

VINDINGRIJK

MAGAZINE VAN DE NEDERLANDSE ORDE VAN UITVINDERS

6



Oscar Bieleveld

**Innovatief
format voor
topstudenten**



DECEMBER

2008

Terugblik op Holland Innovation 2008



Voor de derde keer op rij was de Jaarbeurs Utrecht 'the place to be' voor de jaarlijks terugkerende innovatie expo voor innovatieve ondernemers, (product)ontwikkelaars, creatieven en investeerders, Holland Innovation. Meer dan 220 uitvinders (waaronder veel NOVU leden), bedrijven en instellingen brachten in hun stand hun

vinding, product of bedrijf onder de aandacht van de bezoekers. Daarnaast kon de bezoeker kiezen uit een breed aanbod van workshops met zeer deskundige sprekers en leerzame onderwerpen. Een nieuw gezicht op Holland Innovation was STW, die de Simon Stevinprijzen kwam uitreiken. Kortom, er was voor elk wat wils.

Leeuwenkuil winnares

In de Leeuwenkuil van 2008, waarbij zes ondernemers streden om de gunst van een eventuele investeerder, was het Hanke Gielen van Hanke for kids die de winst pakte. Eén van de investors gaat, samen met de NeBIB, met haar aan de slag om spoedig investeringsklaar te zijn. Hanke for kids is een jonge onderneming die in een kleine twee jaar een internationaal verkoopnetwerk heeft opgezet. Zij ontwerpt, produceert en verkoopt haar eigen producten: design meubelen voor kinderen.

Simon Stevinprijzen

Technologiestichting STW reikte op Holland Innovation haar prestigieuze Simon Stevinprijzen uit. In totaal drie prijzen. De Simon Stevin Meesterprijs, de Simon Stevin Gezelprijs en de Simon Stevin Leerlingprijs. Prof. dr. H.A.B. Wösten van de Universiteit Utrecht aanvaardde de hooggewaardeerde Simon Stevin Meesterprijs met een lezing over zijn werk. Dr. Cristianne Rijcken won de Simon Stevin Gezelprijs voor technologisch toptalent. Zij wist tijdens een korte presen-

tatie de jury te overtuigen van de kracht van haar nieuwe nanobolletjes-concept voor de gerichte en gereguleerde afgifte van geneesmiddelen. 'Technologiestichting STW looft € 750,- uit voor de STW-AIO-poster die het beste aangeeft wat de maatschappij gaat merken van het onderzoek.' De winnaar van deze Simon Stevin Leerlingprijs werd Caspar van Vroonhoven van de TU Delft. Zijn poster was 'zeer helder over een toch complex onderwerp: een thermometerchip'. Deze prijs werd uitgereikt door Marka Spit, wethouder Economische Zaken van Utrecht.

Eyecatcher

De grootste aandachtstrekker was de presentatie van NOVU (bestuurs)lid Edwin van der Heide (2e van links op foto, samen met collega bestuursleden) en Bas Gravendeel. Het was ook letterlijk de grootste vinding, de klimwand waar 'kleefklimmen' werd geïntroduceerd aan het publiek. KleefKlimmen is een manier om op spinachtige wijze langs stalen wanden en plafonds te bewegen. De klimmer heeft permanente elektromagneten aan handen en voeten. Kleefklimmen doe je voor de fun, maar het is ook toe te passen voor onderhoudswerkzaamheden aan schepen en booreilanden.

AGENDA

24 december – 5 januari
Kerstrees NOVU kantoor

16 januari

NOVU nieuwjaarsborrel
Utrecht

22 januari

Soep-stokbrood informatieavond
'crowdsourcing'
Utrecht

30 januari

NOVU cursus 'van idee tot markt'
Utrecht

27 februari

NOVU cursus 'van idee tot markt'
Utrecht

17 maart

NOVU regioborrel midden
Soest

26 maart

Prijsuitreiking New Venture,
2e ronde

27 maart

NOVU cursus 'van idee tot markt'
Utrecht

UITNODIGING NOVU NIEUWJAARSBORREL

Het NOVU bestuur nodigt de leden van harte uit om gezamenlijk het glas te heffen op het nieuwe jaar tijdens de jaarlijkse NOVU nieuwjaarsborrel.

Datum: vrijdag 16 januari 2009
Tijd: 16.00 – 18.00 uur
Plaats: NOVU kantoor, Nijverheidsweg 16, Utrecht

In verband met de voorbereidingen verzoe-
ken wij u uiterlijk 12 januari a.s. per e-mail
(info@novu.nl), per fax (030-2440261) of
per telefoon (030-2467707) te laten weten
of u aanwezig zult zijn.



VINDINGRIJK

MAGAZINE VAN DE NEDERLANDSE
ORDE VAN UITVINDERS

DECEMBER 2008 NUMMER 6

Sleutelgebieden vormen het verleden

Met het verschijnen van het boek over het Innovatieplatform, kortweg IP genoemd, met de subtitel "Innoveren in het centrum van de macht" worden veel zaken die al lang in het veld rondzoemen opeens geadresseerd. Dat is best interessant, maar tegelijkertijd is het treurig om de redenen te vernemen, er maar even van uitgaande dat de auteur het recht aan zijn zijde heeft, waarom het platform zo ontzettend contraproductief is geweest. Oud-secretaris van het platform en auteur van het boek, Frans Nauta, heeft in 2003 een functie aanvaard, waarvan hij waarschijnlijk het gewicht en de politieke beladenheid heeft onderschat. Keer op keer is hij door ambtenaren en politici met een eigen agenda rechts gepasseerd zonder daar iets aan te (kunnen) doen.



Het tot stand komen van de sleutelgebiedenstrategie is daar een aardig voorbeeld van. Een sleutelgebied is volgens het IP een combinatie van economische bedrijvigheid en toegepaste kennis die wereldwijd tot de top behoort of kan gaan behoren en een maatschappelijke betekenis heeft. Klinkt mooi! Maar welke criteria hanteer je daarbij en laat echte innovatie zich eigenlijk wel sturen? Voordat men deze twee problemen goed had kunnen bestuderen en van oplossingen had kunnen voorzien, ontstonden er al vier sleutelgebieden: Flowers en Food, Hightech systemen en materialen, Water en de Creatieve industrie. Deze vier sleutelgebieden omvatten al bijna alle gebieden waar wat te innoveren valt. Het veld heeft er niet veel aan. Maar het IP maakt het nog krasser. In 2005 komt er, volgens Nauta op onbegrijpelijke wijze, opeens een vijfde sleutelgebied bij: Chemie. In 2006 gevolgd door Pensioenen en sociale verzekeringen. De chaos is compleet! Niemand begrijpt meer waar het IP mee bezig is. Op dat moment wordt ook duidelijk dat een capabele CEO niet per definitie een waardevol lid van het IP is.

Innovatie is moeilijk te sturen. Sleutelgebieden zouden daarbij wel enigszins kunnen helpen, maar moeten dan niet ongeveer alle activiteiten die in Nederland voorkomen omvatten. Meestal representeren sleutelgebieden het verleden. Eerder zou je moeten denken aan bepaalde aandachtsvelden, gedefinieerd door mensen die daar verstand van hebben. Een innovatie binnen een aandachtsveld kan uitgroeien tot een sleutelgebied. Voorbeelden van deze velden zijn: persoonlijk en goederenvervoer, energie-opwekking, -opslag en -transport, en communicatie.

Uitvinders, productontwikkelaars en onderzoekers zijn gewend om met aandachtsvelden te werken. Zo'n veld heeft voldoende focus om zinnig bezig te zijn, maar laat tegelijkertijd meer dan voldoende ruimte over voor daadwerkelijke innovaties.

Baart het komende jaar zorg wat de economie betreft, dat geldt in veel mindere mate voor activiteiten op het gebied van innovatie. Op momenten dat de economie onder druk staat, wordt er intensiever geïnnoveerd. Opeens ziet men dan kennelijk, helaas aan de late kant, die noodzaak. Nu al merken wij dat bij de NOVU en het prototypelab. Dat is reden genoeg om de lezers van Vindingrijk een voorspoedig 2009 te wensen.

Wouter Pijzel
directeur

INHOUD

5 De uitvinding van

In december worden er altijd enorme hoeveelheden kaarsen verkocht. Deze tijd is daarom heel passend om aandacht te geven aan het ontstaan van de kaars. Voor het eerste kunstlicht moeten we terug naar de steentijd. Daarna is er veel veranderd.

7 Presentatietips

In het tweede deel van de column van Bert Wolters over het presenteren van een product ligt het accent op het aandacht trekken van de afnemer. Hoe zorgt u ervoor dat uw contactpersoon voor uw product kiest?

9 Column Octrooiencentrum Nederland

Na de al eerder verlopen octrooien van LEGO op haar bouwsteentjes heeft het bedrijf nu ook niets meer aan haar vormmerk. Iedereen mag LEGO-steentjes namaken en verkopen. Een interessante casus.

10 Matchmaker voor bedrijfsleven en topstudenten

Steeds vaker melden NOVU leden zich met een innovatieve dienst. Business-courses.nl van Oscar Bieleveld is daar een goed voorbeeld van. Hij ontwikkelde samen met twee medestudenten een website waar bedrijfsleven en topstudenten elkaar kunnen ontmoeten.

14 Recht in de praktijk

Els Doornhein merkt in haar praktijk dat steeds meer grote ondernemingen zichzelf wapenen met standaard verklaringen die uitvinders moeten tekenen voordat die hun uitvinding mogen presenteren. Tekenen is niet altijd verstandig.

20 NOVU leden in China

Vanwege het 40-jarig bestaan van de IFIA werden alle uitvindersonderzoekers ter wereld uitgenodigd dit groots te vieren tijdens het Inventor Festival in Suzhou (China). Een delegatie NOVU leden was ter plekke om een vinding te presenteren en om kennis te maken met dit interessante land.



door Douwe Brongers

Nanobolletjes

Medicijnen hebben de eigenschap dat ze door het hele lichaam reizen en 'en passant' werkzaam zijn op de plek die ziek is. Soms werken ze ook op gezonde plekken, maar dan met ongewenste effecten. Het zou mooi zijn als je medicijnen kon ontwikkelen die **alleen daar belanden waar ze nodig zijn**. Dr. Ir. **Cristianne Rijcken**, winnares van de Simon Stevin Gezelprijs 2008, heeft nu zoiets ontwikkeld. In het Technisch Weekblad lees ik "Een drager- en afgiftesysteem dat medicijnen heel gericht bij een tumor aflevert waardoor veel negatieve bijwerkingen voorkomen worden". Zij ontwikkelde hiervoor **nanobolletjes** die de medicijnen op de juiste plek laten afleveren. Deze techniek is nu geïntroduceerd en Cristianne is gepromoveerd. Voor het ontwikkelen van die slimme bolletjes moet je wel koppie koppie hebben!

250

Dit is het zesde jaar dat deze rubriek in Vindingrijk staat. Het 'uitgeperstje' dat hierna volgt is nummer 250. Een jubileum dus. We gaan op naar nummer vijfhonderd. Dankzij het toesturen van artikelen door onze lezers, moet dat mogelijk zijn.

Roterende gasklep

Door de hoge brandstofprijzen van de laatste jaren, groeit de belangstelling voor zuinig rijdende auto's. Michael Boot en een paar maten aan de TU Eindhoven blijken een interessante vinding gedaan te hebben: een voorziening waardoor **auto's tot 25% zuiniger kunnen rijden**. Niet alleen goed voor uw portemonnaie, maar zeker zo **goed voor het milieu!**

De voorziening, waarbij de **gasklep roerteert**, is op bestaande auto's aan te brengen, maar uiteraard ook direct in nieuwe motoren te integreren. Volgens de plannen zullen de eerste producten volgend jaar op de markt komen. Daarbij hebben de heren volledige steun van de **TU**. Je zult zien dat de fiscus zich zal haasten om extra hoge belasting te gaan heffen op die vinding om het verlies aan accijnzen te compenseren!

Nog meer energiebesparing

Wist u dat in een brandstofmotor tweederde van de energie die in benzine zit niet wordt gebruikt? Het rendement is dus erg laag. Autofabrikanten zijn pas geïnteresseerd om zuinigere motoren in te voeren als ze daar zelf baat bij hebben, en grote merken zijn niet zo snel geneigd iets revolutionairs door te voeren. Dat is niet mijn mening, maar dat zegt een artikel in TW waarin de bijzondere uitvinding van **George Coates** is gepubliceerd. Anders dan met de roterende gasklep (zie Uitgeperst no 250) bedacht hij een systeem met **kogelkleppen waarin de in- en uitstromende gassen worden geleid** door ovaalvormige stukken staal met een opening die in een holte in de cilinderkop rondraaien. Volstrekt helder dus. Omdat er minder onderdelen zijn, er geen veerdruk is en nog een paar van zulke voordelen, loopt het rendement op tot 40%. Dat is dus een **extra besparing** (van 33% naar 40%) van zo'n 20%. Nog een paar van dit soort uitvindingen en alle auto's lopen voortaan helemaal gratis!

Radio-isotopen

Radio-isotopen worden gebruikt in de **gezondheidszorg**, vooral ten bate van kankerpatiënten. Het spreekt voor zich dat dit gevaarlijke goedje niet door iedereen geproduceerd mag worden. Er zijn dan ook wereldwijd maar drie fabrieken die dit soort isotopen leveren, zo staat dat in een bericht op NU.nl. Maar nu hebben we nummer vier: de Nederlander Prof. **Bert Wolterbeek**. Hij heeft een octrooi aangevraagd op een procedure om isotopen te maken **zonder gebruik van verrijkt uranium**. Als alles volgens plan verloopt gaat Wolterbeek een stralende toekomst tegemoet.

Het draadje van de kous

Voor het verven van textiel wordt veel water gebruikt. Dat is in Nederland geen groot probleem, maar in landen waar zoet water schaars is, is dat het wel. Dr. **Martijn van de Kraan** ontwikkelde een **verftechniek voor textiel waar geen schoon water aan te pas hoeft te komen**, lees ik in het TW. De verf wordt namelijk onder hoge druk opgelost in superkritisch **koolstofdioxide**. Deze techniek is sneller en goedkoper. En het scheelt kostbaar kraanwater. Niet vreemd voor iemand die van de Kraan heet.

Eeuwfeest

Precies honderd jaar geleden kreeg **Fritz Haber** octrooi op het 'Haber-Bosch proces', een proces voor de **synthese van ammoniak uit atmosferisch stikstof**. Dankzij die vinding zijn tientallen miljoenen mensen gevoed en zijn er ook velen gestorven. Hoe dat zit? Het proces is van belang bij de fabricage van **kunstmest**, dus van invloed op de **voedselproductie**. Maar het proces is ook van belang voor de productie van explosieven. Volgens het TW waarin ik dit lees, kan dankzij kunstmest de halve wereldbevolking voldoende eten krijgen.

Eenvoud siert de vinding

In ons vlakke land is de aandacht voor energie-uit-water tot voor kort erg laag geweest. Want hoe zet je een waterkrachtcentrale neer als er nauwelijks hoogteverschil is. Daarvoor moet je in de bergen zijn, toch? Niet dus, lees ik nu in het TW. **Pieter de Haas** en **Hans van Breugel** ontwikkelden een **getijde-turbine die wel rendabel is bij lage hoogteverschillen**. Zoals de heren het zelf zeggen: 'Uitvinders hebben vaak de neiging om producten technisch te optimaliseren. Maar wij kijken niet naar het energetische rendement, maar naar **de prijs per kilowattuur**'. En door de turbine te ontdoen van allerlei 'onnodige' elementen, zijn de heren er dus in geslaagd een turbine te ontwikkelen die zelfs in dit waterrijke maar oh zo vlakke landje rendeert.

Steengoed die uitvinder

Dat moet Einstein zijn. We kennen hem allemaal van ingewikkelde relativiteitstheorieën die echter niemand van onze lezers uit zijn hoofd kent. Nu is de ontwikkeling van de Algemene of van de Speciale Relativiteitstheorie geen uitvinding. Hoe komt die beroemde man dan in deze rubriek? Wel, in het blad NWT staat een artikel met de titel "Einsteins koelkast eindelijk in zicht". Inderdaad, Einstein had in 1926 een **systeem voor een koelkast uitgevonden**. Van belang bij zijn koelkast is dat ie **niet op elektriciteit loopt en ook geen compressor nodig heeft**. Dat scheelt in de gebruikskosten. Op de Universiteit van Oxford willen ze het ontwerp verder ontwikkelen.

de kaars

De kaars. Ze gaan rond deze tijd weer in grote hoeveelheden de toonbank over. Anders dan in een ver verleden worden kaarsen vooral voor sfeer verkocht. Tot aan het moment dat gas en elektrisch licht hun intrede deden was de kaars de belangrijkste bron van kunstverlichting.

Het eerste kunstlicht gaat tenminste terug naar de steentijd, toen men ontdekte dat een pit van vezelig materiaal, gevoed door pek, olie of vet, bleef branden. In die tijd werd licht gemaakt in driehoekige schoteltjes waarin de pit gedrenkt in brandstof met de punt omhoog lag. De eerste aanwijzingen voor de aanwezigheid van kaarsen gaan

terug naar de graftombe van Toetanchamon (14e eeuw v Chr.) waar kandelaars zijn aangetroffen. Een duidelijker markeringspunt voor de kaars ligt in het huidige Toscane waar een afbeelding van een kaars is gevonden.

Smeerkaars

De kaars werd in het aller prilste begin vervaardigd uit oliën, vetten en wassoorten die erg kostbaar waren omdat ze niet alleen eetbaar maar, in het geval van visolie, ook voedzaam bleken te zijn. De Middeleeuwen waren een belangrijke tijd voor de kaars. Het was toen de belangrijkste bron van kunstverlichting, bovendien werden brandende kaarsen ook als tijdmeting gebruikt. Er waren 12- en 24uurskaarsen verkrijgbaar. Met horizontale ringen gaven ze de uren aan. Tot de veertiende eeuw, toen gietvormen hun intrede deden, werden ze gemaakt door de pit door gesmolten vet of was te halen of dit langs opgehangen pitten te gieten. De daarop volgende ontwikkeling geschiedt aan het eind van de 18e eeuw als de visserij door de potvis met een alternatief voor vet en was komt. Kaarsen konden voortaan ook worden bereid uit de vettige stof uit de kop van de potvis die hoofdzakelijk bestaat uit cetylpalmitaat. De smeerkaars die ontstond, werd bereid door uitgekookt walvisvet bij koud weer te laten kristalliseren.

Stearine

De grootste vooruitgang werd echter aan het begin van de negentiende eeuw geboekt toen de Franse chemicus Eugène Chevreul (1786-1889) in 1823 stearine ontdekte. Dit mengsel van stearinezuur en palmitinezuur bleek veel gunstiger brandeigenschappen te bezitten dan het vet dat tot dan toe werd gebruikt voor de kaarsbereiding. Deze kaars

brandde helder en zonder walm en had als voordeel dat ze niet droop of slap werd zodra de warmte toenam. Hierdoor werd de smeerkaars in z'n geheel vervangen. Na de ontdekking van stearine ging het snel met de verdere ontwikkeling van de kaars. De nieuwe grondstof bleek zeer geschikt om machinaal in vormen te gieten. In 1825 voerde Cambacères de gevlochten pit in. Tot dan toe maakte het verkoolde puntje het branden moeilijk, waardoor de kaars uitging. Hij vroeg hierop octrooi aan. Vanaf 1834 kwamen de eerste machines die in het begin zo'n 500 kaarsen per uur maakten. Enige jaren later werd door raffinage van aardolie de witte stof paraffine afgescheiden. Deze stof heeft een hogere lichtintensiteit dan stearine, maar wordt eerder zacht. In de kaarsenindustrie maakt men tegenwoordig gebruik van beide grondstoffen.

René IJzermans



Innovatie 2.0: de kracht van snelheid en openheid

Innoveren kent vele vormen. Onlangs was er in de NRC-next te lezen hoe Henk van Ess in een maand tijd per ongeluk een onderneming uit de grond stampte. De NOVU 'vliegt van idee tot markt in 18 maanden'. Innovatie 2.0 luidt een nieuw tijdperk in.

De noodkreet

Dat ergernis een grote inspiratiebron voor innovatie kan zijn, is uiteraard niet nieuw. De manier waarop het traject van idee tot markt in het onderstaande voorbeeld is afgelegd zeer zeker wel. Henk van Ess ergerde zich aan de uitputbaarheid van de iPhone accu. Via LinkedIn plaatste hij in een provocerende bui de volgende tekst: "who brings me the smallest rechargeable battery for the iPhone 3G without silly cases". Dat deze eenvoudige noodkreet uiteindelijk zou uitmonden in een complete organisatie stond niet direct op zijn programma.



De oplossing

Een klein apparaatje dat eenvoudig en zonder kabels op de iPhone kan worden geklikt en hem in 2,5 à 3 uur geheel kan opladen. Het is dus eigenlijk niet echt een accu maar meer een zeer handzame oplader.

Eerste prototype

Via LinkedIn kwam hij in contact met een Chinese firma; ze konden wel een accu voor hem laten maken. Binnen 24 uur had Henk van Ess zijn eerste proefexemplaar al binnen. Na het testen van het product was hij zeer enthousiast. Anderen die hij erover



sprak wilden direct ook een dergelijke accu. De vervolgorder (bij de Chinese fabrikant) van 20 stuks resulteerde in de vraag of hij niet het alleenrecht in Europa wilde hebben. De ondernemersdrang in hem naar boven kwam en hij zei na enige twijfel, ja, ik word een 'batterijenboer'!

De geboorte van 3G Juice

Via LinkedIn boden allerlei mensen zich aan om bepaalde aspecten voor hem te regelen. Website met webshop, logo en zelfs een filmpje. Allerelei zaken die nodig zijn om er een serieuze onderneming van te maken. Dat deze mensen hun diensten gratis aanboden komt waarschijnlijk omdat ze zo gecharmeerd van het idee waren. De openheid van Henk (nu dus 3G Juice) was kennelijk zeer aanstekelijk. De verwachting was dat hun bijdrage aan het ogenschijnlijk populaire product een boost zou geven aan hun eigen carrière.

Bescherming versus openheid en snelheid

Een Amerikaanse zakenman verklaarde Henk voor gek omdat hij geen energie stopte in de geheimhouding van zijn product. Sterker nog, allerlei specifieke informatie kan gewoon via zijn website worden bekeken. Kiezen voor het tegenovergestelde van bescherming klinkt in conservatieve kringen wellicht als een doodzonde. Aan de andere kant, wat is informatie nog waard als het voor iedereen voor het oprapen ligt. Verder kost geheimhouding (zeker in de vorm van octrooien) tijd en veel geld. Juist die snelheid is belangrijk voor een trendgevoelig product als dit. Ter illustratie, binnen 48 uur had 3G Juice al 1100 klanten.

Toekomstmuziek

Het zal me niets verbazen als de ervaring van Henk in de toekomst nog vaker als voorbeeld zal worden aangehaald om te dienen als een vorm van het 'nieuwe innoveren'. Het is voor de NOVU van belang deze elementen mee te nemen tijdens het verstreken van adviezen. Daarom is het belangrijk om dit voorbeeld goed op te nemen en daar lering uit te trekken. Want wat zal de impact zijn van deze ontwikkelingen op het innovatieproces dat nog steeds voornamelijk vanuit een defensief perspectief wordt bekeken? Het is heel goed mogelijk dat er qua bescherming een verschuiving zal plaatsvinden van octrooi naar meer een mix van de vijf onderstaande aspecten:

- Een unieke configuratie van partijen die afspraken met elkaar maken
- Het opbouwen van een sterk merk
- Snelheid van ontwikkeling
- Een zeer open houding betreffende het product en details
- Een realistische prijs

Trend

3G Juice is een organisatie die zeer snel gerealiseerd kon worden door een combinatie van partijen en mensen die zeer internet-minded zijn. Afspraken werden op afstand gemaakt en op basis van goed vertrouwen. Dit wordt samen met de bovenstaande beschermingsmix een trend die goed in de gaten moet worden gehouden.

Matthijs Grootjans



De Slimme Thermostaat

Klokthermostaten kent iedereen. Maar doen die klokthermostaten eigenlijk wel wat we willen? Ja, de temperatuur op vaste tijden



hoger en lager zetten. Maar daar blijft het meestal wel bij. Dat moest beter kunnen, dacht men bij ICY, en dus ging (NOVU lid) René Nederhoed aan de slag. Zijn idee om een thermostaat te bedenken die meer kon dan op vaste tijden schakelen, resulteerde in de 'Slimme Thermostaat': een thermostaat die met je mee denkt!

Energie en geld besparen

René integreerde een lichtsensor en een bewegingsmelder in de thermostaat, zodat naast de vaste schakelmomenten de CV op een veel intuïtievare manier aan of uit wordt geschakeld. Wél verwarming als er licht brandt of er iemand in de kamer aanwezig is – géén verwarming als het donker is of er niemand aanwezig is. Dit bespaart niet alleen energie, maar ook geld! En dat was een aspect waar Essent niet omheen

kon. De Slimme Thermostaat wordt daarom vanaf september jl. gratis aangeboden bij aankoop van een nieuwe energiezuinige verwarmingsketel, om optimaal van het effect te kunnen profiteren.

Gebruikersgemak

Ook is de Slimme Thermostaat via een USB-kabel aan te sluiten op de PC, om de warmtebehoefte exact aan te passen aan de wensen van de gebruiker. Moeilijk? Nee hoor! Net als bij alle producten van het bedrijf van René Nederhoed staan eenvoud in design en gebruikersgemak voorop. En wat er allemaal achter dat glimmende kastje met slechts twee tiptoetsen verborgen gaat? Dat is het geheim van de smid...

Meer informatie:

www.slimmethermostaat.nl of www.icy.nl

(Advertenties)



GOED beschermd?



Is de naam van uw product of onderneming wel goed beschermd? Conflicten kunnen beter worden voorkomen dan uitgevochten. Jurimark is specialist in het beschermen van merken, bedrijfsnamen en modellen. **Uw naam is veilig bij ons.**



Jurimark®

MERKEN, BEDRIJFSNAMEN, MODELLEN

...voor veiligheid in het gebruik van namen!

Tolhuis 20-12, 6537 LW Nijmegen, T (024) 373 94 70,
F (024) 373 94 73, E info@jurimark.nl, I www.jurimark.nl

roKatec



concept realisation metal plastics

Rokatec is gespecialiseerd in ontwikkeling en wereldwijde realisering van succesvolle producten en componenten in metaal en/of kunststof. Zowel complex als eenvoudig, vanaf concept en redesign.

info: www.rokatec.com

+31(0)30 6666 868

LEGO – Namaak toegestaan



Na de al eerder verlopen octrooien van LEGO op haar bouwsteentjes heeft het bedrijf nu ook niets meer aan haar vormmerk. Iedereen mag LEGO-steentjes namaken en verkopen.

Woensdag 12 november jl. verloor LEGO een belangrijke rechtszaak. Daardoor mag nu iedereen de zo bekende bouwsteentjes namaken. Ik geloof dat het een slagzin voor iets anders (pindakaas?) is, maar het had van de LEGO-steentjes kunnen zijn: 'Wie is er nou niet groot mee geworden?' Hebben we er niet allemaal huizen en auto's mee gebouwd? Dozen vol van gekocht voor onze kinderen? Ermee gegoid, onze benen erover gebroken en ze onder de bank teruggevonden? Wat gebeurde er 12 november?

Geschiedenis

De depressie van de jaren dertig raakte ook Denemarken. De boeren in Billund gaven hun lokale houtbewerker, Ole Christiansen, nog maar minimaal opdrachten voor het bouwen en inrichten van hun boerderijen. Om het hoofd boven water te houden, stapte Ole over op miniatures van zijn producten; de huizen werden huisjes, de meubels meubeltjes. Eerst als pronkstukjes, maar al snel werd het kinderspeelgoed.

Toen plastic steeds gangbaarder werd, besloot Ole niet alleen houten, maar ook plastic miniatures te maken. Zijn cliënten stonden niet te springen, maar Ole hield vol. Toen zijn fabriek geheel afbrandde, besloot hij een nieuwe fabriek te bouwen, waar alleen nog plastic miniatures werden geproduceerd.

Octrooien

In de jaren vijftig stapte de zoon van Ole, Godtfred Christiansen, in het bedrijf. Hij wilde meer met constructiespeelgoed doen. Eind jaren vijftig ontwikkelde hij het populaire plastic bouwblokje. Op 28 januari 1958 vroeg hij er een Deens octrooi voor aan. Al snel volgden andere landen, waaronder Nederland: NL 97076 voor *Speelgoedbouwelementen* werd aangevraagd op 4 april 1958 en verleend op 15 februari 1961 op naam van Godtfred zelf.

Merken

Vanaf eind jaren zeventig verstreek het ene na het andere octrooi. In de hausse van aflopende octrooien diende LEGO op 13 september 1984 bij het Deense Octrooi- en Merkenbureau een aanvraag in voor een zogenaamd vormmerk, ook wel een 3D-merk genoemd, voor het bouwsteentje.

Deze aanvraag diende als basis ('seniority') voor een identieke aanvraag op 1 april 1996 bij het OHIM, het Europees Merkenbureau.



Mega Brands

Precies twee dagen nadat het op 1 april 1996 aangevraagde Europese vormmerk als gemeenschapsmerk werd ingeschreven, dook Mega Brands er bovenop. Mega Brands is met haar Mega Bloks een grote concurrent van LEGO en beide fabrikanten zijn elkaar al vaker tegen gekomen in juridische procedures. In dit geval eiste Mega Brands nietigverklaring van het vormmerk.

Het argument was dat de relevante regelgeving verbiedt dat een merk wordt ingeschreven voor 'een vorm, waarvan de wezenlijke kenmerken noodzakelijk zijn om de technische uitkomst te verkrijgen.' De gedachte erachter is dat je met een vormmerk niet een bepaald technisch effect mag monopoliseren. Volgens Mega Brands maken de nopjes een belangrijk onderdeel ('wezenlijk kenmerk') uit van de LEGO-bouwsteentjes. Deze nopjes zijn bedoeld ('noodzakelijk') om de steentjes op elkaar te kunnen stapelen op zo'n manier dat ze ook zonder lijm aan elkaar vast blijven zitten (het 'technisch effect'). Dat betekent, aldus Mega Brands, dat het vormmerk niet ingeschreven had mogen worden.



LEGO voerde aan dat het niet zomaar nopjes

waren, maar nopjes met een eigen dessin en proportie. Dat betekent dat je niet zomaar mag zeggen dat het vormmerk niet mag omdat de nopjes dienen voor een bepaalde technische uitkomst. De nopjes van LEGO zijn specifieke nopjes, je kunt het technische effect van het aan elkaar blijven zitten ook bereiken door andere soorten nopjes te gebruiken.

Het Europese Hof van Justitie

De discussie werd bij het OHIM beslecht in het voordeel van Mega Brands. LEGO is vervolgens in beroep gegaan bij het Europese Hof van Justitie om vastgesteld te krijgen dat de nopjes op de LEGO-bouwsteentjes niet 'noodzakelijk' waren voor het technische effect. Het Hof oordeelde anders. Het vond de nopjes wel een wezenlijk kenmerk van de bouwsteen. Daarbij is gekeken naar de hoogte en diameter van de nopjes, het aantal, de inrichting, enzovoorts. Die kenmerken waren volgens het Hof allemaal noodzakelijk voor de technische effecten: de kracht van de verbinding, de opbouw-mogelijkheden, de hanteerbaarheid. Dat je die effecten ook allemaal kunt bereiken met andere nopjes, vond het Hof niet zo belangrijk. Zij oordeelde dat het genoeg is als de kenmerken 'voldoende' zijn om het technische effect te behalen. En dat was bij LEGO het geval. Dus het merk is nietig.

Hoger beroep?

Er is nu nog een mogelijkheid van hoger beroep. LEGO heeft al door laten schemeren daar gebruik van te zullen maken. Over een jaar of twee zullen we dan weten of we het einde van het LEGO-era gaan meemaken, of dat LEGO haar (bouw)steentje ook weer zal bijdragen aan het opgroeien van onze (klein)kinderen.

Clea Witteman

Juridisch adviseur I.E.

Octrooi Centrum Nederland



Een brug tussen toptalent en bedrijf

De grondslag van een uitvinding of innovatie ligt altijd in een idee. Zonder idee geen vernieuwing of verandering. De uitvinder is gewend om zijn idee tastbaar te maken. Een innovatief idee kan echter ook zijn weg vinden via een dienst of op de virtuele schaal van het internet. De laatste jaren zijn tal van kleine initiatieven via het internet in razend tempo uitgegroeid tot forse ondernemingen met dito rendementen. In deze Vindingrijk nemen we Business-Courses.nl van Oscar Bieleveld (1979) onder de loep.

Tekst: René IJzermans

Portretten: Anne van Gelder

Het is even wennen, iemand te spreken zonder tastbare vinding, zonder een prototype, om niets te horen over de manier van beschermen of de wijze waarop met een uitontwikkeld product de markt wordt gezocht. Niets van dit alles. Het enige tastbare bestond uit een kantoor pal onder Hoog Catharijne, het hart van Business-Courses.nl. De locatie is een bewuste keuze, zo blijkt, want het bedrijf brengt op nationaal niveau universitaire topstudenten en bedrijven samen en welke plek is voor de student beter te bereizen dan Utrecht Centraal?

Andere uitdagingen

Het idee van Oscar Bieleveld om toptalenten van universiteiten te matchen met het bedrijfsleven ontstond tijdens zijn eigen studie International Business aan de universiteit van Tilburg. Bieleveld geeft aan dat hij tijdens zijn studie altijd op zoek ging naar interessante dingen erom heen. 'Die maken de studie juist zo leuk. Er zijn zoveel activiteiten waar ik op een andere manier kon leren, waar ik energie in kwijt kon en die ook

gezellig waren. Ik ben nooit zo'n fanatieke student geweest, temeer omdat ik altijd op zoek was naar andere uitdagingen.' In zijn tweede jaar kwam hij via een medestudent in aanraking met unipartners. 'Dat was een kleine club van vijf studenten die zich bezighielden met het toegankelijk maken van universitaire kennis voor lokale bedrijven en de gemeente. Ik vond het een heel spannend idee om deel uit te maken van een eigen adviesbureautje. Het was dan wel klein, maar voor mijn gevoel toen heel groot in verantwoordelijkheden en mogelijkheden.'

Alles nieuw

Hij had het geluk dat hij er al als tweedejaars aan de slag kon. Het merendeel van de studenten dat er werkte zat al tegen het eind van de studie, maar er waren weinig aanmeldingen waardoor hij serieus werd genomen en er kon beginnen. Bieleveld vertelt over de eerste telefoontjes, het vergaderen, de eerste stappen naar klanten. Alles was nieuw voor hem, en erg leerzaam. 'We deden er geen hoogstaande dingen, maar wel

kleine marktonderzoekjes en gaven advies. Bedrijven hoefden niet veel te betalen en ze wisten dat ze geen allesomvattend advies konden verwachten, maar ze konden wel zien of er misschien iets interessants uitkwam.' Als bestuurslid van unipartners hield hij zich bezig met het werven en informeren van talentvolle studenten op universiteiten waarvan ze de gegevens in een database stopten om die er weer uit te halen zodra zich een geschikt project aandeede. Hij werd door dit werk gegrepen en maakte al snel 30 uur in de week. 'Doordat ik enthousiast werd, veel leerde en beter leerde plannen, is de ambitie gegroeid en kreeg ik meer drive voor de opleiding. Ik boekte in veel minder tijd veel meer resultaten.'

Persoonlijke vaardigheden

Een studiejaar lang wierp hij zich vol overgave op unipartners en probeerde eruit te halen wat erin zat. Terugkijkend ziet hij dit als een perfecte leerschool voor andere vaardigheden als het opdoen van kennis en het uitbouwen van zijn kunde. 'Juist het ont-

wikkelen van je persoonlijke vaardigheden is ook belangrijk, het samenwerken, plannen, het nadenken hoe je een probleem aan kunt pakken en kunt bespreken met andere mensen. Ik was de jongste van het hele team, een puber eigenlijk nog', lacht hij, 'maar het was ontzettend leuk om op die manier te leren.' Wat hij toen nog niet wist, was dat hij dat jaar de basis had gelegd voor wat later Business-Courses.nl zou gaan heten. Na dat jaar stortte hij zich op andere activiteiten die hij interessant vond om erbij te doen. 'De universiteit staat voor theorie. Al het andere moet je er zelf bijpakken. Daardoor kwam ik in aanraking met leuke en inspirerende mensen en uitdagingen. Dat heeft me veel opgeleverd. Helaas wordt dit de laatste jaren door de studiedruk steeds moeilijker gemaakt voor universitaire studenten.'

"Recruitment"

Tijdens het derde jaar ontstond bij Oscar Bieleveld het idee van Business-Courses. Dat jaar oriënteert hij zich op topwerkgevers. Veel topbedrijven investeren in vaak peperdure promotiecampagnes om hun merknaam onder studenten te promoten en de meest briljante studenten voor hun bedrijf te interesseren. Hiervoor worden onder meer ook "recruitmentactiviteiten" georganiseerd. Twintig tot dertig studenten worden geselecteerd om twee tot drie dagen met een bedrijf op pad te gaan. 'In die dagen krijg je een realistische case, je krijgt rondleidingen in fabrieken, leert het management kennen en ontmoet soms zelfs leden van de Raad van Bestuur. Als je daar goed doorheen rolt, heb je een duidelijk streepje voor en kun je vaak direct starten in één van de talentprogramma's die deze bedrijven aanbieden. Bedrijven willen op die manier een visitekaartje afgeven en jou enthousiast maken, aan de andere kant willen ze je ook testen door bijvoorbeeld te grote tijdsdruk als je in teams aan een case gaat werken. In dergelijke recruitmentactiviteiten wordt veel geld geïnvesteerd.'

Twee behoeften

Bieleveld deed aan verschillende recruitmentactiviteiten mee en kwam erachter dat bedrijven niet gelukkig waren met het rendement van de dure campagnes om hun activiteiten landelijk onder de aandacht te brengen. De kwaliteit en de hoeveelheid

aanmeldingen, en dus de keuze uit studenten, viel regelmatig tegen. Tegelijkertijd merkte Bieleveld bij medestudenten dat hun interesse werd gewekt door zijn enthousiaste verhalen over eigen ervaringen, maar merkte ook dat ze niet goed wisten waar ze geschikte informatie konden halen. 'Ik zag daardoor twee behoeften. Enerzijds van de bedrijven en anderzijds van de studenten. Op een feestje ontstond toen het idee om een soort matchingbureau op te zetten.' Samen met twee medestudenten schreef hij het concept waarin het basisidee uit de doeken werd gedaan. Bieleveld vertelt dat ze acht grote bedrijven benaderden met de vraag wat er aangepast moest worden om het concept volledig te laten aansluiten aan hun behoeften. 'Makkelijk was dat niet', zegt hij hierover, 'ze namen ons zeker niet allemaal even serieus, want we waren drie studenten met een idee om, terwijl wij ook nog studeerden, de 50 grootste bedrijven van Nederland te bedienen. Gelukkig hadden wij wel een goed verhaal.'

Bestaansrecht

'Ons idee was om een overzicht van informatie over recruitmentactiviteiten op een website aan te bieden. Dat was voor bedrijven alleen maar interessant als we heel veel universitaire topstudenten op de site zouden krijgen. Andersom zouden studenten alleen maar interesse tonen als er genoeg te kiezen viel. De twee verschillende klanten die we tegelijkertijd moesten interesseren bleek het lastigste aspect. Want als we één van de twee niet goed bedienden, dan zou het bedrijf geen bestaansrecht hebben.' Aanvankelijk stemden verschillende grote bedrijven in met een plaats op de website Business-Courses.nl, maar later kwamen ze hierop terug. Er bestond nog te veel twijfel over de slaagkans van dit concept. Ze werden terughoudend omdat er nog te weinig vertrouwen bestond dat drie studenten onder hun naam, en bovendien naast hun studie, de zaken wel zouden regelen. Dat was een grote teleurstelling. Hoewel ook de twijfel Bieleveld zo nu en dan in z'n greep hield, behield hij de overtuiging van de kansen van het concept. 'Ik zag het letterlijk voor me hoe het eruit zou zien', zegt hij hierover, 'daar lag ik 's nachts van enthousiasme wel eens wakker van. Dat ik er zo hard mee door ben gegaan had niets te maken met



Bij een recruitment event werken universitaire toptalenten aan zware real life cases

het geld dat ik wilde verdienen. Nee, het was mijn trots, de wil om te winnen door zelf iets neer te zetten.'

Knoop

Eén van de drie haakte af en Bieleveld ging door met de medestudent die het IT-gedeelte op zich nam. Een goed draaiende website was immers van groot belang. Ondertussen studeerde hij af en kwam hij in dienst van Heineken. Hij vroeg twee bevriende studenten of zij Business-Courses draaiende wilden houden en in de avonduren werd verder aan de IT gewerkt. Bieleveld vertelt dat hij onder meer een half jaar in Boekarest was om daar een marktonderzoek te begeleiden. Hij had het er prima naar zijn zin en de mogelijkheden binnen het bedrijf waren groot, toch bleef Business-Courses in hem rondzingen. 'Ik werd er af en toe wakker van, bleef het gevoel houden dat het echt iets zou kunnen worden als ik er de tijd voor zou hebben. Tot ik op enig moment opnieuw wakker werd en om vijf uur 's ochtends de knoop doorhakke en besloot mijn baan op te zeggen.' Hij werkte toen bijna twee jaar voor Heineken. 'Ik had het gevoel dat als ik het nu niet doe, dan gaat het beslist nooit meer gebeuren.'

Kantoor

'Het is achteraf misschien makkelijk praten, maar met enthousiasme bleek ik veel te kunnen realiseren. Er bestond al een duidelijk concept en in de tussenliggende jaren had het bedrijf 25 tot 30 klanten die blij met ons waren. Ik wilde vooral tempo maken door een eigen kantoor te hebben. Want dan zit iedereen om je heen, kun je meer delen, ook lol maken en het is veel beter voor de klant. De grote uitgaven aan het kantoor maakten het wel eng, maar vanaf dat ogenblik zijn we in een stroomversnelling gekomen omdat we er veel meer bij konden gaan doen. Bovendien bleken grote bedrijven nu wel



‘Ons idee was om een overzicht van informatie over recruitmentactiviteiten op een website aan te bieden. Dat was voor bedrijven alleen maar interessant als we heel veel universitaire topstudenten op de site zouden krijgen. Andersom zouden studenten alleen maar interesse tonen als er genoeg te kiezen viel.’

met Business-Courses.nl in zee te willen. Ze vielen voor het feit dat ik een goede baan bij Heineken had opgezegd om voor mezelf te gaan beginnen. Dat vonden ze stoer en gaaf en wekte ineens wel vertrouwen. Dit effect had ik me nooit zo gerealiseerd.’

Projecten

Verliepen de contacten met talentvolle studenten de eerste jaren voornamelijk via het internet, vanaf 2006 konden ze op kantoor worden uitgenodigd en breidde Business-Courses de diensten uit door toppers ook in contact te brengen met het MKB en overheden. De kennis en ervaring uit het tweede studiejaar van Bieleveld kwamen hem nu uitstekend van pas. ‘Eigenlijk draaiden we de projecten op dezelfde manier als toen in Tilburg, alleen nu met een professioneler format en konden we gaan concurreren met adviesbureaus die veel hogere tarieven vragen. Door het netwerk van topstudenten kunnen we briljante studenten leveren, die net zijn afgestudeerd, en inzetten voor een tijdelijke klus. Dit blijkt én voor de studenten én voor het bedrijfsleven erg interessant te zijn.’ Bieleveld benadrukt dat naast intelligentie de student ook andere vaardigheden moet bezitten. ‘Slimheid is leuk, maar de student moet ook met mensen binnen een organisatie kunnen omgaan, kunnen aanvoelen hoe de sfeer is en de knelpunten zien liggen. We focussen op breed ontwikkelde studenten met goede contactuele eigenschappen.’ Sinds 2006 is het team van Business-Courses uitgegroeid tot 18 mensen en werken ze samen met 35 talentscouts. Met dit volledige team bedienen zij nu de

60 grootste bedrijven van Nederland en steeds meer MKB bedrijven.

Websites

‘We zijn in Nederland een unieke partij omdat we alleen maar werken met toptalent van dit moment dat we in contact brengen met het bedrijfsleven, niet alleen voor business courses, maar ook voor tijdelijke projecten. In kwaliteit, prijs en snelheid zijn wij echt uniek. Door de verschillende websites kunnen studenten zich heel gericht voor bedrijven inschrijven. Wij komen zo gratis in contact met toppers die we door lage tarieven kunnen inzetten bij bijvoorbeeld MKB-partijen. Zo kan ik me voorstellen dat een student met zeer specialistische kennis een bepaalde tijd meehelpt bij de ontwikkeling van een uitvinding. Maar ook als er een “route-to-market plan” moet worden gemaakt. Daarvoor kun je naar een markt-

onderzoeksbureau gaan en heel veel geld neertellen, maar je kunt ook kiezen voor een net afgestudeerde marketeer die het fantastisch vindt om zijn specialistische kennis verder in de praktijk te brengen. Een half jaar later werkt zo’n toptalent vaak in het buitenland voor een toonaangevend bedrijf op wereldniveau.’

NOVU

Via MKB-Amsterdam kwam Business-Courses in contact met de NOVU. Al langere tijd bleek de wens te bestaan om een nationaal marktonderzoek uit te voeren waarbij wordt gekeken naar de barrières van het midden- en kleinbedrijf bij innovaties. ‘Wouter Pijzel van de NOVU gaf aan dat ze al een tijdje naar de juiste persoon zochten die dit onderzoek kon uitvoeren en legde dit verzoek bij ons neer. Dit onderzoek is onlangs afgerond en door deze ervaring zag ook de NOVU in dat er bijzondere talenten ingezet kunnen worden op een heel specifiek terrein. Daardoor zijn er verschillende ideeën ontstaan om tot samenwerking te komen. Ook de NOVU is een organisatie waar heel veel kennis zit. Hoe kunnen we dit in de toekomst koppelen waardoor we op een mooie manier gebruik van elkaar kunnen maken? Immers, wij hebben contact met net afgestudeerde frisse geesten die op tal van vlakken voor uitvinders kunnen bijspringen. Anderzijds bezit de NOVU contact met veel creatieve geesten waar het bedrijfsleven gebruik van kan maken? Is het niet mogelijk om brainstormsessies te gaan organiseren met uitvinders waarbij toptalent van ons kan worden aangehaakt aan leden van de NOVU? Voor de toekomst gaan we kijken of we dit op nationaal niveau vorm kunnen geven.’

Beschermingsinformatie Business-Courses.nl

Beeldmerk	business-courses.nl (Benelux)
Publicatiedatum	01-02-2004
Klassen	35; 41
Domeinnaam	business-courses.nl

Opmerking! De laatste tijd komen er steeds meer leden met een innovatieve dienst, een format of een concept. In dergelijke gevallen is een merknaam (beeldmerk/woordmerk), in combinatie met dezelfde domeinnaam, een goede beschermingsvorm.

Drie medailles voor NOVU-leden op IENA

Tijdens het Inventor Festival in Suzhou (China) in oktober jl. kreeg Wouter Pijzel van Andras Vedres, voorzitter van de International Federation of Inventors' Associations (IFIA), voor de NOVU drie standplaatsen aangeboden op uitvindersbeurs IENA. De NOVU besloot deze drie plaatsen onder de leden te verloten. De drie winnaars van de loting, Martien Duineveld, Bram van der Ende en Gerrit Staal, hadden vervolgens nog een week de tijd om zich op de beurs voor te bereiden.

De IENA-beurs

De IENA (Internationale Fachmesse Ideen-Erfindungen-Neuheiten) in Neurenberg (Duitsland) is een van de bekendste Europese beurzen, waar uitvinders in contact kunnen komen met partijen voor de financiering, productie of distributie van hun vinding. De beurs vond plaats van 30 oktober t/m 2 november jl. Er waren uitvinders uit alle windstreken, met uiteenlopende vindingen op gebieden als machinebouw, (duurzame) energieopwekking, (medische) hulpmiddelen, woningbouw, grondanalyse, ICT, chemie, grondstoffenproductie etc. De exposanten waren niet alleen individuele uitvinders, maar ook wetenschappers van universiteiten of onderzoekers van bedrijven. Opvallend was ook de aanwezigheid van veel verenigingen van jonge uitvinders uit verschillende Duitse regio's en uitvinderclubs van Duitse scholen met hun uitvindingen. Wellicht een idee voor de NOVU om iets soortgelijks ook in Nederland van de grond te krijgen? In totaal werden er zo'n 750 vindingen gepresenteerd. Naast de IENA vond de 'Consumenta' plaats (een soort huishoudbeurs). In het weekend konden bezoekers van deze beurs ook de IENA bezoeken, waardoor het veel drukker was dan op de voorgaande zakelijke dagen.

NOVU-leden en hun vindingen

Martien Duineveld stond er met zijn warmteleverende raam. Een raam met geïntegreerde nachtsolatie, nachtverduistering en kwalitatief hoogwaardige zonwering. In het stookseizoen is de hoeveelheid zonnewarmte die erdoor naar binnen komt groter dan het warmteverlies. Zelfs in een noordgevel is er nog warmtewinst. Vandaar de naam warmteleverend. Met een slimme reflector komt er in de zomer heel veel



Drie trotse NOVU leden met hun medailles (foto: Gerrit Staal)

daglicht naar binnen als er in de zonwering een kier van slechts 5 cm wordt gehouden. Duitsers zijn kleine ramen gewend en hebben in de zomer vaak de rolluiken naar beneden. Zij reageerden erg enthousiast op de wijze waarop de reflector veel daglicht diep naar binnen brengt terwijl de zonwering toch goed blijft functioneren. Zie ook: www.dubotech.nl. Gerrit Staal had twee types alzijdig vergrootbare tafels mee naar Neurenberg genomen. Een vierkante en een rechthoekige, waarbij beide uitvoeringen kunnen verdubbelen in bladoppervlakte. Een los/afneembaar bladtype met openklappend bovenblad en een type met bladverdubbeling die onder het bovenblad vandaan gehaald wordt. Bij dit laatste type blijft bovendien de bladhoogte constant in zowel de kleine als de grote stand. Zie www.adjustables.nl (in aanbouw). Bram van der Ende stond op de beurs met de 'FireSquid', een lichtgewicht handbrandblusser van ongeveer 1 kg, die met één hand als een pistool te bedienen is en dus een groot gebruiksgemak heeft. Het apparaat werkt met een nieuw soort blusstof (Aerosol, een combinatie van twee vaste niet-toxische chemische stoffen) en geeft na het overhalen van de trekker een 4 tot 6 meter lange pluim, die in ongeveer 1 minuut een beginnende of ernstige brand in een vertrek volkomen blust, terwijl de in de ruimte aanwezige zuurstof

beschikbaar blijft om te ademen. Het apparaat kan verder in z'n meest uitgebreide uitvoering, na detectie van de brand via een draadloze verbinding met een rookmelder, zelfstandig contact maken met de brandweercentrale, waarbij er een spreek-luisterverbinding ontstaat. Door een in de blusser ingebouwd GPS-systeem kan de brandweer

onmiddellijk zien waar exact in het gebouw de brand is. Gebruikers van de nieuwe blusser kunnen via de ingebouwde SIM-kaart essentiële gegevens van de privésituatie (leeftijd, eventuele handicaps, medicijngebruik etc.) doorgeven, waardoor de brandweer tegelijk met de melding op de hoogte is van voor eventuele hulp of evacuatie relevante gegevens.

De resultaten

Door met een vinding op een beurs als de IENA te staan, krijg je als uitvinder veel feedback uit de markt. Daarnaast is het dé plek om in contact te komen met potentiële producenten of distributeurs. De reacties van het publiek op de drie vindingen waren zeer positief, maar alleen Bram van der Ende hield aan de beurs een paar veelbelovende contacten over, gericht op de distributie van zijn product. Martien Duineveld had contact met een drietal ondernemers dat na de beurs verder wilde praten. Inmiddels is hij in onderhandeling met multinational Ecofys. Een complete verrassing tenslotte was, dat de internationale jury alle drie de vindingen een medaille toekende. Martien en Gerrit kregen allebei een gouden medaille voor hun vinding en Bram ontving een bronzen medaille.

Commercie

Het was prettig dat de drie Nederlanders bij elkaar in één stand stonden en op die manier voor elkaar in konden springen. De drie deelnemers kijken met een tevreden gevoel terug op hun beursdeelname in Neurenberg. Wellicht kan de zojuist ontvangen medaille en oorkonde een positieve bijdrage leveren aan het komende commerciële traject van de vindingen.

Bram van der Ende



© A. Bultsink

Standaard 'Policies' van grote ondernemingen bij het aanbrenge van nieuwe uitvindingen

In Vindingrijk schreef ik al eens een column over geheimhoudingsovereenkomsten (april 2004). In die column heb ik toen beschreven waarop u moet letten wanneer u uw (onbeschermd) uitvinding bij een derde presenteert. Het belangrijkste advies is om deze derde een goede geheimhoudings- en non-concurrentieovereenkomst te laten ondertekenen alvorens de bijzonderheden van uw uitvinding te onthullen. Hiermee wordt zoveel mogelijk voorkomen dat deze onderneming, buiten u om, daarvan gebruik gaat maken. Verder dient zo'n geheimhoudingsovereenkomst een flinke boete op overtreding te bevatten.

Het is mij opgevallen dat steeds meer (vooral) grote ondernemingen zichzelf wapenen met standaard verklaringen die uitvinders moeten tekenen alvorens hun uitvinding te mogen presenteren. Deze verklaringen worden veelal aangeduid als 'Patent Declaration', 'IP Protocol' of 'IP Policy'.

Beschermen tegen claims

Het gaat hierbij om ondernemingen die voor uitvinders interessant zijn als potentiële licentienemer of koper en die waarschijnlijk heel regelmatig worden benaderd. Dit soort ondernemingen wil voorkomen dat zij bij een van de uitvinder afkomstige verklaring voor meer zouden tekenen dan zij wettelijk verplicht zijn en/of willen enkel een gesprek aangaan met uitvinders die daadwerkelijk over octrooirechten beschikken. Zij willen zich hiermee beschermen tegen claims terzake het gebruik van niet-octrooieerbare ideeën van derden, die – behalve wanneer een overeenkomst is gesloten over het gebruik daarvan – in beginsel vrij over te nemen zijn.

Ik heb een aantal verklaringen gezien en wil u waarschuwen deze goed te bestuderen alvorens hiermee akkoord te gaan. De veelal in het Engels opgestelde "policies" contracteren nu juist datgene wat voor u van belang kan zijn alvorens uw goede idee of uitvinding te onthullen. De kern van dit type verklaringen is vaak dat geen inbreuk op het geregistreerde octrooirecht zal worden gemaakt. Voor de rest is de onderneming tot niets verplicht en is zij vrij om de uitvinding, voor zover niet beschermd, buiten de uitvinder om te exploiteren.

Zo'n policy is voor u uiterst nadelig wan-

neer u uw uitvinding juist in een vroeg stadium presenteert en u (nog) niet over octrooirechten beschikt. Mijn eerste advies is natuurlijk om niet lukraak akkoord te gaan met dit soort verklaringen, ondanks de druk die wordt uitgeoefend. Bekijk goed wat de verklaring voor u betekenen kan. Probeer de wederpartij te overtuigen van de onredelijkheid van bepaalde bepalingen in uw specifieke geval. Het herschrijven van voor u bezwarende onderdelen kan mogelijk tot een oplossing leiden.

Kan het sowieso al lastig zijn om bij grote concerns binnen te komen, deze gestandaardiseerde verklaringen maken het er zeker niet makkelijker op. De manager met wie u in contact treedt, zal onder verwijzing naar de standaardverklaring uw voorstel afwijzen en eisen dat u de verklaring van het bedrijf toch tekent. Er zal daarbij gewezen worden naar de interne (juridische) regels van het (moeder)bedrijf of men zal geneigd zijn zich te verschuilen achter de regels van de juridische afdeling die het betreffende beleid heeft opgesteld. Ik ken een geval waarbij het bezoek van twee managers van een buitenlands concern op het laatste moment werd afgelast omdat de uitvinder niet akkoord wilde gaan met de eenzijdige IE-Policy van deze onderneming.

Discussie over voorwaarden

Het nadeel van e.e.a. is dat in plaats van dat over de uitvinding en de mogelijkheden daarvan voor partijen wordt gesproken er een heuse discussie zal ontstaan over de voorwaarden van het onthullen van de uitvinding waar niemand bij gebaat is. In het hiervoor aangehaalde voorbeeld heeft de betreffende

onderneming zelfs nooit kennis gemaakt met de geniale uitvinding waarom het allemaal te doen was.

Lukt overleg niet, probeer dan via een andere route (ander land of specifieke contactpersoon) bij zo'n grote onderneming binnen te komen. Dat blijkt nog wel eens uit te kunnen maken. En, hoe kleiner de onderneming, hoe makkelijker het binnenkomen, hoe korter de lijnen en hoe groter de kans op flexibiliteit. Overigens kan het in alle gevallen zinvol zijn een professionele uitvinderbegeleider of organisatie in te schakelen; iemand die weet hoe dit soort partijen het beste kan worden benaderd en hoe deuren kunnen worden geopend.

Els Doornhein



Mr Els Doornhein is gespecialiseerd in het recht van Intellectuele Eigendom en de juridische begeleiding van uitvinders. Zij werkt bij De Vos & Partners advocaten.

Crowdsourcen – het nieuwe werken

Met de huidige ontwikkelingen op het internet, de globalisering en toenemende invloed van de consument, ontstaat een nieuwe vorm van werknemerschap: crowdsourcing.

Om onderscheidend te kunnen zijn, dienen organisaties sneller te innoveren en om sneller te kunnen innoveren hebben organisaties een toenemende behoefte aan kennis en creativiteit, die vaak niet binnen organisaties aanwezig is. Organisaties betrekken daarom steeds vaker de omgeving (gebruikers, expertgroepen, etc.) om onderscheidend en innovatief te zijn. Het is immers steeds moeilijker om kennis en creativiteit in huis te krijgen, te houden, te faciliteren en te ontwikkelen. Zo krijgt men kennis en creativiteit van de omgeving in ruil voor informatie, geld en publieke waardering. De bedenker staat in dit proces centraal. Het is de visie van Ideavents, het bedrijf van

NOVU lid Rob Veldt, dat crowdsourcing de komende jaren een significante rol gaat spelen in de arbeidsmarkt. Zeker ten tijde van economisch tegenslag ontstaat een extreme behoefte aan innovatie, die kan worden gevoed door het flexibele en relatief goedkope werknemerschap dat crowdsourcing biedt. Zeker met de toenemende vergrijzing ontstaat een enorme krapte op de arbeidsmarkt (lees: kennismarkt), wat eveneens vraagt om nieuwe vormen van arbeidsparticipatie om aanwezige kennis en creativiteit uit de maatschappij toe te passen op innovatievraagstukken.

Ideavents (o.a. Cash4idea) is pionier op het gebied van crowdsourcing en biedt haar le-

den op Cash4idea een podium om kennis en creativiteit toe te passen op innovatievraagstukken en om innovatieve ideeën (vindingen) te etaleren ten behoeve van organisaties. Organisaties kunnen eveneens actief zoeken op vindingen die bij de organisatie passen. Ondanks dat ideavents hiermee pioniert, bevindt crowdsourcing zich in onze visie nog nadrukkelijk in een beginstadium. Tijdens de eerste soep-stokbrood informatieavond van 2009, op 22 januari om precies te zijn, zal Rob Veldt in een speciale brainstormsessie nader ingaan op 'crowdsourcing'. Geïnteresseerde NOVU leden kunnen zich via info@novu.nl aanmelden voor deze informatieavond.

(Advertentie)

Doe **vóór 26 februari 2009** mee aan de businessplanwedstrijd van New Venture en onderzoek of jouw idee haalbaar is met kosteloze begeleiding door

- Coaches vanuit sponsorbedrijven
- Seminars
- Feedback van investeerders
- Én maak kans op prijzengeld!

Laat je inspireren en ontdek ondernemerschap

Zie voor meer informatie www.newventure.nl

New Venture 
van idee naar BV!



Kennismaking met de WBSO regeling

Nederland kent heel wat subsidieregelingen, die allemaal te vinden zijn via de site www.subsidieshop.nl. Maar welke subsidies zijn, liefst op een laagdrempelige manier, toegankelijk voor uitvinders (NOVU leden)?

Een goede aanleiding om een soep-stokbrood informatieavond over dit onderwerp te organiseren. Het was meteen ook de laatste van dit jaar, op 9 december jl.. De inhoud werd verzorgd door Martijn Bos (r) en Herman Jan Verlaan (l) (zie foto), adviseurs bij SenterNovem in Zwolle. Hun specialisme is de WBSO regeling, de Wet Bevordering Speur- en Ontwikkelingswerk.

WBSO doelgroep

De WBSO is bedoeld voor iedere ondernemer in Nederland, van MKB tot multinational, van starter tot familiebedrijf. Het maakt niet uit hoe groot de onderneming is of in welke bedrijfssector men werkzaam is. De

WBSO is een fiscale stimuleringsregeling waarmee de Nederlandse overheid een deel van de loonkosten voor speur- en ontwikkelingswerk (S&O), ook wel research & development genoemd, compenseert. In de praktijk betekent dit men minder loonheffing afdraagt. Zelfstandigen krijgen een vaste aftrek voor speur- en ontwikkelingswerk. De minimale voorwaarde is dat men ingeschreven is bij de Kamer van Koophandel. Jaarlijks doen ruim 12.000 ondernemingen een beroep op de WBSO.

Vier soorten S&O projecten

Binnen de WBSO onderscheidt men vier soorten S&O projecten:

- Ontwikkeling van technisch nieuwe producten, productieprocessen of programmatuur;
- Technisch wetenschappelijk onderzoek;

- De analyse van de technische haalbaarheid van een eigen S&O-project;
- Technisch onderzoek gericht op de verbetering van een fysiek productieproces of gebruikte programmatuur.

Voorwaarden

U kunt WBSO aanvragen wanneer:

- u zelf de S&O-werkzaamheden organiseert;
- de technologische ontwikkeling nieuw is voor uw organisatie;
- er technische knelpunten bij de ontwikkeling aanwezig zijn;
- de S&O werkzaamheden nog plaats moeten vinden (u vraagt altijd vooraf WBSO aan).

Informatie: www.senternovem.nl/wbso. Voor telefonisch advies kunt u terecht bij de WBSO-helppes, tel. 038 - 455 35 54.



(Advertenties)

ARNOLD  SIEDSMA
ADVOCATEN EN OCTROOIGEMACHTIGDEN

Een goed idee is soms meer waard dan u denkt.

Of het nu gaat om een nieuw product, een technische uitvinding, een merk of een naam, u wilt uw intellectuele eigendom omzetten in een exclusief commercieel succes. Daarom is het van groot belang om uw idee zo goed mogelijk te beschermen tegen commercieel misbruik door derden.

Arnold & Siedsma verzorgt octrooiaanvragen en merken modelregistraties. Daarnaast voeren onze advocaten civielrechtelijke procedures bij inbreuk op uw rechten wanneer dat nodig mocht zijn.

Meer weten over intellectueel eigendom en onze diensten? Bel 070-365 48 33 of ga naar www.arnold-siedsma.nl

Een goed idee verdient bescherming

IN 7 STAPPEN VAN IDEE NAAR MARKT

- 1 uw idee-inzending...onze eerste inschatting
- 2 projectbespreking...verfijnde inschatting...plan van aanpak
- 3 haalbaarheidsonderzoek...octrooionderzoek...3D ontwerp
- 4 volledig technisch uitwerken (engineering)
- 5 materialisatie...prototyping...testen...presentatiemiddelen
- 6 octrooiaanvraag...modelbescherming
- 7 commercialiseren...uitlicentiëren...eigen exploitatie...enz.

Kijk op www.lara-inventing.nl en vind uit hoe slim het is om uw vinding en alles wat daar bij hoort onder slechts één dak te hoeven brengen

Freddy de Jong
technische zaken
erkend NOVU-lid

Lara de Jong
commerciële zaken
NOVU-bedrijfslid

LARA-INVENTING
beoordeling planopstelling onderzoek ontwerp
engineering realisatie octrooi vermarkten

voor uitvinders en ideeënmakers die zouden wensen dat totaalondersteuning eens een keer werd uitgevonden !

Bezint eer ge begint!

NOVU lid Hanco Ravelli, van Creazi, hield op 18 november jl. op het NOVU kantoor in Utrecht een goed bezochte inleiding over duurzaam product ontwikkelen. Zelf spreekt hij liever van 'toekomstvriendelijk product ontwikkelen'.

Na een korte presentatie van zichzelf en zijn rijke historie als uitvinder/ontwerper legde Hanco uit waarom duurzaam ontwikkelen noodzakelijk is. Denk hierbij aan afnemende voorraden en milieuproblemen. Daarnaast plaatste hij echter een sterk relativerende opmerking: Wat is de invloed van de mens die 200.000 jaar rondloopt op een aarde die al 6 miljard jaar bestaat en nog een verwachte levensduur van 6 miljard jaar heeft?

Waarom gaat het nog niet goed genoeg?

Hoewel steeds meer mensen overtuigd raken van de problemen waarmee we onze wereld belasten, gebeurt er onvoldoende om het tij te keren. Dit komt mede door de lobby van gevestigde belangen, risicomijdend gedrag, regelgeving, gebrek aan inspiratie en voorbeelden en ontbrekend besef van de noodzaak van anders ontwikkelen. Verder is de westerse maatschappij er een van luxe, van overbodige producten en van kennis. De economie in Azië groeit snel, maar daarbij wordt relatief weinig aandacht besteed aan milieubescherming. De derde wereld tenslotte wil graag dezelfde snelle groei als Azië om dezelfde luxe als het westen te bereiken.

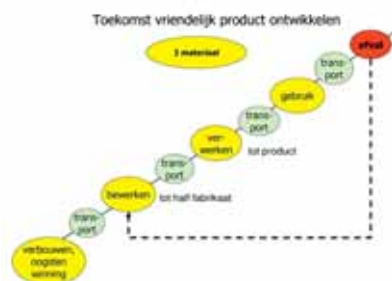
Groen imago

Veel westerse bedrijven willen graag een groen imago. Er zijn talloze logo's die daaraan bij kunnen dragen, maar het blijkt in veel gevallen vooral te gaan om window-dressing. Hoe groter het bedrijf hoe meer middelen om een groen imago op te bouwen. Voor een startende ondernemer is het daarentegen juist eenvoudig om een groen imago op te bouwen; je kunt er vanaf de start aan werken.

Toekomstvriendelijk

Hanco legde uit dat je producten 'toekomstvriendelijk' kunt ontwikkelen. Dit komt erop neer dat je al bij het ontwerp rekening houdt met alle acht fasen van je product.

1. Ontwerp
2. Materiaal
3. Materiaalgebruik
4. Productie
5. Distributie/verkoop
6. Gebruik
7. Levensduur
8. Einde gebruik



1. Bij het ontwerp kun je je afvragen: Welk probleem lost het product op? Is het wel nodig om het te maken? Hanco is er van overtuigd dat alleen intrinsiek goede producten worden geaccepteerd door de massa.
2. Bij de keuze van het materiaal kun je stilstaan bij de verschillende handelingen die het materiaal maken tot een grondstof. Denk aan de milieu-aspecten van verbouwen, oogsten (of winnen), transport, bewerken, transport en verwerken (afbeelding 2).
3. Ook bij materiaalgebruik kun je milieuwinst behalen: houd bij je ontwerp rekening met minder materiaalgebruik en

Toekomst vriendelijk product ontwikkelen is: rekening houden met de gehele levenscyclus



Bron: ecodesign strategy wheel (TU Delft)

- gebruik zoveel mogelijk monogame, gemakkelijk te scheiden, materialen.
4. Bij de productie spelen aspecten als locatie en arbeidsomstandigheden een rol.
 5. De milieubelasting van distributie kan worden beperkt door de hoeveelheid verpakking te verkleinen, door het gewicht en het volume te verlagen. Bij de verkoop kan verder worden gedacht aan gunstige garantievoorwaarden, service en het beperken van reclame.
 6. Zorg dat het product juist gebruikt wordt door een begrijpelijke handleiding. Zorg dat het product veilig is in gebruik en onderhoudsarm. Verleen goede service.
 7. Veel producten zijn nog niet versleten als we ze vervangen. Het is gunstig voor de aarde als we de aanschaf van producten uitstellen. Ook kunnen we producten halen en brengen bij een 2e handswinkel en je kunt ook een product kopen van een betere kwaliteit.
 8. Bedenk vooraf wat er met het product gebeurt aan het einde van het gebruik. Kan het worden ingeleverd, eventueel voor stiegeld? In hoeverre is het recyclebaar?

Lastige weg naar een mooie toekomst

Het was een lezing boordevol ideeën en inspirerende spreuken, gevolgd door een gezellige borrel. Hanco is ervan overtuigd dat we in staat zijn de huidige bedreigingen het hoofd te bieden. Maar één van de vragen die we ons dan moeten stellen is 'Wat doe ik er zelf aan?'

Bert Wolters

'Earth offers enough for men's needs, not for men's greed' (Gandhi)

'We hebben de aarde niet als erfenis in beheer, maar van onze kinderen te leen'. (ZKH Prins Claus)

'Goedkoop is niet duur(zaam)' (Hanco Ravelli)

NOVULEDEN *nieuwe*

Aanmeldingen in de periode 1 augustus tot 1 oktober 2008. De naam die tussen haakjes staat, is de contactpersoon bij de bedrijfsnaam die erboven vermeld staat. Een lidmaatschap is immers altijd persoonsgebonden.

Anthé, Hoog Mierde
(A. Nuwenhof)

I. Bektas, Utrecht

BudgetPatent, Loppersum
(C.B. van der Waal)

P. Buikema, Hoogeveen

Cash4idea, Heiloo
(C.J.A. Veldt)

EIM b.v., Zoetermeer
(J.F.J. de Jong)

W.G.M. Gijse, Uithoorn

P.T. de Jong, Drachten

J. van der Kamp, Westzaan

B.E. Karhof, Utrecht

S.R.N. de Kok, 's-Hertogenbosch

A.M. van de Laar, Son

L.A.A.W. van de Laar, Helmond

W.J.G. Maas, Abcoude

Pessers Subsidie Advies BV, Amsterdam
(S.M.C. Pessers)

J.L.H. Peters, Huizen

R. Potze, Rotterdam

ROC Midden-Nederland, Utrecht
(R. Hoevenaars)

P.C. de Roo, Oegstgeest,

E.R. Schalen, Den Hoorn

L.A.H. Senft, Amstelveen

J.H. Wedzinga, Zwolle

Reistijd is netwerkijd

Na ruim een jaar is NOVU lid Patricia Zebeda, samen met een team van creatieve mensen, erin geslaagd om Filenetwerken online te krijgen. Filenetwerken is een online netwerksite voor automobilisten en niet-automobilisten. Het succes van de site hangt af van de mensen die bereid zijn af en toe met andere interessante filenetwerkers gezamenlijk reistijd te benutten. Er wordt nog gewerkt aan het invoeren van een aantal verbeterpunten. Maar men kan alvast een kijkje nemen om te zien wie er al meedoen. Als je ingelogd bent en een profiel aangemaakt hebt, kan je je ritten opgeven. De bedenker van de site wil graag zien hoe er gereageerd wordt en is blij met alle feedback. Het is van belang dat het initiatief bekend wordt bij een groot publiek, dus geef het door aan vrienden, familie of collega's. Kijk maar eens op www.filenetwerken.nl. Heb je vragen, mail die naar info@filenetwerken.nl

New Venture winnaars

Op 27 november jl. werden bij SenterNovem in Den Haag de tien prijswinnaars bekend gemaakt van de 1e ronde van ondernemingsplanwedstrijd New Venture. Bij de eerste ronde staat het innovatieve idee voor een nieuw op te richten bedrijf centraal. De deelnemers moeten dit idee kort op papier zetten, op maximaal twee pagina's. NOVU lid Bram van der Ende had dat voor zijn vinding 'Firesquid' zodanig goed gedaan dat de jury hem één van de tien prijzen van € 500,- toe-kende. Een stimulans om door te gaan met ronde 2, de haalbaarheidsstudie.



(Advertentie)

Uw idee of uitvinding kan realiteit worden...

Avtipus Patents & Inventions (Ltd) heeft ruim 25 jaar ervaring met het ontwikkelen van een gevarieerd aantal succesvolle producten en nieuwe uitvindingen in opdracht van klanten over de hele wereld.

Avtipus werkt met onafhankelijke uitvinders, maar ook met universiteiten, onderzoekscentra, legeronderdelen en bedrijven.

Avtipus is niet alleen gespecialiseerd in het construeren van prototypes en modellen maar is ook uw shop voor het gehele octrooi traject van A tot Z!

Avtipus staat bekend om haar creatieve probleemoplossingen, vanaf het ontstaan van het idee tot de fabricage van het eindproduct onder controle van een multidisciplinair team van experts.

Avtipus garandeert haar klanten de beste persoonlijke service en eerste klas producten.

AllesoverOctrooi.nl is de bevoegde vertegenwoordiger in de Benelux voor Avtipus Patents & Inventions Ltd.

Neem gerust contact met ons op voor een eerste gratis gesprek.



Allesoveroctrooi.nl
Postbus 1
1610 AA Bovenkarspel

Tel. 0228 525489
Fax. 0228 525234
info@allesoveroctrooi.nl

www.allesoveroctrooi.nl



COLOFON

Vindingrijk® Magazine van de NOVU
ISSN: 1568 - 3702
Oplage: 1350 exemplaren.
Frequentie: 6x per jaar.
Jaargang 18, nummer 6, december 2008

NOVU-kantoor en redactie-adres:
Nijverheidsweg 16
3534 AM Utrecht
Postbus 10152
3505 AC Utrecht
Tel. 030 - 246 77 07
Fax 030 - 244 02 61
Site: www.novu.nl
E-mail: info@novu.nl

Redactie:
Douwe Brongers, René IJzermans,
Desirée Gerritsen, Bert Wolters

Foto omslag:
Anne van Gelder

Vormgeving en realisatie:
DeltaHage grafische dienstverlening

Advertentie acquisitie:
Jetvertising, Rijswijk
Tel. 070 - 399 00 00

Abonnementen:
Vindingrijk wordt kosteloos toegezonden
aan NOVU leden en donateurs.
Geïnteresseerden kunnen zich voor
€ 40,- per jaar abonneren.

Adreswijzigingen:
Gaarne zo spoedig mogelijk (met het
oude adreslabel bijgevoegd) sturen naar
het NOVU kantoor.

Opzeggen lidmaatschap/abbonement:
Het NOVU verenigingsjaar komt overeen met
een kalenderjaar. Indien men geen gebruik meer
van het lidmaatschap wil maken of het Vinding-
rijk abbonement wil beëindigen, dient men dit
vóór 1 december schriftelijk aan het NOVU kan-
toor kenbaar te maken. Deze opzegging wordt
schriftelijk bevestigd.

© Niets uit deze uitgave mag worden overge-
nomen en/of veeleuvoudigd, zonder voorafgaande
schriftelijke toestemming van bestuur of redactie.
De redactie behoudt zich het recht voor artikelen in
te korten, te redigeren of niet te plaatsen.

NOVU leden ontvangen 6x per
jaar zonder extra kosten het **NOVU
magazine 'Vindingrijk'**.

Op dinsdag- en donderdagmid-
dag wordt op het NOVU kantoor te
Utrecht een **persoonlijk** spreekuur op
afspraak gehouden. De spreekuren op
octrooigebied worden i.s.m. Octrooi-
centrum Nederland gehouden.

Leden kunnen in een vroeg stadium
een **vinding collegiaal laten toetsen**
door één of meerdere erkende NOVU
leden.

Maandelijks organiseert de NOVU, met
name voor nieuwe leden, de **cursus**
'**Van idee tot markt**'. Er kunnen per
keer maximaal 12 leden inschrijven. De
cursus neemt één dag in beslag.

Het **Prototype Advies Centrum** van de
NOVU ondersteunt leden en overige
uitvinders en ondernemers bij de rea-
lisatie en toepassing van prototypes.
Een professioneel prototype is immers
een krachtig communicatiemiddel.

Voor het laten **vervaardigen van**
prototypes beschikt de NOVU over
een bestand van speciale werkplaat-
sen waar NOVU leden, omringd door
alle zorgvuldigheid die daar bij hoort,
proto's kunnen laten vervaardigen.

Verstrekken van **geheimhoudings-
verklaringen op maat**, zodat de
betreffende NOVU leden toch
adequate bescherming genieten tijdens
en na het communiceren van een vin-
ding aan een potentiële marktpartij of
anderszins ondersteunende partij.

Regelmatig organiseert de NOVU
inleidingen en lezingen over
onderwerpen die voor de leden van
belang kunnen zijn. Deze inleidingen

worden aangekondigd op de NOVU
site, in het magazine 'Vindingrijk' en
meestal ook via een mailing.

Brainstormsessies voor en met NOVU
leden.

Met strategische partners in deze
organiseren wij met enige regelmaat
brainstormsessies.

Projectmanagement

Cruciaal bij een innovatief project is
het juiste management. Via de NOVU
kan men nu tegen een zeer redelijk
tarief beschikken over professionele
innovatiemanagers om het project op
het juiste spoor te krijgen en te houden.

Specialistische cursussen

Naast de algemene cursus 'Van idee tot
markt' organiseert de NOVU betaalba-
re specialistische workshops zoals 'oc-
trooizoeken in digitale octrooibronnen'
en 'marketing voor uitvinders'.

Toegang tot het **ledenbestand** via een
besloten gedeelte op de NOVU site.
Er kan onder meer op vakgebied en
woonplaats worden geselecteerd.

Beschikbaar stellen van **vergaderac-
commodatie** in het centraal in Neder-
land gelegen NOVU kantoor.

Toetsing van ideeën en vindingen via
www.novuster.nl. Aansluitend kunnen
vindingen door onafhankelijke deskun-
digen worden **beoordeeld**.

Speciaal ten behoeve van bedrijfsleden
is de **in company training** 'Innovatie
binnen het MKB' ontwikkeld.

*Nadere informatie bij de NOVU
office manager, Desirée Gerritsen
Telefoon 030 - 246 7707*

ADVERTEERDERSINDEX

Pagina 8: Jurimark, Rokatec, Pagina 15: New Venture,
Pagina 16: Arnold & Siedsma, Lara Inventing,
Pagina 18: Allesoveroctrooi.nl



De NOVU in China

Vanwege het 40-jarige bestaan van de IFIA werden alle uitvindingsorganisaties ter wereld uitgenodigd in Suzhou (China) bijeen te komen. Er waren delegaties uit ruim veertig landen op de 6th International Exhibition of Inventions, die voor deze gelegenheid was omgedoopt tot 'Inventor Festival'. Het geheel vond plaats van 16 tot en met 19 oktober jl. De Nederlandse delegatie telde veertien NOVU-leden.



De gastvrijheid van de Chinese Associatie van Uitvinders was groot. Zo werden de faciliteiten zoals hotel, maaltijden en vervoer goed en goedkoop aangeboden. De complete stand was zelfs gratis. De deelnemers ontvingen een bijna tweehonderd bladzijden tellend dik beursboek waarin alle inzendingen vermeld stonden. Sommige landen hadden slechts een handvol inzendingen aangemeld, andere tientallen. Iran bijvoorbeeld had maar liefst 80 inzendingen. Landen als de USA en Niger deden het bescheidener met ieder drie.

De NOVU in Suzhou

Volgens het officiële beursboek zou Nederland vertegenwoordigd worden door vier uitvinders. Doordat één van de leden op het laatste moment zijn uitvinding moest terugtrekken, bleven er maar drie over, waarvan er twee persoonlijk op de stand aanwezig waren: Bernard en Amat Geerdink en Wim Stenfert Kroese. De uitvinding van Corné Rijlaarsdam werd vertegenwoordigd door Douwe Brongers, die eveneens zijn 'Uitvindingsgids' (Engelse versie) onder de aandacht bracht van het – hoofdzakelijk Chinese publiek. Door de organisatie waren twee studenten Engels ter beschikking gesteld die de NOVU leden bijstonden om gesprekken met de Chinese bezoekers te vertalen.

Succes

De Candlepads van Amat en Bernhard Geerdink trokken de meeste aandacht, ook die van de media. Bijna de gehele dag door stonden er mensen stil bij het tafeltje waar op een paar kandelaars stonden met daarin

wiebelende kaarsen. Oplossing: je pakt een Candlepad, doet die samen met een kaars in de kandelaar en de kaars staat klemvast. Het is zeker ook vermeldenswaard dat Amat en Bernhard contact hebben gekregen met een Chinese zakenman die hun vinding wil kopen en verder vermarkten. De jury beloofde de vinding met een gouden medaille. De vinding van Wim Stenfert Kroese, de ConSensor, trok geregeld de aandacht. Gelukkig had onze talenstudent een paar zinnen en kreten in het Chinees op de standwand geschreven, zodat de bezoekers snel konden zien waar de vinding van Wim over ging. Een aantal constructeurs of bouwadviseurs hebben Wim uitgehoord over de methode om tijdens het drogen van beton de vochtigheids- en hardheidsgraad te meten. De vinding van Wim kreeg een zilveren medaille. De Dutchdam van Corné Rijlaarsdam was iets minder populair dan de eerste twee. Niettemin was er een aantal geïnteresseerden dat graag naar de uitleg luisterde. De jury verstrekke de Dutchdam een bronzen medaille. Tot slot presenteerde Douwe Brongers de 'Practical Inventors' Guide'. Ook deze presentatie trok de aandacht van de media. Vier landen interesse getoond de Inventors' Guide te laten vertalen in hun taal om het vervolgens in het betrokken land te laten uitgeven.

Sfeer en extra medaille

Als je niet beter wist zou je zeggen dat alle Nederlanders al vele jaren vrienden van elkaar waren. De onderlinge sfeer was prima, men hielp elkaar, er werden grappen gemaakt en soms gingen een paar personen samen op excursie de stad in. Ook tijdens deze 'dames-programma's' bleek de sfeer



bijzonder goed. Kennelijk is de onderlinge hulpvaardigheid en inzet opgevallen: de Nederlandse delegatieleider, Wouter Pijzel, ontving van de Chinese Association of Inventions een gouden plak voor de goede samenwerking en grote inzet.

Orange Plastics

Op vrijdag 17 oktober bracht een deel van de Nederlandse delegatie een bezoek aan het spuitgietbedrijf 'Orange Plastics' in Changzhou. Gastheer Lodewijk Boddaert liet de acht NOVU leden het gehele complex zien en legde de werking van de diverse machines uit. Het spreekt vanzelf dat een deel van de productie in opdracht van Nederlandse bedrijven wordt vervaardigd. Het bedrijf is eigendom van de familie Li, die met het aanbieden van een uitgebreide, typisch Chinese, lunch op een zeer royale wijze inhoud gaf aan het begrip gastvrijheid.

Het land

Wie nog nooit in China is geweest kan amper beseffen hoe groot het land is en hoe groot de steden zijn. Bijvoorbeeld: Shanghai telt evenveel inwoners als heel Nederland. Suzhou (spreek uit: zoe sjò) is een kleine stad met maar vier miljoen inwoners. Waar je ook kijkt, je ziet hoge woontorens staan. Hebben wij het over voorbeelden als Zoetermeer met al zijn flats, dat is niets in vergelijking met steden in China waar je uren langs zeer hoge flatgebouwen rijdt. Ook de Expo was een massa-toestand. Het enige nadeel is de taalbarrière: je kunt een paar tekens onthouden, maar als je de weg kwijt bent, dan ben je die ook goed kwijt. Er is één advies waarmee ik wil besluiten: pas goed op het geld dat je aanneemt. Drie van onze leden hebben onopgemerkt een vals briefje van honderd huan (ongeveer tien euro) in de handen gedrukt gekregen. Dat zou na het lezen van de vorige Vindingrijk niet gemogen hebben. Inderdaad: ik was één van die drie!

Douwe Brongers