit (Reservationspreis) zu setzen, so dass sie sich absichern können, dass die angebotenen Schutzrechte nicht unter dem gesetzten Wert versteigert werden. Der Limitwert liegt bei der englischen Auktionsform i.d.R. deutlich über dem Aufrufpreis, mit dem der Auktionator die Versteigerung eines Loses beginnt und ist den Bietern unbekannt. Wird in der Auktion kein Gebot erzielt, das über dem Limitwert liegt, so kommt keine Transaktion zustande. In der Praxis wird für das Setzen eines Limits jedoch i.d.R. eine Gebühr verlangt. Patentinhaber können mit der Festsetzung eines extrem hohen Limits auch den Marktwert des eigenen Patents prüfen, da bei einem sehr hohen Limit mit großer Wahrscheinlichkeit keine Transaktion stattfinden wird, er jedoch ermitteln kann, wie viel für sein Patent maximal gezahlt worden wäre.

Als wesentlicher Erfolgsfaktor wurde im vorhergehenden Kapitel die Schaffung adäquater Möglichkeiten zur Due-Diligence aufgezeigt. Neben der Bereitstellung eines übersichtlichen Auktionskataloges, der idealerweise auch kostenlos als Onlineversion verfügbar ist, muss dem Interessenten eines Patentes ausreichend Zeit für die Due-Diligence z.B. über den erwähnten Digitalen Datenraum gegeben werden. Für die europäische Patentauktion in München sind

⁴¹ Vgl. Kanellos, 2006, CNET News – Hendrix recordings fetch \$15M in patent auction, http://news.com.com/Hendrix+recordings+fetch+15M+in+patent+auktion/2100-1014_3-6130210.html (26.02.2007)

⁴² Vgl. Kapitel 2.1.2

hierfür zwei Monate vorgesehen. Der Datenraum enthält hierbei neben den üblichen Informationen zum rechtlichen Sachstand der Schutzrechte vor allem Informationen zu deren Verwertungspotentialen. Hierzu zählen u.a. Angaben zu Anwendungsgebieten und Informationen zum Entwicklungsstand und der Marktreife der Erfindung. Im Hinblick auf die Beurteilung der Verwertbarkeit eines Portfolios kann dabei auch die Angabe von Referenzen Dritter sowie Informationen zu gegebenenfalls zusammen mit dem Portfolio angebotenen Komplementärgütern wie beispielsweise Kontakten zu potentiellen Kooperations- und Entwicklungspartnern, Prototypen, Messreihen oder Implementierungs-Know-how einen wichtigen Beitrag leisten.

Als weiterer Erfolgsfaktor wurde die Vorselektion in der Auktion angebotener Patente genannt. Die Sicherung der Qualität der angebotenen Patente hängt in der Praxis sehr stark von den angesetzten Kriterien dieser Vorselektion ab. Wesentliche Aspekte sind hierbei der Verfahrensstand, das Schutzterritorium, die Breite der Schutzansprüche sowie der durch eine Erfindung angesprochene Markt. Grundsätzlich erscheinen Patente für Produkte, die näher an der Marktreife liegen, für eine Versteigerung geeigneter als junge Patente, die mit einer noch größeren Unsicherheit für die Zukunft belegt sind. Für eine effektive Vorselektion sollte eine Kombination aus quantitativen und qualitativen Bewertungsmaßstäben herangezogen werden, wobei grundsätzlich gilt: Je größer der Bewertungsaufwand, je höher ist die in der Auktion erzielte Qualität und desto kleiner wird die ausgewählte Menge Patente.

Als letzten wichtigen Gestaltungsaspekt wird der rechtliche Rahmen einer Patentauktion in der Praxis durch diverse standardisierte Vertragsbedingungen gebildet. Für die Auktion in München sind dies beispielsweise die Gebots-, Versteigerungs- und Einlieferungsbedingungen, die u.a. das Zustandekommen eines Kaufvertrages oder Lizenzvertrages, den Aufrufpreis, die gewünschte Auktionsform und die Festlegung eines Limitwertes regeln. Für die Registrierung zur Auktion müssen Bieter zudem ihre Bonität durch eine Bankgarantie nachweisen. Dieser

rechtliche Rahmen einer Auktion ist deshalb von so großer Bedeutung, da wie bereits erwähnt durch diese einheitlichen Vertragskonstruktionen aufwendige Verkaufs- bzw. bei der Versteigerung von Lizenzen auch Lizenzverhandlungen, vermieden werden können.

4. Zusammenfassung und Ausblick

Im Zuge der Entwicklung zur Wissensgesellschaft und der zunehmenden Bedeutung immaterieller Wirtschaftsgüter entwickeln sich die Märkte für Technologien und Geistiges Eigentum stetig weiter. Hierbei entstehen neue Formen des Technologietransfers zu denen breit angelegte Auktionen für Geistiges Eigentum als eine der jüngsten Entwicklungen zählen.

Diese bieten dem Patentinhaber als Alternative zum bilateralen Austausch die Chance seine Patente einer breiten Zielgruppe anzubieten und hierfür auf einen zeitlich definierten, weitgehend standardisierten Prozess zurückzugreifen, der durch ein vorgegebenes juristisches Rahmenwerk sowie definierte Mechanismen der Bieterwerbung dazu beitragen kann, Zeit und Kosten zu sparen, sowie über einen Bieterwettbewerb einen realen Marktpreis zu erzielen.

Potentiellen Bietern eröffnet eine gut organisierte Patentauktion dabei vor allem die Chance, über einen transparenten und schlanken Due-Diligence Prozess jene Schutzrechte zu identifizieren, die von Interesse sind und diese ohne langwierige Verhandlungen zu erwerben.

Eine effiziente Vorselektion sowie eine weitergehende Hilfestellung bei der Bestimmung der Werthaltigkeit der angebotenen Schutzrechte durch den Auktionsveranstalter oder einen seiner Kooperationspartner wird dabei in Zukunft eine noch wichtigere Rolle spielen, um die Transparenz und somit Liquidität des Marktes zu erhöhen. Insgesamt stellen IP-Auktionen einen weiteren Baustein im Alternativenspektrum eines jeden IP-Managers dar, der bei Verwertungstransaktionen zu berücksichtigen ist.