



Om Coloplast

Coloplast udvikler produkter og serviceydelser, der gør livet lettere for mennesker med meget personlige og private lidelser. Ved at arbejde tæt sammen med brugerne af produkterne skaber Coloplast løsninger, der imødegår brugernes særlige behov. Coloplasts forretning omfatter stomi, urologi og kontinens, og hud- og sårplejeprodukter. Coloplast er et globalt selskab med mere end 7500 ansatte.

Coloplast: Tænk stort og vær modig

En ide om dagen modtager Coloplast i gennemsnit fra håbefulde opfindere. Men i gennemsnit fører kun en ide om året til et egentlig samarbejde. Coloplasts patentchef giver her opskriften på, hvordan man slipper gennem nåleøjet.

Selvom Coloplast i snit bliver kontaktet en gang dagligt af en opfinder med en god ide, fører i gennemsnit kun en enkelt ide om året til et samarbejde. Og derfra tager det flere år og adskillige millioner kroner at få produktet på markedet.

Umiddelbart lyder det som hårde odds for opfindere, men det er muligt at komme forbi den såkaldte technology scout, som Coloplast har ansat til at screene de mange henvendelser, før de kommer videre i systemet. Man skal bare tænke stort og være modig:

”Mange opfindere henvender sig med forslag til små forbedringer af allerede eksisterende produkter. Men vores filosofi er at tænke *bigger, bolder, better*. Gør man det, og kommer man til os med en ide, der stemmer overens med den retning, vi ønsker at bevæge os hen, tager vi meget gerne et indledende møde,” siger patentchef i Coloplast, Peter Laudrup.

Afstem forventningerne

Dernæst skal man som opfinder forberede sig grundigt på mødet med virksomheden. Hvad er fordelene og ulemperne ved den teknologi, man har udviklet? Og hvad er ens ide værd?

Coloplast møder mange opfindere, der har en urealistisk forestilling om, at man som opfinder til et produkt får over halvdelen af den samlede omsætning og at produktet kan være på markedet ugen efter, de har præsenteret deres ide.

”Der ligger et kæmpe udviklings- og produktionsarbejde i at gøre en god ide til et færdigt produkt, som markedet vil tage godt imod. Investerer vi millioner af kroner og adskillige udviklingstimer i et produkt, skal det naturligvis afspejles i den aftale, vi indgår. Men vi ønsker kun at indgå aftaler, hvor begge parter tilfredse kan forlade forhandlingsbordet,” siger Peter Laudrup.

Forhandlingerne løber over en række møder, hvor man først drøfter ideen og perspektiverne for teknologien. Dernæst drøfter man, hvordan selve aftalen skal udarbejdes.

Køber ofte rettighederne

Til tider sker det, at Coloplast hyrer opfinderen som ekstern konsulent på projektet, men ofte køber Coloplast samtlige rettigheder til ny teknologi tidligt i forløbet. Mange opfindere er nemlig slet ikke interesserede i den lange udviklingsproces, der følger og vil hellere tilbage til tegnebordet, hvor de kan udvikle nye opfindelser, fortæller Hanne Jensen, der som technology scout i Coloplast screener alle de ideer, virksomheden modtager fra håbefulde opfindere.

”Selv om opfinderen er fuld af gode ideer, kan det sagtens være, han ikke passer ind i den efterfølgende proces. Men vi forsøger altid at imødegå opfinderens ønsker. En opfinder, der kom til os med en rigtig god ide, var eksempelvis slet ikke interesseret i at blive betalt for sin opfindelse, eftersom han havde penge nok. I stedet ønskede han at få produktet navngivet efter sig selv. Så det gjorde vi naturligvis,” siger Hanne Jensen.

Sådan sælger du din ide til Coloplast

1. Alle henvendelser fra opfindere ryger ind til en technology scout, der screener samtlige ideer ud fra følgende tre parametre:
 - 1) Er det nyt?
 - 2) Er det af umiddelbar interesse for Coloplast
 - 3) Går ideen/teknologien i den retning, Coloplast ønsker?
Det er en fordel, hvis opfinderen allerede har søgt om patent på sin ide.
2. Hvis ideen opfylder de tre parametre, men endnu ikke er beskyttet, indgår Coloplast gerne en hemmeligholdelsesaftale med opfinderen.
3. På første møde gennemgår opfinderen og Coloplast den tekniske beskrivelse sammen, og man ser hinanden an.
4. Er ideen stadig interessant, afholder parterne endnu et møde, hvor de økonomiske aspekter bliver drøftet, og man planlægger det videre forløb.
5. De følgende møder bliver brugt på at forhandle en aftale på plads og til at afgøre, om der skal oprettes en samarbejdsrelation mellem parterne. Ofte ender Coloplast med at købe rettighederne, men der kan også oprettes en licensaftale.



Om IP-Handelsportal.dk

På IP-Handelsportal får du indblik i mulighederne ved handel med rettigheder. På portalen er der bl.a. standardkontrakter til handel, værktøj til værdiansættelse og cases med erfaringer fra andre virksomheder. IP-Handelsportal er udviklet af Patent- og Varemærkestyrelsen og er i vidt omfang tænkt som et forarbejde til mødet med din IP-rådgiver. Har du spørgsmål til brugen af IP-Handelsportal, er du altid velkommen til at kontakte kundecenteret på 4350 8301.