

A. Skema til ansøgning om resultatkontraktmidler

Indsatsområde	Indsats for fremme af kommercialisering af private opfindelser (Opfinderrådgivningen)	Evt. nr.:	S1
Indsatsområde kort (resumé)			
<p>Kommercialisering af danske borgeres opfindelser gennem licensering til eksisterende virksomheder fører til nye produkter på markedet, omsætning og arbejdspladser. Rådgivning til opfindsomme borgere er en lille, men vigtig, del af dansk innovationsfremme, som bidrager til at understøtte denne kilde til innovation og vækst i samfundet.</p> <p>Danske borgere er gode til at gøre opfindelser og få ideer til nye produkter, men ikke alle der har en god ide, ønsker at starte egen virksomhed. Her er det oplagt, som alternativ til traditionelt iværksætteri, at samarbejde med en etableret virksomhed og benytte licensering som forretningsmodel. Opfinderrådgivningen understøtter opfindere i deres arbejde med prototyper, nødvendig viden om markedet, rettighedsbeskyttelse, forhandlinger og endelig udformning af licenskontrakter, der overfører rettigheder til produktion og markedsføring af de nye produkter til virksomheder.</p> <p>En undersøgelse af Opfinderrådgivningens effekt viser, at omsætningen fra 20 succesfulde, licenserede produkter fra Opfinderrådgivningens portefølje var over 3,3 milliarder kroner om året i den undersøgte periode. Til sammenligning er Opfinderrådgivningens budget 8,5 millioner kroner om året.</p> <p>Gennem snart 50 år har Opfinderrådgivningen på Teknologisk Institut rådgivet opfindere og bidraget til at kommercialisere opfindelser, der skaber omsætning, vækst og arbejdspladser i danske virksomheder samt licensindtægter til borgere – til gavn for både borgere, virksomheder og samfundsøkonomien.</p> <p>I den kommende periode skærper Opfinderrådgivningen sin indsats mod en del af målgruppen, der foretrækker selv at søge og benytte digital information, og ligesådan skærpes opsøgende aktiviteter mod borgere, der bedst nås gennem personbårne henvisninger til rådgivningen.</p>			
1) Målsætninger, aktiviteter og indikatorer			
<p>Opfinderrådgivningens formål er at realisere potentialet af danske borgeres opfindelser kommercielt. Det er målsætningen, at Opfinderrådgivningen over den fireårige periode 2021-2024 understøtter 50 kommercielle aftaler om virksomheders udnyttelse af borgeropfindelser via licenskontrakter og andre lignende nyttiggørelser af opfindelser.</p> <p>Effekten på omsætning og jobskabelse af disse 50 aftaler og nyttiggørelser vil blive betydelig, og det planlægges, at der i starten af 2023 gennemføres en effektanalyse, der afdækker omsætningen skabt på baggrund af kommercialiseringer gennemført med hjælp fra Opfinderrådgivningen i en forudgående periode på fx ti år. I 2017 viste en sådan undersøgelse af Opfinderrådgivningens effekt, at omsætningen fra 20 succesfulde licenserede produkter fra Opfinderrådgivningens portefølje var 33 milliarder kroner over en tiårig periode¹.</p> <p>Målet om at opnå 50 kommercialiseringer understøttes af følgende aktiviteter, som overordnet opdeles i <i>rådgivning</i> og <i>målgruppeopsøgende aktiviteter</i>:</p> <p>Aktivitet 1: Rådgivning: Indledende rådgivning mod kommercialisering af opfindelser.</p> <p>Der tilbydes og udføres indledende rådgivning til danske private opfindere, som sikrer, at alle, der henvender sig, svares og så vidt muligt bringes videre mod kommercialisering af deres opfindelser og produktideer. Al rådgivningen tilstræbes at være aktiverende og motiverende hjælp til selvhjælp og fordrer opfinders aktive og motiverede deltagelse.</p> <ul style="list-style-type: none">• Delmål 1.1: Minimum 1.000 indledende rådgivningsforløb gennemføres pr. år.• Delmål 1.2: Der sigtes mod, at indledende rådgivningsforløb afvikles med en tilfredsgrad på minimum 85 %. Ikke-tilfredse tilbagemeldinger bruges løbende i tilpasning og forbedring af rådgivningen.			

¹ <https://opfind.nu/case/danske-opfindere-skaber-milliardomsaetning/>

Aktivitet 2: Rådgivning: Udvidede rådgivningsforløb mod kommercialisering af opfindelser.

I opfindersager, som udviser markedsmæssigt og kommercielt potentiale, tilbydes udvidet rådgivning som stiler mod kommercialisering af opfindelserne gennem licensering til virksomheder eller anden form for markedsintroduktion. Sagerne til udvidet rådgivning udvælges via en formaliseret procedure, hvor det indgår, at der i den indledende rådgivning kan opnås 1) interesse fra potentielt licenstagende virksomheder eller andre væsentlige aktører i markedet, 2) det kan demonstreres, at opfindelsen virker efter hensigten samt, 3) der er nyhedsværdi og mulighed for eneretsbeskyttelse. En udvidet sag strækker sig typisk over 3 måneder til 2 år.

- Delmål 2.1: Der tilbydes og udføres minimum 40 udvidede rådgivningsforløb pr. år.

Aktivitet 3: Rådgivning: Rådgivning i frembringelse af prototyper.

Opfindere i indledende og udvidet rådgivning modtager rådgivning med henblik på at blive bragt videre mod frembringelse af prototyper. Prototyper har til formål at demonstrere principperne i opfindelser samt afprøve den værdi, der skabes for brugeren og kunden. I en moderne forståelse kan prototyper have mange forskellige niveauer af detaljegråd og færdighed og indbefatter principmodeller, funktionsmodeller, demonstrationsmodeller og skuemodeller. Det er oftest en fordel for processen, at prototyper kan fremstilles simpelt og hurtigt, så fordele og ulemper kan afprøves, og produktet kan ændres og tilpasses undervejs. Opfinderen kan henvises til Teknologisk Instituts Prototypeværksted eller andre steder, som bedst understøtter prototypeudviklingen. (Teknologisk Instituts Prototypeværksted er et fondsfinansieret gratis tilbud, der understøtter Opfinderrådgivningens rådgivning i frembringelse af prototyper efter princippet om guidet hjælp til selvhjælp. Materialer til prototyper og eventuel brug af andre leverandører vil være egenfinansieret af opfinderen).

- Delmål 3.1: Minimum 100 opfindere pr. år vejledes i frembringelse af prototyper.

Aktivitet 4: Rådgivning: Nyttiggørelser via licensaftaler og anden vej til markedsintroduktion.

Al rådgivningen stiler mod kommercialisering af perspektivrige opfindelser gennem licensering eller anden form for markedsintroduktion.

- 4.1 Slutmål: Minimum 10 - 15 kommercialiseringer gennemføres pr. år, således at der samlet er gennemført minimum 50 kommercialiseringer i løbet af perioden 2021-2024.

Aktivitet 5: Rådgivning via Opfinderrådgivningens digitale univers.

Opfinderrådgivningens digitale univers modnes og videreudvikles, så der understøttes en større selvstændighed og overblik for målgrupper, der foretrækker selv at søge og bruge digital information. Opfindere gives praksisorienteret viden om opfinderrelevante temaer som idévalidering, markedsvalidering, IPR og kommercialisering. Det digitale univers understøttes af digitale ruter, der gør brug af Opfinderrådgivningens wikipedia, videotutorials, chatbot og andre digitale redskaber for brugeren.

- Delmål 5.1: Der videreudvikles og konsolideres et opdateret, praksisnært og handlingsanvisende digitalt opslagsredskab (wikipedia), som effektivt understøtter målgruppens videnbehov i processer med opfinderi og kommercialisering af opfindelser. Der sigtes mod at have ca. 75 opdaterede opfinderrelevante emner i opslagsværket. Wikipedia'en færdiggøres i kontraktens år 1 og opdateres og videreudvikles i år 2-4.
- Delmål 5.2: Opfinderrådgivningens interaktive digitale rådgivning (chatbot) konsolideres med data- og bruger-drevet feedback, så der opbygges og opretholdes en effektiv digital dialogbaseret guide til understøttelse af indledende rådgivning. Den digitale dialog med opfindere understøttes af tilpassede svar, opslagsredskabet samt videotutorials og svarer opfindere og studerende, der søger information i og uden for Opfinderrådgivningens åbningstid. Chatbotten opdateres, videreudvikles og justeres i hele kontraktperioden med særligt fokus i kontraktens år 1 og 2.
- Delmål 5.3: Med henblik på at understøtte den del af målgruppen, der foretrækker lyd og billeder, videreudvikles hjemmesidens indhold af videotutorials med 2-3 nye videotutorials om året, således at der udvikles minimum 10 nye videotutorials om opfinderrelevante temaer i perioden.
- Delmål 5.4: Opfinderrådgivningens digitale univers udbygges med en særlig indgang til undervisere og studerende. Indgangen understøtter digitale ruter tilpasset studerende, der ofte opsøger information om opfinderi og produktudvikling allerede i de indledende faser. Siden vil interaktivt understøtte studerende og undervisere i forløb med temaerne problemudforskning, produktudvikling, opfinderi, markedsfit, IPR-strategi og kommercialisering. Samtidig eksponeres Opfinderrådgivningens rådgivningstilbud for målgruppen. Indgangen færdiggøres i kontraktens år 1 og tilrettes, videreudvikles og opdateres i kontraktens år 2-4.

Aktivitet 6: Målgruppeopsøgende aktiviteter gennem uddannelsesområdet, lokalt baserede erhvervsfremmeaktører og andre informationssøgende grupper.

Opfinderrådgivningens tilgang til opfinderi, markedsfit, IPR-strategi og kommercialisering eksponeres for studerende fra videregående uddannelser og andre informationssøgende grupper som for eksempel deltagere på iværksætterforløb.²

Desuden udvikles samarbejder med lokalt baserede erhvervsfremmeaktører med henblik på udbredelse af kendskab til Opfinderrådgivningen og med henblik på at nå målgrupper, der bedst nås gennem personbårne henvisninger. Der afholdes events for disse målgrupper med opfinderrelevante temaer, som kan være problemudforskning, opfinderi, produktudvikling, markedsfit, IPR-strategi og kommercialisering samt 1-1 rådgivning for opfindere om konkrete opfindelser.

- Delmål 6.1: Der samarbejdes med minimum 10 videregående uddannelsesinstitutioner. Herunder indgås særligt formaliserede samarbejder med minimum 5 videregående uddannelsesinstitutioner med det formål sammen at udvikle Opfinderrådgivningens tilbud til studerende.³
- Delmål 6.1a: Der afholdes eller deltages i minimum 5 virtuelle eller fysiske events pr. år med uddannelsesinstitutioner og andre grupper med henblik på, at der i kontraktperioden nås bredt ud i uddannelsessystemet.
- Delmål 6.2: Der samarbejdes med minimum 10 erhvervsfremmeaktører. Herunder udvikles særligt formaliserede samarbejder med minimum 5 erhvervsfremmeaktører med det formål sammen at udvikle Opfinderrådgivningens tilbud via erhvervsfremmeaktørernes indgang til målgruppen.⁴
- Delmål 6.2a: Der afholdes eller deltages i minimum 5 virtuelle eller fysiske events pr. år hos lokalt baserede erhvervsfremmeaktører med henblik på, at der i kontraktperioden geografisk nås bredt ud i hele Danmark.
- Delmål 6.3: Minimum 2.000 personer fra informationssøgende grupper eksponeres årligt for Opfinderrådgivningens tilgang til opfinderi og kommercialisering gennem digitale og fysiske events, 1-1 vejledninger, foredrag, dommergerninger, undervisningsmaterialer og særlige interaktive indgange til hjemmesidens digitale rådgivningsunivers. Særligt perspektivrige opfindelser, der mødes i disse sammenhænge, guides ind i indledende og udvidet rådgivning.

Aktivitet 7: Målgruppeopsøgende aktivitet: Kommunikationsaktiviteter og videnspredning.

Der skabes landsdækkende synlighed og sikres kendskab til Opfinderrådgivningen hos målgruppen ved, at der leveres relevant indhold om Opfinderrådgivningens metoder og resultater til radio, tv, dagblade, tidsskrifter og via sociale medier.⁵

- Delmål 7.1: Minimum 5 omtaler og indslag i TV, radio, dagblade og tidsskrifter opnås pr. år.
- Delmål 7.1a: Minimum 100.000 borgere årligt eksponeres for Opfinderrådgivningen via disse indslag i TV, radio, dagblade og tidsskrifter.
- Delmål 7.2: Minimum 30 historier om Opfinderrådgivningens metoder og resultater opslås pr. år i sociale medier.

2) Indsatsens relevans og potentiale

Licensering af opfindelser til etablerede virksomheder er en vej til markedet for borgeres opfindelser, og hjælp til denne forretningsmodel er en lille men vigtig del af det danske innovationsfremmesystem. Derfor ser Opfinderrådgivningen på Teknologisk Institut det som en væsentlig opgave at fremme og udnytte de ellers uforløste potentialer, som de gode ideer rummer, til gavn for opfindere, virksomheder, vækst og entreprenørskab generelt i samfundet.

Opfinderrådgivningen arbejder med fokus på, at rådgivningens aktiviteter og tilbud er moderne, opdaterede og i udvikling i samspil med målgruppen og den omgivende verden. Denne udvikling underbygges af samme brugernære og undersøgende tilgang, som vi opfordrer opfindere til at have til markedet, når der designes nye produkter. Tilgangen er blandt andet faciliteret af løbende undersøgelse af oplevelse og tilfredshed med rådgivningen samt feedback på succeser og fejltagelser.

² Se i bilag udkast til udkast til handlingsplan for fremme af opfinderi og licensering som kommercialiseringsmulighed blandt studerende og undervisere.

³ Tre samarbejdsaftaler med uddannelsesinstitutioner er vedlagt i bilag.

⁴ Tre samarbejdsaftaler med erhvervsfremmeaktører er vedlagt i bilag.

⁵ Se i bilag udkast til handlingsplan for formidling af viden og resultater.

1,5-2 % af de ideer, som danske opfindere udvikler, har et kommercielt potentiale. Det kræver et godt meto- disk, teknologisk og markeds-mæssigt kendskab, samt et bredt netværk at understøtte udvælgelse, fokusering og modning af de gode ideer. Teknologisk Instituts mangeårige drift af opgaven har skabt effektiv håndtering af modning, rettighedsbeskyttelse og kontraktindgåelse, som giver et godt samspil med de virksomheder, der kan skabe det kommercielle fundament for opfindelserne.

Opfinderrådgivningen er i de forudgående år lykkedes med 10-15 succesfulde kommercialiseringer pr. år. Eksempelvis blev 15 succesfulde kommercialiseringer af opfindelser gennemført i 2019 på baggrund af ca. 1.000 indledende rådgivninger med en brugertilfredshed på over 85 %.

En evaluering af Opfinderrådgivningen fra 2015⁶ viser, at kommercialisering af ideer ved licenssalg til ek- sisterende virksomheder er en værdiskabende forretningsmodel. Derudover viste en analyse i 2017 af Opfin- derrådgivningens effekt i perioden 2007-2016, at 20 udvalgte opfindelser (udvalgt blandt 281 licensaftaler indgået i forudgående år⁷) førte til en samlet omsætning på 33 mia. kr. eller mere end 400 gange Opfinder- rådgivningens driftsomkostninger i perioden. De positive samfundsmæssige effekter (jobskabelse, omsæt- ning, eksport, virksomhedsbeskatning, personskat, mv.) er betragtelige, og fremme af danske borgeres ideer er således en omkostningseffektiv og lønsom måde at skabe vækst i samfundet.

I flere nylige rapporter om dansk erhvervsfremme⁸ fremhæves efterspørgslen på ny innovation til særligt små og mellemstore virksomheder. Rapporterne slår fast, at nye ideer og opfindelser er en vigtig kilde til nye for- retningmuligheder. Samtidig foreslår rapporterne, at et observeret fald i forsknings- og udviklingsaktiviteter hos danske virksomheder skal kompenseres for med ordninger, puljer og rammebetingelser for ny innovation og opfindelser.

Målgruppen af private opfindere kan være håndværksmestre, sundhedspersonale, studerende, hobbyfolk og alle andre danske borgere og forbrugere, der er i stand til at få en ekstraordinært god ide, men som ikke selv vil eller kan stifte virksomhed. Det er borgernes undren, kreativitet og indgående kendskab til hverdagens praktik og problematikker, som er kilde til de nye ideer fra et brugerperspektiv. Ét er at få ideer, noget andet er at bearbejde og modne dem, så ideerne kan stå deres endelige prøve ude i virkeligheden. Det kræver en række metodiske og kommercielle kompetencer, som opfinderne ofte ikke selv besidder.

Derfor bør der fortsat være et initiativ, der

- målrettet sætter fokus på iværksætterier uden etablering af egen virksomhed.
- tilbyder rådgivning til private opfindere, og som bidrager til modning og kommercialisering af de bedste ideer og opfindelser.
- sikrer, at private opfindere opnår den rigtige beskyttelse af deres ideer med patent, designregistrering, hemmeligt knowhow etc. for derigennem at sikre den langsigtede værdi.
- sikrer indgåelse af licensaftaler, der skaber attraktivt samarbejde med eksisterende virksomheder til gavn for opfindere, erhvervsliv og samfund.

Med Opfinderrådgivningens tilgang til kommercialisering eksponeres virksomheder for brugernær innova- tion, som de ikke selv kommer på. For eksempel adresseres ofte problematikker omkring arbejdsgange i sær- lige arbejdssituationer, hvor detaljekendskab, som kun brugere besidder, bringes frem. Borgeres interesser afspejler ofte generelle tendenser i samfundet, der omtales i medier. Det kan fx være klimatilpasning, ver- densmål, højresvingsulykker og alt andet, der aktualiseres gennem tv, radio og aviser og som afføder, at bor- geres ideer og løsninger ofte modsvarer aktuelle behov.

Tal fra Opfinderrådgivningen viser, at:

- mere end 50 % af de licensaftaler, som indgås, er med små og mellemstore virksomheder uden tidligere erfaring med licensering, hvoraf mange også er uden egne udviklingsaktiviteter.

⁶ http://bedreinnovation.dk/sites/default/files/publication/evaluation_of_the_inventor_advisory_service.pdf

⁷ <https://opfind.nu/case/danske-opfindere-skaber-milliardomsaetning/>

⁸ Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses strategi: Erhvervsfremme i Danmark 2020-2023, Danmarks Forsknings- og Innovati- onspolitiske Råds publikation: Innovationsmodne virksomheder – en ny målgruppe for innovationsfremmeindsatsen 2019 og Uddannelses- og forskningspolitisk redegørelse 2018

- licensering sker til alle brancher, og en overvejende del af de indgåede aftaler er i brancher, hvor licensering i forvejen ikke er en udbredt forretningsmodel.

Udsagn og tilkendegivelser fra virksomheder, opfindere, erhvervsfremmeaktører og private rådgivere på Bedre Innovation fortæller om Opfinderrådgivningens rolle og relevans⁹:

Virksomheder:

Flemming Eriksen (Director of Research & Innovation, Liftup A/S):

"Jeg er forsknings & innovationsdirektør hos Liftup A/S, hvor vi igennem en årrække har samarbejdet med Opfinderrådgivningen omkring nye innovative produkter. Særligt bør nævnes vores Raizer løftestol, som Liftup blev opmærksom på via Opfinderrådgivningen. Raizer bliver i dag solgt over det meste af verden og har givet Liftup enorm branding-værdi. Vi har set lyset i, at "rigtig" innovation starter ved brugerne og ikke ved ingeniørerne".

Jens Keinicke Hansen (Produktchef, Jørgen Kruuse A/S):

"KRUUSE har i mere end 25 år samarbejdet med Opfinderkontoret, der gennem årene har hjulpet med at knytte kontakt til adskillige private opfindere rundt omkring i Danmark. Det har ikke kun været med til at hjælpe de private opfindere til at realisere deres gode idéer, men det har samtidig også hjulpet KRUUSE til at introducere nye innovative produkter i hele verden".

Opfindere:

Magnús Obinah, Læge, PhD, opfinder:

"Jeg oplevede fra første dag, at DTIs medarbejdere havde et stærkt personligt engagement og besad en enorm viden, der dækker hele innovationsprocessen, og derfor var de helt rette til at hjælpe opfindere som mig - der besidder et fuldtidsarbejde og derfor ikke kan stå for opstart af egen virksomhed".

Jimmy Elkjær, autoelektriker, opfinder:

"Opfinderrådgivningen har hjulpet mig igennem et længere forløb med alt fra gode råd om patentering til deltagelse i møder med eventuelle licenstagere. En utrolig god hjælp, der har gjort, at min opfindelse, der kan rense fastsiddende turboer på dieslbiler, nu bliver solgt i Danmark via en samarbejdspartner".

Erhvervsfremmeaktører og uddannelsesinstitutioner:

Michael Hamann, direktør, Sønderborg Vækstråd:

"Vi har gennem flere år haft et fantastisk givende samarbejde med Opfinderrådgivningen. Vi bruger løbende råd og vejledning fra Opfinderrådgivningen og henviser ofte opfindere til denne rådgivning. Over årene har flere opfindere fået uvurderlig hjælp til at lande gode licensaftaler med virksomheder der har bragt deres ideer succesfuldt på markedet".

Lars Jørgensen, erhvervskonsulent, Ringkøbing-Skjern Erhvervsråd:

"Dialogen er altid målrettet, konstruktiv og løsningsorienteret til gavn for opfinderne. Vores kendskab til Opfinderrådgivningen har også givet anledning til, at vi sammen med dem og andre interessenter har planer om at afholde temaarrangement lokalt i vores kommune med fokus på sparring, gode ideer og opfindelser".

Jesper Falck Legaard, ansvarlig for industrielt design på DSKD, Designskolen Kolding:

"På Designskolen har vi flere gange brugt Opfinderrådgivningen til at hjælpe studerende (og virksomheder) til at få lavet gode aftaler, når projekter har resulteret i fælles produkter, der skal kommerialiseres".

Private rådgivere:

Niels Uth, patentrådgiver og direktør i Tropa ApS:

"Jeg har som patentrådgiver og daglig leder i rådgivningsvirksomheden Tropa gennem en årrække set resultatet af den rådgivning Opfinderrådgivningen har bidraget med. Jeg har således oplevet og fulgt en række opfindere, som har fået kyndig vejledning".

Robert Jønsson, advokat, Synch advokater:

⁹ <https://bedreinnovation.dk/fremme-af-kommerialisering-af-private-opfindelser-opfinderr%C3%A5dgivningen>

”Som praktiserende advokat oplever jeg et meget konstruktivt og professionelt samarbejde med Opfinderrådgivningen, der er præget af kompetente og engagerede medarbejdere”.

Følgegruppe:

Opfinderrådgivningen vil i den kommende periode tilknytte en følgegruppe af personer, der med relevante tilgange til forståelse af programmets formål, vil følge aktiviteterens relevans.

Følgegruppen, der vil være dynamisk med mulighed for indskiftning undervejs, vil udgøres af repræsentanter for:

- Erhvervsfremmeaktører (en forhåndsinteressetilkendegivelse er givet fra DEF (Dansk Erhvervsfremme)).
- Uddannelsesinstitutioner. Fx DTU eller Københavns Universitet.
- Almen dannelse i entreprenørskab (en forhåndsinteressetilkendegivelse er givet fra Teknisk Museum, der aktuelt opdyrker dette tema).
- Opfinderrelevante fonde (en forhåndsinteressetilkendegivelse er givet fra Otto Bruuns Fond).
- Virksomheder (fx repræsenteret ved SMV-Danmark).
- Inkubatormiljøer (en forhåndsinteressetilkendegivelse er givet fra Green Tech Center i Vejle).

Der planlægges aktiviteter, virtuelt eller fysisk for gruppen ved programmets opstart og herefter årligt med diskussion af programmets aktiviteter og relevante udviklingspunkter som for eksempel målgruppetilgang, virksomhedsrelationer og cases.

3) Markedssvigt og konkurrencesituation

Private borgeres ideer og opfindelser rummer et anseeligt potentiale for at skabe omsætning, vækst og job. Erfaring viser dog, at borgere, der er i stand til at få gode ideer, ofte ikke selv er i stand til at realisere det kommercielle potentiale af ideerne. Faldgruberne er mange, men de oftest forekommende er:

- Borgeren er usikker på den kommercielle vej og får aldrig taget det første skridt mod commercialisering.
- Der påbegyndes en dyr patenteringsproces, men patenteringen ender med at blive opgivet eller at blive begrænset til fx kun Danmark, fordi der ikke er etableret indtægtsgivende aktiviteter, inden den omkostningstunge proces med international videreførelse af patenter begynder.
- Opfinder sætter gang i produktion, men har ikke etableret nogen salgskanaler og brænder inde med produktet.
- Opfinder er usikker på værdien af sine rettigheder og indgår derfor ikke endeligt eventuelle aftaler med virksomheder.

Når der ikke findes private aktører til en ellers lukrativ forretning, skyldes det formentlig forretningsmodellen, som er karakteriseret af stort potentiale, men meget stor risiko for fejlinvestering af ressourcer og tid og en lille succesrate set ud fra den enkelte sag. I Opfinderrådgivningen ser vi, at vi ud af ca. 1.000 sager årligt indgår endelige aftaler i 10-15 sager, hvoraf de fleste tjener mindre, og en lille del tjener meget: I effektanalysen fra 2017 så vi, at ud af 20 sager undersøgt over 10 år var der 3 sager med en omsætning i milliardklassen, 3 sager i 100-millionklassen, 10 i millionklassen og 4 i hundredetusindekronersklassen.

Andre aktører på det private marked for private opfindere er blandt andet patentagenter, advokater og revisorer. Disse aktører benyttes også af Opfinderrådgivningens brugere og ofte i samarbejde med Opfinderrådgivningen. Men brugen af dem er punktvis i de ellers længere forløb og iværksættes i reglen først, når den kommercielle vej er fundet, og der er sikkerhed for, at relationen er lønsom både for borgeren og rådgiveren.

Således er både Opfinderrådgivningens målgruppe og ydelsespalette unik. Hverken innovations- og erhvervsfremmesystemet eller det private rådgivermarked tilbyder ydelser, der bredt understøtter og fremmer borgerideers udvikling og commercialisering.

4) Vidensspredning og inddragelse i indsatsområdet

Opfinderrådgivningens væsentligste vidensspredningsopgave er formidling af programmets eksistens, og den hjælp der kan ydes borgere, der har en opfindelse eller en god ide med et kommercielt sigte.

Der ligger en særskilt opgave i at holde befolkningen opmærksomme på et program, som kun en lille andel borgere skal bruge måske kun én eller få gange i deres liv. Det er ikke desto mindre afgørende, at folk kender og finder Opfinderrådgivningen på det rette tidspunkt, og der afsættes derfor ressourcer til vidensspredning af forskellig karakter under overskriften målgruppeopsøgende aktiviteter.

Der arbejdes med en ressourceoptimeret målgruppeopsøgning via strategisk brug af samarbejdsrelationer, med henblik på at 90 % af den samlede bevilling anvendes til rådgivningen af opfindere.

De målgruppeopsøgende aktiviteter er opdelt i:

- Kommunikation af viden, aktiviteter og resultater via den etablerede presse.
- Markedsføring af aktiviteter og events via samarbejdspartnere fx Fonden for Entreprenørskab og Patent- og Varemærkestyrelsen.
- Opsøgende aktiviteter hos uddannelsesinstitutioner, hvor projektundervisning, forskning og andre studieaktiviteter kan føre til, at de studerende opfinder nye gode produkter.
- Samarbejde med lokalt baserede erhvervsfremmeaktører, som opfindere i første omgang kan opsøge, når de søger hjælp til realiseringen af en god ide, fx kommunale iværksætterservices og erhvervsråd.
- Samarbejde med regionale erhvervshuse via den nye GTS repræsentation med henblik på dels udbredelse af viden om den hjælp der tilbydes opfindere, og dels opsøgning af regionalt lokaliserede virksomheder som licenstagende parter til de nye opfindelser og produktmuligheder.
- Kommunikation via sociale medier.
- SEO (Search Engine Optimisation) som sikrer, at borgere bliver eksponeret for Opfinderrådgivningens hjemmeside, når der søges på opfinderrelevante ord i google og andre søgebrowsere.
- Hjemmesidens tilbud af relevant materiale og interaktive tilbud, der gør den kendt og benyttet af den relevante målgruppe.

Et andet væsentligt element i rådgivningen er at kende og henvise målgruppen til den viden og kompetence, som er relevant i arbejdet mod at bringe en ide/opfindelse videre, herunder andre offentlige programmer, ydelser fra private aktører, ekspertise fra GTS-institutter, universiteter og myndigheder for standarder og godkendelse. Opfinderrådgivningen har derfor opbygget kendskab og relationer til et bredt udsnit af både offentlige og private aktører i det danske erhvervsfremme- og innovationsfremmesystem, hvortil der ofte kan etableres en direkte personlig kontakt for opfindere:

- Virksomheder på tværs af brancher og sektorer med interesse for nye ideer og produkter.
- Regionale erhvervsfremmeaktører, som møder opfindere, iværksættere og virksomheder lokalt.
- Videregående uddannelsesinstitutioner.
- Andre aktører i det danske innovations- og erhvervsfremmelandskab (fx Ingeniørforeningen Danmark og andre fagforeninger)
- Private rådgivere.

Med følgende udvalgte aktører findes et særligt formaliseret samarbejde, hvor der sammen med målgruppeopsøgende aktiviteter samarbejdes om udvikling af den service og hjælp, som Opfinderrådgivningen tilbyder sammen med aktøren:

- Fonden for Entreprenørskab.
- Patent- og Varemærkestyrelsen.
- Københavns Universitet (KU Science Hub).
- DTU.
- Designskolen Kolding.
- SIMAC – Svendborg International Maritime Academy.
- Udvikling Assens.
- Erhvervsservice Sønderborg.
- Dansk Erhvervsfremme (DEF).

Listen udvides med flere lokalt baserede erhvervsfremmeaktører og uddannelsesinstitutioner.

5) Nyhedsværdi og ambitionsniveau

Teknologisk Institut har mere end 45 års erfaring som operatør af Opfinderrådgivningen og har i den periode skabt et omkostningseffektivt og resultatskabende program karakteriseret ved troværdighed, uvildighed og professionalisme, som har bevist en høj effekt og return on investment for samfundet.

Opfinderrådgivningens kompetenceudviklende tilgang til rådgivning er udtryk for en stærk ambition om at gøre flere borgere i Danmark i stand til at arbejde målrettet, praktisk og åbent med deres ideer med kommercialisering for øje, og at der opnås kommercielle resultater.

Teknologisk Instituts erfaring med rådgivning og kommercialisering af private opfindelser sikrer, at Opfinderrådgivningen kan tilbyde relevant, indledende rådgivning i øjenhøjde til en stor og bred målgruppe med meget forskellige kompetencer samt levere højt specialiseret udvidet rådgivning til opfindersager med kommercielt potentiale.

Opfinderrådgivningen udfylder derfor en væsentlig plads i et samlet innovationssystem ved at:

- Leverer rådgivning rettet specifikt mod private borgere med gode ideer og realisere det kommercielle potentiale heraf.
- Rådgive specifikt om licensering og herunder indgå uvildigt i forhandlingsforløb og aftaleindgåelse.
- Bygge bro til viden, kompetence og netværk for private borgere.

I den kommende periode vil der være et nyt fokus på grupper af borgere, der er vant til at kunne søge og anvende information fra internettet selvhjulpent. Her vil Opfinderrådgivningen placere sig som det troværdige sted på nettet, hvorfra viden brugervenligt og sikkert kan hentes og anvendes, når det gælder udvikling af nye produkter og opfindelser. Et andet tilsvarende fokus vil i den kommende periode være på en del af målgruppen, som omvendt ikke i særligt høj grad søger og finder information digitalt, men som bedst nås via det personlige møde og personlige henvisninger til rådgivningen fra samarbejdspartnere.

Effekten på omsætning og jobskabelse af Opfinderrådgivningens samlede aktiviteter forventes at blive betydelig, og det planlægges, at der i starten af 2023 gennemføres en effektanalyse, der afdækker omsætningen skabt på baggrund af kommercialiseringer gennemført med hjælp fra Opfinderrådgivningen i den forudgående periode på fx ti år.

6) Indsatsområdets kobling til videns- og innovationssystemet

Opfinderrådgivningens forankring i dansk innovationsfremme underbygges af stærke samarbejdsrelationer til aktører i hele værdikæden i det danske innovations- og erhvervsfremmesystem. Heriblandt:

- virksomheder på tværs af brancher og sektorer med interesse for opfindelser og produktinnovation.
- erhvervshuse, kommunale iværksætterservices og erhvervsråd, hvorfra der gensidigt henvises og i nogle tilfælde samarbejdes konkret om kommercialiseringscases.
- Patent- og Varemærkestyrelsen, hvor der gensidigt henvises og samarbejdes om formidling.
- inkubatormiljøer, hvor der gensidigt henvises og samarbejdes om formidling af viden om kommercialiseringsstrategier og licensering.
- private rådgivere, som henvises til i forbindelse med for eksempel patentering og kontraktgennemgang.
- universiteter og andre videregående uddannelsesinstitutioner, som henviser studerende og andre til Opfinderrådgivningen, og hvor der bidrages med censor- og dommergerninger og anden sparring til studerende.
- Fonden for Entreprenørskab, som henviser studerende til Opfinderrådgivningen og som støttes med fx dommergerninger og anden sparring og formidling til studerende om opfinderi og kommercialisering.
- Teknologisk Institut og det øvrige GTS-netværk, der kan bidrage med viden om teknik, materialer, standarder og godkendelser samt branchekendskab og netværk i forbindelse med søgning af virksomhedspartnere.
- Otto Bruuns Fond, der støtter opfindere med kapital primært til udvikling af prototyper.

Opfinderrådgivningen indleder nye samarbejder:

- Teknologisk Institut har i 2020 indgået et formelt samarbejde med DEF (Dansk Erhvervsfremme) med henblik på at opnå en kanal til lokalt baserede erhvervsfremmeaktører og derigennem nå tættere på borgere med gode ideer lokalt.
- Opfinderrådgivningen har i forlængelse af et mangeårigt samarbejde med uddannelsesinstitutioner og Fonden for Entreprenørskab valgt yderligere at fokusere aktiviteterne i retning mod udelukkende at understøtte projekter, der ønsker at realisere kommercielle potentialer. Fokuseringen er motiveret af en generel positiv tendens i uddannelsesinstitutionernes og Fonden for Entreprenørskabs generelle understøttelse af innovations- og entreprenørskabsundervisning.
- Creative Denmark, der er et nyt initiativ finansieret af blandt andet Erhvervsministeriet og Udenrigsministeriet, og som skal fremme entreprenant kreativitet blandt danskere.
- I forlængelse af det allerede eksisterende samarbejde med Patent- og Varemærkestyrelsen, etableres et stærkere samarbejde hvor private borgere, der søger rettighedsbeskyttelse, systematisk henvises til rådgivning hos Opfinderrådgivningen. Desuden samarbejdes om gensidig deltagelse ved arrangementer og krydsmarkedsføring af formidlingsaktiviteter.

Medlemskaber:

- Opfinderrådgivningen er medlem af Licensing Executives Society¹⁰ (LES), som er med til at sikre, at Opfinderrådgivningen har adgang til den nyeste viden, love og bestemmelser om licensering.

7) Sammenhæng med instituttets strategi og afsæt i instituttets ressourcer

Opfinderrådgivningen har en vigtig plads i Teknologisk Instituts ambition om almennyttigt at bidrage til en samfundsmæssig infrastruktur, som understøtter, at gode ideer, teknologiudvikling og innovation bidrager til vækst, job- og konkurrenceevne i danske virksomheder.

Der drages nytte af Instituttets meget store kompetencepulje fordelt på 40 teknologiske ekspertisecentre og deres virksomhedsnetværk samt Instituttets relationer til andre GTS-institutter.

Opfinderrådgivningen er lokaliseret sammen med Teknologisk Instituts fondsfinansierede prototypeværksted, og der er bevidst valgt et medarbejdermæssigt overlap mellem de to programmer for at sikre samme kommercielle fokus og synergi i aktiviteterne. I værkstedet har borgere, der er i rådgivning i Opfinderrådgivningen, adgang til digitale produktionsteknologier: blandt andet CNC-fræsning, laserskæring, vakuumformning og en række typer af 3d-print som understøtter udvikling af prototyper.

Ligeledes er Opfinderrådgivningen lokaliseret sammen med TI Inkubator, hvor nystartede teknologibaserede virksomheder har mulighed for at følge teknologidrevne udviklings- og acceleratorforløb.

Teknologisk Instituts varetægelse af Opfinderrådgivningen bygger således på en solid tradition for samfundsmæssigt ansvar og et stærkt fokus på innovation og entreprenørskab.

8) Konkrete aktiviteter

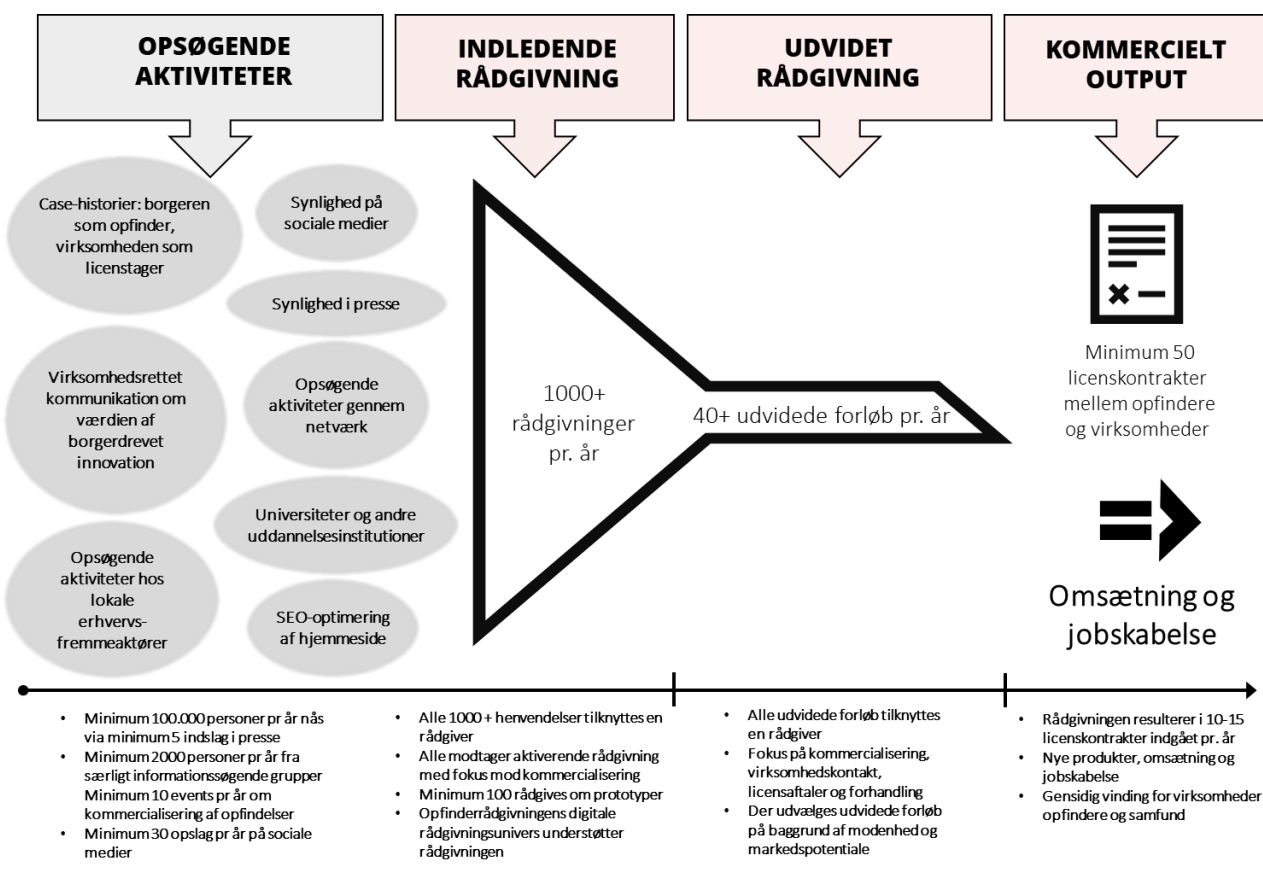
Indledningsvis i kontraktperiodens år 1 vil der sideløbende med rådgivningen pågå en færdiggørelse og konsolidering af Opfinderrådgivningens digitale univers med fokus på digitale ruter og nye digitale indgange for informationssøgende grupper. Ligesådan iværksættes indledningsvis i kontraktperioden samarbejder, som understøtter opsøgende aktiviteter mod opfindere, der bedst nås gennem personlig kontakt og henvisninger via samarbejdspartnere.

¹⁰ www.lesi.org

Opfinderrådgivningens samlede aktiviteter kan beskrives med et workflow, der påbegyndes med målgruppe-søgende aktiviteter, som fører til henvendelser fra opfindere for indledende og udvidet rådgivning, der videreføres til virksomhedsrelationer og kontraktindgåelser om kommerciel udnyttelse af opfindelserne.

Alle henvendelser dirigeres ind via hjemmesidens digitale indgang, hvor borgeren bliver bedt om at sende en beskrivelse af, hvad der er opfundet, før rådgivningen igangsættes. Herved sikres grundlag for en ensartet høj kvalitet i rådgivningen, der altid påbegyndes inden for få arbejdsdage. Når opfindelsen er klar til præsentation for potentielle samarbejdspartnere og virksomheder, indledes en dialog med opfinderen, om hvordan den bedst præsenteres. Hvis opfindelsen ikke er klar, indledes en dialog med opfinderen om, hvad der skal til for, at den kan nå det tilstrækkelige niveau.

Denne klargøring af opfindelsen kan efter opfindelsens beskaffenhed og færdighedsniveau tage mange forskellige veje. Dialogen med opfinderen herom understøttes af Opfinderrådgivningens digitale univers, herunder særligt hjemmesidens praksisanvisende wikipedia, videotutorials, chatbot og andre redskaber. Rådgivningen tilstræbes altid at pege mod virksomhedskontakter, facilitering af forhandlinger og endelig indgåelse af kommercielle aftaler. Aktiviteterne kan samlet overskueliggøres med følgende figur:



9) Finansiering

RK-finansiering af indsatsområdet:

34.000 tkr.