



TEKNOLOGISK
INSTITUT

Incitamentspakke

Hands on innovation

Incitamentspakken til virksomheder i byggebranchen er et værktøj målrettet ledere, der vil fremme udnyttelsen af medarbejderes ideer. Den er testet på fire udførende virksomheder og tilpasset netop den virkelighed, som opleves i byggebranchen.

Projektpartnere

Hands on innovation

Teknologisk Institut

Forsknings- og Innovationsstyrelsen

BAT-kartellet

Skive Tekniske Skole

Dansk Byggeri

KPMG

Indhold

[Forside](#)

[Udgangspunkt](#)

[Politik](#)

[Medarbejderideer](#)

[Virksomhedens valg](#)

[Byd medarbejderne op til dans](#)

[Håndtering af
medarbejderideer](#)

[Håndtering af ideer
lovgivningsmæssigt](#)

[Kommer ideerne når
incitamentene er der?](#)

[Belønning](#)

[Ideer som fortjener
belønning](#)



Incitamentspakken

På de følgende sider beskrives de erfaringer, anbefalinger og konklusioner, som er et resultat af projektet:

”Hands on Innovation – nye samspil om medarbejderreven innovation i byggeriet”.

Teknologisk Institut var projektkoordinator. Øvrige projektdeltagere var:

**Dansk Byggeri
BAT-kartellet
Skive Tekniske Skole
KPMG**

samt virksomhederne:

**Julius Nielsen og Søn A/S
Øens Murerfirma A/S
Ringsteds bygningsentreprise
Jakon A/S.**

Projektet blev finansieret af Åbne Midler Puljen under Forsknings- og Innovationsstyrelsen.

Hver side er inddelt i et kort ”fakta-afsnit”, som beskriver området samt en række spørgsmål, der kan give anledning til vigtig refleksion, og hvor svarene samlet set formidler virksomhedens ”Innovationsstrategi” vedrørende medarbejderideer.

Siderne indeholder også links til centrale aktører og supplerende viden. Sidste afsnit i pakken består af faktuelle oplysninger om ideer, idébeskyttelse samt love og regler.



Udgangspunkt for Incitamentspakken

Pakken indeholder en række faktaafsnit, som beskæftiger sig med vigtige innovationsparametre i virksomheden.

Grundsynspunktet er en tro på, at der opstår mange værdifulde ideer til nye produkter og løsninger, som resultat af medarbejdernes daglige arbejde med at løse helt konkrete problemer. Udgangspunktet er endvidere at virksomheden har besluttet sig for at udvikle denne side af virksomheden.

Forudsætningen er selvfølgelig, at man tror på, at medarbejdere under de rette omstændigheder med den rette motivation vil tage del i en udvikling af virksomheden.



En politik for medarbejderidéer

Enhver virksomhed bør have en politik for medarbejdernes ideer. Først og fremmest fordi ideerne er med til at stimulere udviklingen og dynamikken i virksomheden og skabe en innovativ virksomhedskultur. Understøttes arbejdet med ideer og opfindelser, trækker det en masse gode ideer frem i lyset, som medarbejderne ikke i første omgang ville have tænkt på som interessante. At håndtere medarbejderideer byder på en række udfordringer for virksomhedens ledelse:

- 1. Forretningsudvikling** - her kræver det genovervejelser i f.t. virksomhedens strategiske udviklingsretning, produktstrategier, forretningsmodel mv. at medarbejderne vurderes til at kunne bidrage konstruktivt med nye ideer.
- 2. Medarbejderperspektivet** – her skal der tages højde for medarbejdernes motivation og interesse for at bidrage med ideer til virksomhedens udvikling.
- 3. Procedurer for behandling og videreudvikling af ideer** – ledelsen skal tage stilling til, hvordan ideer registreres og håndteres, efterhånden som de kommer.

De tre punkter må ses i sammenhæng for at det bliver en samstemt udvikling. Der må udvikles en samlet politik for arbejdet med medarbejderideer i virksomheden der inddrager alle tre aspekter.

I Incitamentspakken rettes opmærksomheden primært på udfordring nr. to og tre. Vi forudsætter, at virksomheden har en tro på, at der opstår mange værdifulde ideer til nye produkter og løsninger, som resultat af medarbejdernes daglige arbejde med at løse helt konkrete problemer. Og at disse ideer kan udnyttes konstruktivt i virksomheden.



En politik for medarbejderidéer (Fortsat)

Spørgsmål til overvejelse og inspiration

Strategier og forretningsområder:

Hvilke forretningsområder skal udvikles?

- Er det nye forretningsområder og i givet fald hvilke?
- Er det udvikling inden for eksisterende områder, der prioriteres?
- Satser vi på spin-offs fra virksomheden – og hvilke?

Hvilke konsekvenser er der for vores eksisterende strategi?

- Er der konsekvenser for vores nuværende produkt/forretningsområde?
- Er der andre dele af strategien, der skal ændres og i givet fald hvilke?



Medarbejderidéer

en udfordring for medarbejderen

Medarbejdere i enhver organisation er en uvurderlig kilde til innovation i form af deres iderigdom, men oftest er ideerne særdeles vanskelige at omsætte til brugbare løsninger.

Der kan overordnet skelnes mellem to typer af medarbejderideer:

Den ene type spænder fra opfindelser og produkter såsom nyt værktøj, nye byggematerialer, forbedringer af eksisterende produkter og nye løsninger der udvikles på byggepladsen – altså ideer af teknisk karakter.

Den anden type vedrører arbejdsprocesser, forretningsgange, samarbejde og behov – ideer der er mindre håndgribelige.

Det kan for eksempel være ideer til forbedrede arbejdsprocesser og rutiner, og nye måder at organisere arbejdet på. Nogle af disse ideer kan umiddelbart skabe omsætning gennem forøget produktivitet og effektivitet.

Umiddelbart er det lettest at håndtere medarbejderideer af mere teknisk karakter – både for ledelse og medarbejderne selv.

Som medarbejder i en specialiseret funktion – for eksempel håndværker på en byggeplads -, er der mulighed for lejlighedsvis at generere endda mange nye mere eller mindre originale ideer og måske også produkter i forbindelse med løsningen af dagligdagsopgaver.

Men vejen til at se sin løsning som en opfindelse der kan bruges i andre sammenhænge, af andre (ide-erkendelse), og måske som et produkt der kan produceres af en anden virksomhed, er lang. Og der vil sandsynligvis være behov for supplerende kompetencer og viden undervejs.

At medarbejderen støttes i arbejdet med ideen er således en helt afgørende faktor for at de latente muligheder og løsninger, som udvikles i arbejdssituationen, omsættes til brugbare løsninger.



Medarbejderidéer

(Fortsat)

Virksomheden bør overveje hvor mange ressourcer den vil bruge til at støtte medarbejderen i arbejdet med at føre ideerne fra de opstår til de er realiserede som løsninger – og hvor stor en del af dette arbejde der skal ligge på medarbejdernes skuldre.

Herunder er spørgsmålet om incitament for medarbejderne også relevant. Hvad skal der til, for at medarbejderen vil bruge de ekstra ressourcer på at udvikle sin ide?

Spørgsmål til overvejelse og inspiration

Opbakning og medarbejderinddragelse:

Hvad gør virksomheden for at sikre opbakning og forståelse?

- Har alle medarbejdere samme synspunkt i f.t. ideers slutmål?
- Er "mellemliderniveauet" tilstrækkeligt inddraget i arbejdet?
- Skal der gennemføres særlige satsninger/kampagner?



Virksomhedsinvolvering

hvordan håndterer vi medarbejderideer?

Grundlæggende kan virksomheden vælge:

1. aldrig at overtage medarbejder-opfindelser
2. overtage medarbejderopfindelser i nogle tilfælde
3. generelt understøtte udviklingen og realiseringen af medarbejderideer.

Den første politik er i sagens natur den mindst ressourcekrævende for virksomheden i og med man lader medarbejderne beholde ideerne.

Det kan i praksis ske ved at give dem en friholdelseserklæring, hvorved virksomheden afstår fra retten til opfindelsen. Fordelen ved denne politik er, at virksomheden ikke bruger tid og ressourcer på aktiviteter som måske ikke direkte relaterer sig til virksomhedens produktion eller primære forretningsområde. Opfinderen/ medarbejderen kan henvises til at søge hjælp og sparring hos opfinderrådgivningen på Teknologisk Institut.

Den anden politik betyder, at virksomheden forholder sig aktivt til anmeldte opfindelser og overtager lovende opfindelser eventuelt med kommercialisering for øje.

Kommercialiseringen kan foregå gennem virksomhedens egen udvikling og implementering af løsninger i virksomheden, eventuelt som element i virksomhedens egen produktportefølje. Det kan også foregå gennem etablering af en ny virksomhed (spin-off) eller gennem licensformidling.

Licensformidling betyder her, at rettighederne til opfindelsen sælges til en anden virksomhed, som mod at betale en andel af omsætningen (royalties)



Virksomhedsinvolvering (Fortsat)

tilbage til den virksomhed, der sælger dem ideen, udvikler og sælger produkter baseret på opfindelsen.

Udnyttelse af bygningsmedarbejderes ideer/opfindelser vil ofte ske i andre virksomheder, som udvikler og sælger værktøjer, nye byggematerialer mv.

Vælger virksomheden at gå efter at realisere en opfindelse selv, skal den gøre sig klart at virksomheden kun i sjældne tilfælde vil kunne tjene investeringen i patentomkostninger, advokatomkostninger og bistand til at sælge opfindelsen hjem igen. Erfaringer fra blandt andet opfinderrådgivning på Teknologisk Institut og salg af opfindelser fra universiteter viser, at det er ganske få opfindelser, som genererer større indtægter af betydning. Virksomhedens motiv for selv at arbejde med medarbejderopfindelser skal derfor nok primært søges i de følgeefferter der er i form af andre nye ideer, forøget medarbejder engagement i virksomhedens udvikling og generel åbenhed over for at gøre tingene på nye måder. Det kan for eksempel være i form af nye ideer til at forbedre arbejdsrutiner og processer som umiddelbart kan implementeres i virksomheden.

Virksomheden træffer nogle afgørende valg i valget af hvilken politik den vil have i forhold til medarbejderideer. Valg der under alle omstændigheder vil få indflydelse på virksomheden og det merarbejde der ligger i at håndtere ideerne.



Virksomhedsinvolvering

(Fortsat)

Spørgsmål til overvejelse og inspiration

- Hvorfor er det en god ide for os at inddrage medarbejderne i ideudviklingen?
- Hvilke kriterier er gældende for, at vi vil overtage medarbejdernes ideer?
- Hvordan ser vi samarbejdet med andre virksomheder om udvikling af vores ideer?
- Hvad er egentlig forventningen til udbyttet af en nyttiggørelse af ideerne?



Byd medarbejderne op til dans

For at medarbejderne konkret kan bidrage med ideer som ligger indenfor de overordnede strategiske valg som virksomheden har truffet, er der behov for mere konkrete bud på hvilke områder virksomheden efterspørger ideer indenfor.

Man kan godt udpege, hvad det er for ideer man ønsker sig og det ødelægger på ingen måde inspirationen. Det giver i stedet medarbejderne en del af de fornødne rammer og en retning for kreativ tænkning.

Dette kan understøttes af en kanalisering af ressourcer til de relevante områder af virksomheden, herunder incitament for de relevante medarbejdere.

Eller med andre ord, skabe motivation for og give plads til at særlige medarbejdere kan få lov til at lade deres "næse" og underbevidsthed arbejde med udfordringerne.



Byd medarbejderne op til dans (Fortsat)

Spørgsmål til overvejelse og inspiration

Idefokus:

Hvilke ideer er af betydning for os i forhold til strategien?

- Løbende forbedringer af processer
- Nye produkter
- Nye ydelser
- Nye systemer

Hvor mange ideer vil vi være tilfredse med i løbet af et år?

Hvordan formidler vi vores idedefokus på en sådan måde, at det styrer ideudviklingen?

Hvordan understøttes dette fokus af ressourcelokalisering?

Hvilke virksomheder er mest åbenbare samarbejdspartnere i den ideudvikling der er i fokus?

Hvordan sikrer vi os, at vi ser lykketræf i ideudvikling, selvom de ikke umiddelbart lever op til idedefokus?



Hvordan skal vi håndtere medarbejdernes ideer?

Er ideerne der, skal de blot opsamles. Oplever medarbejderne et effektivt system til opsamling af ideer, stimulerer det til fremkomsten af endnu flere ideer. Mange innovative virksomheder er kendetegnet ved at have et system af en eller anden slags, der sikrer en seriøs opfølgning på medarbejdernes ideer - et system der tager medarbejdernes ideer alvorligt.

Procedurer: Sørg i det mindste for at alle medarbejdere ved, hvem de skal kontakte, at der er en procedure for behandling af ideer og opfindelser og ikke mindst at incitamentsstrukturen er på plads.

Forberedelse: Skal dette fungere kræver det at medarbejderen kan beskrive sin ide. Det er en god ide at opfordre til at medarbejderen skriver nogle ord ned om ideen og skitserer problemet, behovet eller irritationsmomentet. Selve det at skrive det ned og måske endda tegne det giver ofte afsæt for videreudvikling af ideen og måske endda nye ideer. 80% af alle løsninger ligger i forberedelsen.

Idéregistrering: Ideer trives bedst blandt mennesker. Derfor virker muligheden for at aflevere en ide til en person, som er åben for at lytte langt mere effektivt end en passiv forslagskasse. Byggeleder eller anden kontaktperson kan have den opgave at registrere ideen (såfremt han/hun er positiv og åben for ideer).

På sidste side i incitamentspakken gives et eksempel på et registreringskema som kan anvendes. Et sådan skema kan fungere, men der kan være behov for større frihed for medarbejderen til at beskrive sin ide, som hun/han bedst kan. Den person der skal viderebringe ideen, bør dog kunne foretage registreringen som en idebeskrivelse på et skema, som gerne skal være helt enkelt. Begræns papirmængden mest muligt, så skriftlighed ikke bliver en barriere. Håndskitser og digitalt kamera af for eksempel før og efter situationer kan spare mange ord.



Hvordan skal vi håndtere medarbejdernes ideer?

(Fortsat)

Under registreringen vendes ideen og en præcisering kan finde sted. Når en ide afvises, er det typisk fordi, den ikke bliver forstået, eller ikke er forklaret godt nok.

Hurtig vurdering: Byggelederen sender kopi af idébeskrivelsen til den idéansvarlige i virksomheden. Det er den ideansvarlige der har ansvaret for hurtig vurdering og tilbagemelding til medarbejderen (se [her](#)). Erfaringsmæssigt må der maksimum gå 14 dage fra medarbejderen har afleveret en idé og til der foreligger et foreløbigt svar.

Hurtigt svar: Når en medarbejder forelægger en ide, har man pligt til at svare. Det første svar skal indeholde "et tak" (og eventuelt en belønning) og oplysning om, i hvilket omfang man agter at gå videre med ideen. Virksomheden skal være villig til at afsætte ressourcer til at behandle ideerne, såfremt den ønsker at få noget ud af dem. Uanset hvad, bør ideen overvejes. Kan man ikke forstå ideen er det letteste at sig NEJ, men det er ikke optimalt.

I sidste ende kan det være, at man fra virksomhedens side vurderer, at man ikke ønsker at forfølge ideen, og at medarbejderen således selv har ret til at forfølge den. Ideen kan eksempelvis ligge uden for de områder, som virksomheden ønsker at udvikle, eller man vurderer, at udviklingsomkostningerne overstiger et forventet udbytte. Ideen "gives" så tilbage til medarbejderen, som derefter har rettighederne til den.

Det kan være at ideen er af en sådan karakter, at den kræver yderligere vurdering af potentialet. Det er her, medarbejderen skal have at vide, at der skal undersøges yderligere.



Hvordan skal vi håndtere medarbejdernes ideer? (Fortsat)

Spørgsmål til overvejelse og inspiration

Hvordan laver vi en kultur, hvor ideer er velkomne og der kommer mange af dem?

Hvordan understøtter vi medarbejdernes arbejde med at udvikle ideer?

Hvordan skal vores ideopsamlingssystem se ud?

- Hvem modtager?
- Hvordan dokumenteres ideerne?
- Hvordan kvitterer vi for ideerne?

Hvordan vurderer vi indkomne ideer?

Hvordan inddrages medarbejderne i en intern udvikling af ideen?

Hvordan sikres vi, at alle medarbejdere kender dette system?



Håndtering af ideer i virksomheden

de lovgivningsmæssige rammer

Har en medarbejder gjort en opfindelse inden for virksomhedens arbejdsområde, er medarbejderen, iflg. Lov om arbejdstagers opfindelser, forpligtet til at tilbyde den til sin arbejdsgiver. Det gælder selv sagt ikke enhver opfindelse, som en medarbejder måtte begå, men opfindelser som ligger inden for virksomhedens arbejdsområde eller som medarbejderen har begået som led i en defineret arbejdsopgave. Det vil sige opfinder en medarbejder et nyt køkkenredskab vil medarbejderen selv sagt ikke være forpligtet til at tilbyde virksomheden opfindelsen.

Denne ret gælder indtil 6 måneder efter at ansættelsen er ophørt. Virksomheden har, fra anmeldelsen – se linket [her](#) om idebeskrivelsen - af opfindelsen, 4 måneder til at beslutte sig til, hvorvidt den vil overtage rettighederne til opfindelsen, eller lade medarbejderen beholde rettighederne.

Medarbejderen er forpligtet til straks at anmelde opfindelsen til nærmeste foresatte og til at give alle relevante oplysninger. Det kan i praksis være byggelederen eller formanden på pladsen.

Da en opfindelse skal være hemmelig på indleveringsdagen for et patent, må medarbejderen i efterfølgende 4 måneders periode ikke fortælle om opfindelsen til eksterne personer eller virksomheder uden tilladelse fra arbejdsgiveren.

Har virksomheden ikke senest 4 måneder fra opfinderen har anmeldt opfindelsen meddelt medarbejderen, at den ønsker at overtage rettighederne til opfindelsen, eller givet medarbejderen en friholdelseserklæring, bortfalder virksomhedens ret til at overtage opfindelsen, og opfinderen kan frit kommercialisere den.



Håndtering af ideer i virksomheden

(Fortsat)

Som privat opfinder har medarbejderen mulighed for at få assistance og rådgivning fra Opfinderrådgivningen på Teknologisk Institut se:

www.opfind.teknologisk.dk.

I 4-måneders perioden skal virksomheden som nævnt etablere et beslutningsgrundlag for hvorvidt rettighederne skal overdrages (se mere i afsnittet **"Vurdering af en opfindelse"**).

Læs mere om Lov om medarbejderes opfindelser (se **her**).



Kommer ideerne, når incitamentet er der?

Man kan ikke afvise heldige sammentræf eller lykketræf hvor ideerne kommer af sig selv. Ofte skal ideprocessen hos den enkelte dog stimuleres, og synlig interesse er en afgørende faktor. Der ligger i det, at man kan gøre sin organisation mere åben og modtagelig for ideer. Herved forøger man sandsynligheden for at potentielt heldige sammentræf kommer frem og kan blive vurderet.

Hvordan og hvornår incitament(er)/en belønning kan være med til at sætte gang i opfinderiet er meget afhængigt af lokale forhold i virksomheden og selvfølgelig også den enkelte person.

Hvem skal belønnes og for hvad?

Nogle virksomheder har kultur for at man hædrer eller belønner enkelt personer, andre steder er noget sådan helt utænkeligt. Det kan være et bevidst valg eller det kan være et udtryk for at janteloven råder. Det er i hvert fald afgørende, at man i virksomheden gør sig klart, hvad der skal være gældende.

Når man giver belønning eller anerkendelse, kan det give problemer med hvem der skal have den. Det kan være svært at udpege ophavsmanden eller ophavsgruppen for en bestemt ide. Er det ham der fik den grundlæggende ide, er det ham, der udviklede den, eller er det ham der kunne se hvor potentialet lå, som skal have en belønning.

Ja, det er måske ham, der kom med den helt vanvittige historie en dag på byggepladsen der satte det hele i gang. De er jo alle sammen vigtige og uundværlige bidrag til ideen.



Kommer ideerne, når incitamentet er der? (Fortsat)

Endelig skal man også gøre sig klart, hvad det betyder for de medarbejdere, som så ikke får belønning eller anerkendelse. Det kan være gode kolleger og værdifulde medarbejdere, som blot ikke til de mest opfindsomme. De kan være med til at skabe et godt klima og et overskud på arbejdspladsen, som giver det nødvendige grundlag for at ideerne opstår og kan udvikles.

Spørgsmål til overvejelse og inspiration

- Hvem belønner vi for ideerne, er det personen, sjakket, byggepladsen eller er det hele virksomheden?
- Hvilken karakter af belønninger vil vi bruge i virksomheden?
- Hvordan ser vi denne belønning i sammenhæng med hvad vi ellers belønner/ikke belønner?



Belønning

Har man besluttet sig i virksomheden for at belønne ideer, må man tage stilling til karakteren af denne belønning. I udgangspunktet er der tale om to former for belønning: Den ene er penge eller andet gode for medarbejderens ide. Den anden tildeler idéhaveren en særlig anerkendelse.

Eksempler på belønninger kan være:

- Aktiebaserede incitamentsordninger
- Arbejdsgiverbetalt befordring
- Avis
- Beklædning
- Bil
- Bolig
- BroBizz/ Færgeabonnement
- Forsikringer
- Jubilæumsgratiale
- Gaver
- Kantine
- Parkeringsplads
- PC-ordning
- Motionsfaciliteter
- Rejser
- Sommerbolig
- Sundhedsydelse
- Telefoni/datakommunikation
- Tyverialarm
- Uddannelse

Overvejer man økonomiske belønninger og gaver mv. skal man være opmærksom på, at der hermed bliver et spørgsmål om beskatning. Oplysninger om dette kan blandt andet hentes hos [KPMG](#).



Hvad består den gode ide som fortjener belønning af?

Ideer opfattes ofte som værende geniale eller nye af skaberen selv uanset hvor gennemgribende de er. Det er underordnet om det omhandler behovserkendelser, patenterbare opfindelser, fysiske produkter eller metoder at løse problemer med. En ide kan således være ny for en person men kendt for en gruppe, ny for en gruppe men kendt for samfundet eller den kan være ny for samfundet.

Alligevel er der mange situationer, der kræver nytænkning for at byggeprocessen kan gennemføres, og det ligger i faget at "man finder løsninger". Løsningssrummet ligger dog typisk indenfor den enkeltes faglighed således er tømrens løsning bliver noget i træ, murens noget i sten osv.

Den specialiserede medarbejder på den enkelte byggeplads har kimen til en ide – typisk i form af at have set et behov, følt et ønske eller opdaget en uhenigtsmæssighed. Men hvis han ikke kan se problemet opstå eller at en løsning kan være relevant i andre sammenhænge, vil han have svært ved at tilvejebringe løsninger.

Fra tid til anden er medarbejderen i en situation, der giver forundring, nysgerighed, irritation eller bare en ide om at dette "må kunne gøres bedre".

Det ønskværdige er selvfølgelig, at han erkender situationen og gør eller forsøger at gøre noget ved det.



Hvad består den gode ide som fortjener belønning af? (Fortsat)

Lykkes det umiddelbart er det optimalt, for her foretages hele tiden små "opfindelser" og små tiltag, der faktisk virker. I denne situation skal ideen blot samles op for at man kan vurdere den.

Mere generelt kan ideens potentiale ikke bare vurderes ud fra om det er en løsning som virker. Det er ikke sikkert at ideen er en færdig løsning. I så fald kan ideens potentiale reelt kun afklares i dialog med aftageren – det vil sige den virksomhed, leder eller kollega som skal bruge ressourcer på at arbejde videre med ideen. Pas her på med idedræberne – hellere lade en ide for meget leve videre end en ide for lidt.



Vurdering af en opfindelse

virksomhedens beslutningsgrundlag

Virksomheden skal etablere et beslutningsgrundlag for hvorvidt rettighederne til en medarbejders ide skal overtages. Vurderinger af opfindelser kan basalt set koges ned til 3 spørgsmål:

1. **Er den ny?**
2. **Virker den?**
3. **Kan den sælges?**

Er den ny? - Spørgsmålet rummer to underspørgsmål. Dels om opfindelsen som produkt allerede findes, dels om opfindelsen er kendt og eventuelt patenteret allerede. Dette kan afklares ved selv at foretage en hurtig søgning på internettet og i de gratis patentdatabaser (se afsnittet "**Et bud på en handlingsplan**").

Virker den? - Jævnfør tidligere kan ideens potentiale ikke bare vurderes ud fra om det er en løsning som virker. Det er ikke sikkert ideen er en færdig løsning. I mange opfindelser er det dog sandsynligt, at den vil virke efter hensigten, men start simpelt. Se mere om dette på: opfind.teknologisk.dk.

Kan den sælges? - Dette spørgsmål er oftest uhyre svært at svare på. Særligt fordi mange opfindelser ofte ikke er i virksomhedens kerneområde, men derimod varer som hjemkøbes.

Start med simple overslagsberegninger på, hvor mange enheder der kan forventes solgt. Suppler med telefoninterviews med f.eks. producenter, forhandlere efter den pågældende type produkter. Man kan oftest omtale, hvad ens opfindelse kan uden at afsløre hvordan.

Hvis de indledende vurderinger er positive, er der grundlag for at investere yderligere i en vurdering af opfindelsen. Det kan f.eks. ske ved en kommerciel vurdering fra en ekstern konsulent.



Vurdering af en opfindelse

(Fortsat)

Det er hverken vanskeligt, dyrt eller spild af tid at lade en ekspert udtale sig om potentialet for en ide, eller lade en ekspert undersøge "om det allerede findes". Sådanne eksperter er at finde i GTS systemet (f.eks. Teknologisk Institut), Universiteterne m.m.

Desuden skal det også overvejes om ideen skal beskyttes. Se mere om dette emne på: opfind.teknologisk.dk hvor du desuden også kan læse om salg af ideer.



Et bud på en handlingsplan

1. Mon ideen er ny?

Søg på nettet, biblioteket, i blade eller hør dig for hos venner, bekendte osv.:

- a. søg direkte på problemet – måske har andre også set det
- b. tænk over hvem ellers der kunne være i samme situation
- c. tænk over hvilken type problem det er – måske findes løsningen i andre brancher.
- d. Skriv det du finder ned med dine ord eller tegn det. Herved sker der ofte en ny forståelse af problemet og løsningen.

Mange opfindelser er beskrevet i patentlitteraturen, men kun få er blevet markedsført som produkter. Med andre ord: selv om du ikke har set din idé i butikkerne som et færdigt produkt, så kan der godt være taget patent på det alligevel - og dermed kan du ikke få patent på det.

En søgning i patentdatabaser er et godt udgangspunkt. Teknologisk Institut kan evt. søge for dig, og har links både til de store internationale patentdatabaser og til undervisningsprogrammer på internettet, hvor du kan lære at arbejde med patentinformation på internettet.

En af de største udfordringer ved søgning i patentdatabaser er at finde de rigtige søgeord. En søgning skal resultere i mindst et par patentskrifter, som søger at løse det samme problem – ellers bør søgeprofilen justeres.



Et bud på en handlingsplan

(Fortsat)

2. Hvad vil I med idéen?

Når I ved, at idéen er ny, vil I så stille efter:

- At udnytte ideen i eget firma, som iværksætter?

eller

- Udnytte din idé ved licensformidling til et andet firma, så du får en licensafgift (ofte nogle procentdele) af det salg, som licenstageren får af din opfindelse? Ved licensformidling er din investering og din risiko lav.

Som virksomhed er det muligt at benytte gratis vejledning fra offentlige erhvervsfremmeaktører, virksomheder kan få gratis vejledning hos lokale væksthuse eller erhvervsservicecentre. (se mere [her](#)).

Beslutter virksomheden sig til at overdrage rettighederne, skal det nævnes, at medarbejderen har krav (lov) på at blive anført som opfinder på en evt. patentsøgning, og at medarbejderen har ret til en rimelig godtgørelse.

3. Kan opfindelsen sælges - og til hvilken virksomhed?

Indhent information om virksomheder, markeder og statistik - og supplér med telefonkontakter og personlige interviews. Husk ikke at afsløre opfindelsen, men kun hvad den kan opnå. Du kan læse på disse links om at finde den rette virksomhed og om markeder m.m.

Hvis de indledende vurderinger er positive, er der grundlag for at investere yderligere i en vurdering af opfindelsen. Det kan f.eks. ske ved en kommerciel vurdering fra en ekstern konsulent.



Et bud på en handlingsplan

(Fortsat)

Prisen for indledende vurderinger vil typisk andrage 10-50.000 kr. afhængig af hvor meget arbejde virksomheden selv er villig til at påtage sig. Hertil kommer evt. udgifter til beskyttelse af ideen og omkostninger til salg af opfindelse.

4. Skal man bygge en prototype?

I mange tilfælde er det ikke nødvendigt at bygge en prototype. I de tilfælde hvor en "prototype" vil styrke præsentation af ideen over for en mulig interesseret virksomhed, bør du fremstille en simpel syns- eller funktionsmodel. Se mere [her](#), for at finde det rette udviklingsstrin.

5. Hvordan kontakter man en virksomhed?

Som nævnt er det sjældent at opfinderen, eller den virksomhed, som opfinderen er ansat i, selv udvikler det endelige produkt, hvorfor det skal overvejes, hvem der skal kontaktes med henblik på samarbejde om ideen.

Det er ofte hensigtsmæssigt at kontakte virksomheder, hvor ideen vil passe i produktsortimentet.

Samarbejdet kan udfolde sig på mange måder. For det første kan man direkte sælge ideen og lade den anden virksomhed om færdigudvikling, beskyttelse, produktion, markedsføring og salg.

For det andet kan man indgå en licensaftale, hvor man beholder retten til ideen, og hvor den anden virksomhed køber rettigheden til at producere og sælge produktet.



Et bud på en handlingsplan

(Fortsat)

Og så findes der selvfølgelig en række samarbejdsformer, hvor virksomhederne på forskellig måde samarbejder om produktet.

Inden forhandling af dette samarbejde, er det afgørende at den anden virksomhed udfylder en hemmeligholdelsesaftale. Se et eksempel [her](#). Det er ofte på dette tidspunkt, at man skal overveje beskyttelse af ideen/opfindelsen. Dette kan ske ved patentering, registrering af brugsmodel eller ved designregistrering.

Hjælp til aftaler og beskyttelse ydes af en række advokater, patentagenter og af Teknologisk Institut.

En undersøgelse om hvorvidt opfindelsen er patenterbar er en ydelse som kan købes hos en patentagent. En sådan undersøgelse beløber sig til imellem 10-25.000 kr.

På linket [her](#) finder du tip til, hvad du skal være opmærksom på, når du skal i kontakt med en virksomhed, herunder: introduktionsbrevet, præsentationsspakken og hemmeligholdelsesaftalen. Og husk, at hvis en virksomhed ikke vil underskrive en hemmeligholdelsesaftale, så bør du tage ideen videre til en anden virksomhed.

6. Hvordan aftaler man en pris for en opfindelse?

Hvis en virksomhed er interesseret i at købe din idé, bør du søge professionel assistance i forbindelse med udformningen af den endelige aftale, oftest en licensaftale, mellem dig og virksomheden. Læs mere [her](#).

Og til sidst, husk at din kontaktperson i virksomheden oftest ikke træffer beslutningerne selv, så gør ham eller hende til din ambassadør. Giv hjælp og materiale, vis tålmodighed og frem for alt lyt - flere har talt sig ud af en aftale end ind i en aftale.



Et bud på en handlingsplan

(Fortsat)

Spørgsmål til overvejelse og inspiration

Hvordan vurderer vi om vi selv skal nyttiggøre en ide?

- Hvem og efter hvilke kriterier?
- Hvem sikrer information til medarbejderen?

Hvilke virksomheder tænker vi at arbejde sammen med?

Hvilken form for samarbejde ønsker vi?

Hvordan etablerer vi dette samarbejde?



Checkliste ved registrering af medarbejderidé

- Send skriftlig bekræftelse på modtagelse af anmeldelsen
- Spørg ind til om der er flere medopfindere
- Har medarbejderen omtalt opfindelsen eksternt, dvs. overfor andre virksomheder eller personer?
- Informer om vigtigheden af at holde opfindelsen hemmelig inden for rammerne af virksomheden.
- Har medarbejderen en interesse i at selv at sælge opfindelsen privat
- Hvilke undersøgelser har medarbejderen gjort forud for anmeldelsen? Hvis uheldet er ude?
- Medarbejderen har fortalt om opfindelsen til eksterne personer. Dette behøver ikke i sig selv at være ødelæggende for evt. patent muligheder. Blot de pågældende personer efterfølgende underskriver en hemmeligholdelsesaftale og naturligvis ikke i mellemtiden har videregivet oplysninger om opfindelsen.
- Beskriv problemet: hvad er det for et problem opfindelsen søger at løse? F.eks. håndtering af gipsplader, afhjælpning af tunge løft.
- Beskriv brugssituationen: i hvilken situation er det at problemet opstår?
- Beskriv opfindelsen (løsningen)
- Beskriv idéen, hvordan den fungerer.

Det anbefales at medarbejderen anmelder opfindelsen skriftligt. Medarbejderen skal datere dokumentet og virksomheden skal bekræfte modtagelsen skriftligt. Medarbejderen skal huske at angive navnene på alle opfindere, såfremt der er flere end en.



Registreringskema for medarbejdere

Hvad (ideens kaldenavn):
Problem (hvad er det for et problem opfindelsen/ideen søger at løse):
Brugssituationen (i hvilken situation er det at problemet opstår):
Opfindelsen/idéen (hvordan den fungerer, hvordan den løser problemet):
Illustration af løsningen:



Registreringsskema for medarbejdere (Fortsat)

Nyskabelse (hvad er det nye, det der gør det nyt):

Ophav (hvem har udført opfindelsen eller fået ideen):

