

Irene Troy und Raymund Werle
Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung
(troy@mpifg.de we@mpifg.de)

[Vorschlag eines Vortrages in der Veranstaltung „Unsicherheit auf Märkten“ der Sektion Wirtschaftssoziologie im Rahmen des Kongresses der DGS in Jena]

Ein Markt für Patente? Unsicherheiten im Handel von geistigem Eigentum.

In modernen Gesellschaften wird Wissen als ein eigenständiger Produktionsfaktor wie Boden, Kapital und Arbeit betrachtet. Die Wirtschaft dieser Gesellschaften koordiniert sich in zunehmendem Maße durch den Markt, der auch als ein angemessener Modus der Allokation und des Handels von Wissen angesehen wird. Einschlägige sozio-ökonomische Studien konzidieren allerdings, dass von einem Markttausch höchstens eingeschränkt die Rede sein kann. Das Handelspotenzial werde (deshalb) bei Weitem nicht ausgeschöpft. Auf der Basis von Pilotinterviews mit potentiellen Marktteilnehmern und weiterer empirischer Daten aus einem laufenden Projekt zum Patenthandel zeigen wir, mit welchen Schwierigkeiten die Akteure in einem Feld konfrontiert sind, in dem es um den Handel von „nützlichem Wissen“ (Mokyr) geht.

Wir verstehen den Markt als ein institutionelles Feld (Aspers/ Beckert; Fligstein/ Dauter), das Anbieter und Nachfrager, Intermediäre und Regulierungsinstanzen umfasst, deren Beziehungen zueinander durch formelle und informelle Regeln und Konventionen strukturiert sind. Die Akteure teilen bestimmte kognitive und normative Wissensbestände hinsichtlich der zu handelnden Güter, mit denen wiederholt Transaktionen stattfinden. In einem solchen Feld entstehen robuste Erwartungen, die helfen Unsicherheiten zu bewältigen, was wiederum die Feldstrukturen stabilisiert.

Der Handel von Wissen setzt voraus, dass seine Eigenschaften als eines latenten öffentlichen Gutes (Nelson) bzw. als einer ursprünglich nicht für den Markttausch produzierten fiktiven Ware (Polanyi) neutralisiert werden. Dies erfolgt in den Wissensgesellschaften durch individuelle Eigentumsrechte an Wissen speziell in Form von Patenten, die gesetzlich und durch die Rechtsprechung relativ klar definiert sind. Gleichzeitig verfügen diese Gesellschaften über Kriterien und Verfahren, nach denen individuellen oder kollektiven Akteuren Eigentum an diesem „Gut“ zuerkannt wird. Diese institutionellen Regeln, die die Eigentümer außerdem verpflichten, das Wissen offen zu legen, und ihnen gleichzeitig das Recht einräumen, Dritte von der kommerziellen Nutzung des Wissens auszuschließen, erscheinen notwendig, aber nicht hinreichend, um den Markttausch von geistigem Eigentum zu ermöglichen.

Mit dem Fokus auf Patente argumentieren wir, dass die Schwierigkeiten des Handels auf erhebliche Knight'sche Unsicherheiten zurückzuführen sind. Diese sind teils fundamentaler und teils strategischer Art. Sie betreffen die Konstitution des Wertes der Patente, teilweise aber auch die Konstruktion der zu handelnden Wissensprodukte

angesichts der Tatsache, dass das in einem Patent kodifizierte Wissen in unterschiedliche Produkte eingehen kann. Bereits der Prozess der Entwicklung (Erfindung) neuen innovativen Wissens – nur solches ist patentierbar – ist mit Blick auf ein ins Auge gefasstes Endprodukt, aber auch auf die Transformierbarkeit des Wissens in ein handelbares Wissensgut (Patent) ergebnisoffen. Die Einzigartigkeit jedes Patents erschwert es, das Marktpotenzial eines auf dem Patent basierenden Produkts einzuschätzen. Sie ist auch der Grund dafür, dass die Angebotsseite Schwierigkeiten hat, Handelspartner zu finden. Ist ein Partner gefunden, so ergibt sich neben der bei der Anbahnung einer Transaktion ohnehin gegebenen wechselseitigen Erwartungsunsicherheit für die Nachfrageseite zusätzlich das Problem unvollständiger bzw. asymmetrischer Information, zumal das in der Patentschrift niedergelegte explizite Wissen allein oft nicht ausreichen würde, um ein bestimmtes Endprodukt herzustellen.

Die Unsicherheiten, die wir im Papier weiter spezifizieren, materialisieren sich für die Anbieterseite unter anderem in der Schwierigkeit, den (Tausch-)Wert eines Patents zu bestimmen. Das kann Anbieter daran hindern, es überhaupt zum Kauf anzubieten, zumal für viele die Vorstellung der Handelbarkeit von Patenten neu und ungewohnt ist. Die Nachfrageseite ist unter anderem mit dem Problem konfrontiert, dass eine noch so detaillierte Patentschrift nicht den Kontext kommuniziert, in dem das neue Wissen entstanden ist. Daher bleiben seine Verwertbarkeit und damit auch sein Wert oft ungewiss mit der Folge, dass es erst gar nicht nachgefragt wird.

Dies bedeutet jedoch nicht, dass Patenthandel überhaupt nicht stattfindet. Es lassen sich strukturelle und strategische „Reaktionen“ auf das Problem der Unsicherheit beobachten. Hierzu gehört es, dass Unternehmen spezialisierte Positionen oder ganze Abteilungen für Patentmanagement schaffen. Die hier tätigen Experten sind kognitiv ausgerichtet auf die kommerzielle Verwertung von Wissen und kennen die von der Wissenschaft bereit gestellten, aber (noch) nicht als Standards etablierten, Verfahren der Bewertung von Patenten. Zudem sind - teils öffentlich geförderte - Intermediäre („Patentverwertungsagenturen“) entstanden, die Angebot und Nachfrage zusammenbringen und auch mit neuen Formen der „Vermarktung“ von Wissen experimentieren. Schließlich werden die Möglichkeiten genutzt, die Modalitäten einer Transaktion etwa mit Hilfe eines Lizenzvertrages so zu gestalten, dass speziell strategische Unsicherheiten reduziert und Risiken geteilt werden. Hier können dann längerfristige Beziehungen zwischen Anbietern und Nachfragern entstehen, die vorher nicht kooperiert haben. Auch deshalb werden Patente in der Regel nicht verkauft, sondern nur auslizenzieren.

Diese und weitere Entwicklungen erleichtern den Handel von Patenten, ohne dass viele der zu beobachtenden Transaktionen als Markttausch bezeichnet werden können.