Vindingrijk

magazine van de Nederlandse Orde van Uitvinders

thema: creatieve sector

Al spelende leert men

Design in de boardroom

Modelrecht vs octrooi

Dutch Design de grens over

NOVU
opgericht in 1989

herfst 2018

VAN DE DIRECTEUR

door: Joris Cavelaars

Nieuw adres NOVU per 1 juli 2018:
NOVU, Nederlandse Orde van Uitvinders
Landgoed Paleis Soestdijk
Amsterdamsestraatweg 12,
3743 AB Baarn
Telefoon: 035 - 622 40 16

Bij het verschijnen van deze Vindingrijk zullen we ongetwijfeld terugkijken op een geslaagde officiële opening van de nieuwe NOVU locatie op het landgoed van Paleis Soestdijk. Op het moment van schrijven van dit stuk zijn Irma, Jolijn en Jan nog met veel enthousiasme bezig met de voorbereidingen. Hier komt weer goed de kracht van de vereniging naar voren waarbij de leden zich telkens weer inzetten waar nodig. Niet alleen bij feesten en partijen maar ook bij het uitwerken van ideeën tot product. Veel van onze uitvinders worden door elkaar geholpen met kennis, contacten en andere hulp. Vaak is het kantoor hierin de spil.

Vanzelfsprekend is het goed kennen van de leden een noodzaak om deze expertise succesvol voor elkaar te kunnen inzetten. Hiervoor is er op de inlogomgeving van NOVU.nl de mogelijkheid om een persoonlijk profiel aan te maken. Het is van groot belang om dit in te vullen. Dit is niet alleen cruciaal voor de NOVU om haar taak goed uit te voeren, ook kunnen we de leden proactief benaderen met interessante mogelijkheden. Als voorbeeld noem ik een brainstorm voor een bedrijf waarbij leden tegen een aantrekkelijke vergoeding meedenken aan een oplossing voor een probleem. Dit is iets wat Uitvinders leuk vinden om te doen en waar we als NOVU geregeld voor benaderd worden. Nu worden leden geselecteerd die bij het kantoor en bestuur goed bekend zijn. Veel liever benutten we het ware potentieel en betrekken we ook de minder bekende leden op basis van hun profiel op de ledenomgeving.

Tijdens de opening zullen de aanwezigen een aantal veranderingen hebben opgemerkt. Allereerst natuurlijk het kantoor zelf dat in de zomer is opgeknapt en ingericht door Jolijn, Wouter en Jan. Veel dank voor deze inzet!

In dit kantoor is het Maakatelier van start gegaan. Twee deskundige en meer dan enthousiaste stagiairs van de Hogeschool van Amsterdam werken hier elke dag aan opdrachten van Uitvinders. Noah Carstens is Student Engineering Design en Innovation, Nando Mans is student Product Design. Hiermee ondersteunen we onze leden met een breed palet aan diensten, denk aan het maken van octrooitekeningen, het uitwerken van ontwerpvraagstukken en het maken van prototypes. Ook merken we dat Uitvinders veel tijd kwijt zijn met het vinden van goede toeleveranciers en componenten. Dit zijn ook zaken waar het Maakatelier goed werk doet. Het vinden van de toeleveranciers levert gebundelde kennis op die de NOVU weer sterker maakt. Met de inbreng van de Product Design achtergrond worden er ook aansprekende illustraties en animaties gemaakt. Het aantrekkelijk maken voor gebruikers en het aansprekend presenteren is vaak cruciaal voor het succes van een uitvinding, maar niet altijd de sterkste kant van Uitvinders.

Een belangrijk stuk gereedschap voor het Maakatelier is onze nieuwe 3D printer. Ultimaker heeft de NOVU de Ultimaker 3 geschonken. Dit is een zeer goede en gebruiksvriendelijke 3D printer met veel mogelijkheden. Hiervoor gaat ook dank uit naar ons erelid Reinout Melzer die onvermoeibaar bezig is om Nederlands beste 3D printers op het terrein van Made By Holland te krijgen.

Dit stuk had over allerlei onderwerpen kunnen gaan maar een ding stond vast: een groot dankwoord aan Wouter Pijzel! In het afgelopen jaar heeft hij een enorme bijdrage geleverd aan de toekomst van de NOVU. Hij was vrijwel dagelijks betrokken bij zaken uiteenlopend van strategisch advies tot klussen aan de locatie. Nu hij zich terugtrekt als officieel medewerker van het kantoor kijken we uit naar de toekomstige samenwerking met Wouter als zeer betrokken lid.

Brainteaser 1

Brainteaser uitleg

In deze Vindingrijk vindt u 3 brainteasers; opgaven uit het spel Utopia van Sjaak Griffioen. De opdracht luidt: Bouw een stad die bestaat uit 16 gebouwen. Er moeten in totaal 4 gebouwen van 4 verdiepingen hoog, 4 van 3 hoog, 4 van 2 hoog en 4 van 1 verdieping hoog gebouwd worden. Op de plattegrond zijn al enkele gebouwen geplaatst. De getallen aan de zijkanten geven het aantal gebouwen aan dat je van die kant kunt zien. Een hoger gebouw blokkeert het zicht op een lager gebouw erachter. Verder moet elke rij en elke kolom gebouwen van 4 verschuillende hoogtes bevatten. Er is precies 1 oplossing.

Vindingrijk

magazine van de NOVU

door: Bert Wolters

Creatief met creatieve industrie

Deze Vindingrijk heeft als thema 'Creatieve industrie' en heeft daarom hier en daar een andere invulling dan u gewend bent. Je kunt in de term 'creatieve industrie' een tegenstelling zien (industrie is vooral productiegericht, creativiteit is vooral intuïtief) of een pleonasme (zoals 'natte regen'): industrie moet wel met creatieve aanpassingen komen om niet weggeconcurreerd te worden. Het is in ieder geval een thema dat nauw verbonden is met uitvinders.

In deze Vindingrijk een interview met gamedesigner Sjaak Griffioen, waarvan u een aantal brainteasers verspreid over het nummer aantreft. Deze geven een mooie indruk van zijn nieuwe spel. Op p. 2 treft u de eerste hiervan aan. Op p. 4 een sfeerverslag van de housewarming op 20 juli. Op p. 5 kunt u lezen wat de creatieve industrie en uitvinders aan elkaar kunnen hebben, terwijl Jake Blok u op p. 6 wijst op het toenemende belang van design. Op p. 7 vertelt vormgeefster irma Rademaker over verschillende methodes om te komen tot een klantgericht product. Zij heeft deze pagina ook zelf vormgegeven.

Karen Kraan-Sam legt op p. 8 uit hoe u creatieve uitingen kunt delen op uw eigen voorwaarden en Jan Taco te Gussinklo vertelt op p. 9 over de toenemende rol van serious gaming in de gezondheidszorg.

Op p. 10 het genoemde interview met Sjaak Griffioen, die spelen en leren met elkaar verbindt in zijn games. Els Doornhein vertelt op p. 13 over de bescherming van Dutch Design over de grens, informatie die ook interessant is voor andere vindingen. Ferdinand Hoeben wijst u op p. 14 op de risico's van afbeeldingen bij modelrecht en p. 15 geeft u een inkijkje in onze nieuwe locatie en in een nieuw initiatief van Giovanni Kerkhof.

De NOVU zit nog maar kort op Paleis Soestdijk maar is al nauw betrokken bij een grote tentoonstelling over Nederlandse uitvindingen. Een impressie van deze nog te openen tentoonstelling vindt u op p. 16. Een mooie kans voor de NOVU. Op de pagina's 18 en 19 vindt u tenslotte een aantal stukjes actuele informatie over de NOVU.

Het is weer een leerzaam en creatief nummer geworden. Veel leesplezier.

Bert Wolters,
hoofdredacteur

Rectificatie

In het artikel over de nieuwe gecertificeerde leden in de vorige Vindingrijk is helaas een fout geslopen met betrekking tot de vinding van Bram van der Ende. Er staat: "Door een in de blusser ingebouwd GPS-systeem kan de brandweer onmiddellijk zien waar de brand is". Dat klopt niet: in de op de markt zijnde types van de blusser zit die functie niet. Die zat wel in het prototype, maar voor dat type is geen toestemming gegeven door de Nederlandse keuringsautoriteit om op de markt te komen. Meer informatie is te vinden op www.ardexx.com.

INHOUD

Van de directeur 2
Joris Cavelaars

Creatief met creatieve industrie 3
Bert Wolters

Housewarming 4
Jolijn Cohen Tervaart

Samen creatief 5
Bert Wolters

Design in de boardroom 6
Jake Blok

Kort interview irma Rademaker 7
Bert Wolters/irma Rademaker

Creatief werk delen? 8
Karen Kraan-Sam (RVO Octrooicentrum)

Serious gaming, mij een zorg 9
Jan Taco te Gussinklo

AI spelende leert men 10
Bert Wolters

Dutch Design de grens over 13
Els Doornhein

Modelrecht en technische features vs octrooirecht 14
Ferdinand Hoeben

Nieuwe locatie in beeld 15

TrooIDs-uitvinder Giovanni Kerkhof: Who's your owner? 15
Paul de Rooij

Vind het uit! 16
Bert Wolters

NOVU nieuws 18
Nieuwe leden
Agenda
NOVU 30 jaar

Maakatelier krijgt vorm 19
Jolijn Cohen Tervaart

NOVU ledenservice 20

Colofon 20

Thema Vindingrijk winter:
energie
Aanleveren kopij vóór 1 december via vindingrijk@novu.nl.

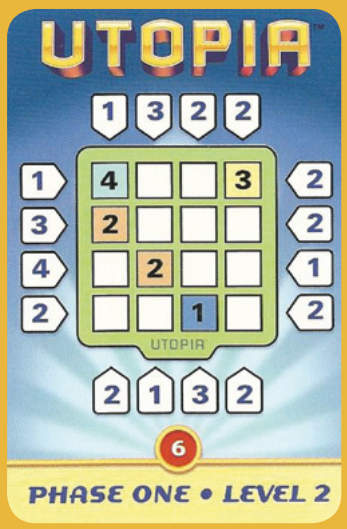
door: Jolijn Cohen Tervaart

Een sfeervolle housewarming op 20 juli

Om op een leuke en informele manier kennis te maken met de buren van het landgoed, hadden we op 20 juli jl een kleine housewarming georganiseerd. Het bestuur, directie, commissieleden, enkele betrokken relaties, medewerkers van Paleis Soestdijk en natuurlijk onze buurtjes waren uitgenodigd. Het was een gezellig feestje! Want wat wil je, de verhuizing was achter de rug (de muren waren nog nat van de verf), de vakantie stond voor de deur, het was al maanden heerlijk weer en natuurlijk die fantastische nieuwe locatie voor de NOVU! Jan van Rijnsoever had als verrassing het tango ensemble Tangata uitgenodigd. Tijdens de borrel hebben zij heerlijk voor ons gespeeld. Margreet Markerink op piano en Jacqueline Edeling op de bandoneon. Later kwam ook Boris Franz met zijn bas en het trio was compleet. Echt een verrassing, want niemand wist hier van. Rond de klok van 19.00 uur waren de meeste genodigden al weer richting huis en hebben we met diegenen die er nog waren genoten van een overweldigend privé-concert, buiten onder de bomen. Het was erg sfeervol. Onder het luisteren had ik zo'n moment dat ik nooit meer vergeet. Het drong namelijk voor het eerst echt tot me door hoe bijzonder het is dat de NOVU, na die moeilijke jaren, ooeens op deze bijzondere historische plek van Nederland mee mag werken aan de vernieuwing van Nederland in zekere zin. Dat de uitvinders de gelegenheid krijgen om mee te bouwen aan het landschap van de vernieuwing. Het is verdiend door al die uitvinders al die jaren... Het voelt aan als een (koninklijke) kroon op het werk van de afgelopen 29 jaar. Erg bijzonder!

Margreet Markerink op piano en Jacqueline Edeling op de bandoneon. Boris Franz met zijn bas.

Brainteaser 6



Station Arnhem Centraal: mooi ontwerp maar lange tijd niet realiseerbaar.

door: Bert Wolters

Samen creatief

De creatieve industrie is eén van de topsectoren. Maar wat is creatieve industrie en wat kan een uitvinder ermee?

Groeier

De creatieve industrie verbeeldt ideeën, creëert innovaties en biedt oplossingen voor maatschappelijke opgaven. Voor uitvinders kan de sector een goed voorbeeld en aanjager zijn. 'Creatieve industrie' is een verzamelnaam voor creatieve richtingen als architectuur, gaming, mode, dance, design, enz. en is één van de snelst groeiende sectoren in Nederland.

Beeld

Het voordeel van de producten van de creatieve industrie t.o.v. die van uitvinders is dat ze vaak rechtstreeks tot het publiek spreken, waarbij jaarlijkse festivals zorgen voor een veel bredere bekendheid en beleving; denk aan festivals als Lowlands, Dutch Design Week, enz. Hier komen duizenden mensen genieten van creatieve ideeën. Vertegenwoordigers van de creatieve industrie zijn vaak veel zichtbaarder en die bekendheid kan geld opleveren. Mensen komen af op bekende namen als Tiësto, Rembrandt, Berlage, Scapino ballet, Rietveld, enz. Welke uitvinder trekt volle zalen?

Dutch Design (Week)

Veel Nederlandse ontwerpen zijn wereldberoemd. Nederlandse architecten realiseren fascinerende bouwwerken in verre landen en elk jaar wordt in oktober in Eindhoven de Dutch Design Week gehouden; een evenement waarbij, verspreid over zo'n 100 locaties, werk wordt getoond van ongeveer 2600 ontwerpers. Er komen ongeveer 335.000 bezoekers op af.

Samen sterk

Elke uitvinder weet dat het zelden gebeurt dat het idee dat je oorspronkelijk hebt in één keer werkt en marktrijp is. Tussen idee en product zitten veel tussenstappen, waarin oplossingen bedacht moeten worden voor onvoorziene knelpunten. De uitvinder kan zijn vinding eindeloos blijven verbeteren, voordat hij hiermee naar buiten treedt. De creatieve industrie komt echter vaak eerst met een aansprekend beeld en kijkt pas daarna of dat ook gerealiseerd kan worden. In dat opzicht biedt de creatieve industrie veel kansen voor uitvinders: de sector heeft een sexy imago. Die uitstraling maakt de toegang tot financiële middelen makkelijker. Daarnaast zijn voor de realisatie van die creatieve ideeën vaak, juist door hun creativiteit, nog niet bestaande, toepasbare oplossingen nodig. En uitvinders zijn nu juist goed in het bedenken van die oplossingen.

Station Arnhem Centraal

Station Arnhem Centraal is een mooi voorbeeld van de kracht van een mooi plaatje. In 1989 viel het besluit om het station van Arnhem te vervangen. In 1992 kwam een voorstel dat echter in 1996 werd verworpen. Daarna werd het futuristische ontwerp van architect Ben van Berkel omarmd door de betrokken partijen. Probleem was echter dat het ontwerp dusdanig futuristisch was (en het beschikbare budget beperkt) dat in eerste instantie geen bouwonderneming zich waagde aan dit project. De enorme vrijhangende welvingen konden niet in beton worden uitgevoerd. Dit zorgde voor jaren vertraging. Uiteindelijk zijn de welvingen van metaal gemaakt, met technieken uit de scheepvaart en is het station in 2015 geopend.

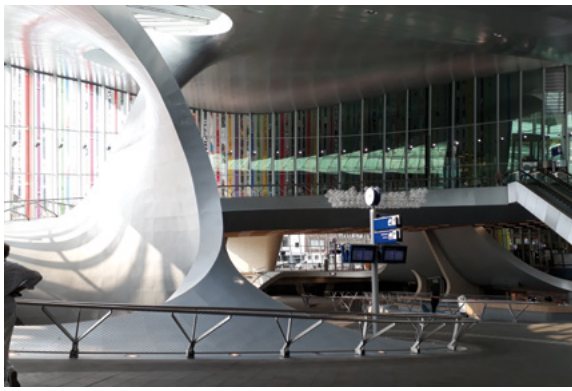
De juiste vorm

Veel uitvinders bedenken een technische oplossing voor een probleem en zijn blij als hun oplossing doet wat ze hebben bedacht. Het uiterlijk is daarbij vaak minder belangrijk, terwijl het uiterlijk vooral voor een consument vaak het eerste contact is met een (nieuw) product. Als de vorm van een product direct duidelijk maakt waar het product voor dient koopt een consument het waarschijnlijk makkelijker dan wanneer hij een product ziet waarvan hij geen idee heeft waar het voor dient.

Daarnaast is het belangrijk dat een product een pakkende naam heeft, goed aanvoelt en eenvoudig en doeltreffend in gebruik is. Onderschat het belang van deze aspecten dus niet.

Conclusie

De creativiteit van uitvinders is anders dan die van musici, ontwerpers, architecten, enz. Uitvinders kunnen veel leren van de uitstraling van de creatieve industrie. Daarbij zal de creatieve industrie vaak uitvinders nodig hebben om de ideeën te realiseren. Een goede basis voor een vruchtbare samenwerking.



door: Jake Blok

Design dringt door op beslissingsniveau

Elke uitvinder is een designer.
In een gesprek dat ik ooit had met iemand werkzaam bij Unilever kwam naar voren dat 'Design' gaat over die activiteiten die samenbrengen wat de klant wil. Het gaat over wat we willen maken en hoe datgeen wordt gemaakt en door de klant wordt gebruikt. De 'Wie', 'Wat' en 'Hoe'.

Dit is op zich geen nieuw denken. Met de opkomst van 'innovatie' halverwege de vorige eeuw, gepaard met het strategisch denken van Cooper met zijn 'stage gate aanpak'[1], werd innovatie steeds meer een thema in de 'boardrooms' van bedrijven. Een 'manageable' proces. Gepositioneerd als een 'noodzaak' voor elke organisatie om te kunnen overleven.

Communicatie

Tom Peters legde met zijn boek over design[2] de vinger op de 'juiste' plek door aan te duiden dat het gaat om 'innovate, differentiate and communicate'. Je kunt dit boek zien als een oproep om in het ontwikkelproces veel aandacht te schenken aan de door de klant te ervaren onderscheidende kenmerken van wat je maakt en hoe het dient te worden gebruikt.

Freddy Heineken en Tom Peters hebben elkaar wellicht niet gekend, maar het interview in de Volkskrant[3] met 'adverteerder van het jaar 1995', meneer Heineken, over het belang van communicatie geeft een indruk van de praktische waarde van communicatie.

Design centraal

Met de opkomst van de diensteneconomie en mede ingegeven door de transformatie van het Internet tot een interactieplatform (hetgeen vaak in mijn columns terugkomt), spreekt het populaire artikel[4] over de opkomst van designers in 'Silicon Valley'mij als ondernemer al jaren aan.

Werk je bij een groot bedrijf, bij een start-up of voel je je als uitvinder ondernemer en heb je wellicht zelfs de stoute schoenen reeds aangetrokken om van vinding naar product naar omzet en tevreden klanten te gaan, dan is het samenbrengen van de Wie, Wat en Hoe essentieel. Designers zetten dit centraal. En als in het economische speelveld design zelfs is doorgevoerd tot aan beslissingsniveau dan lijkt het me evident dat wij uitvinders dit ook doen.

Awards

Als jurylid van de Webby Awards en ondernemer vind ik het belangrijk om in de gaten te houden wat de grote ontwikkelingen zijn en is het gezond om open te blijven staan voor hoe naar waarde wordt gekeken. Een handige manier om hier een beter gevoel bij te krijgen en inspiratie op te doen is door je te verdiepen in 'Awards'[5] en hun aanpak en natuurlijk te kijken naar wie de genomineerden en winnaars zijn. Voor mij zijn Webby Awards, EPO, Red Dot en Index mooie bronnen voor deze inspiratie. Design wordt gevierd.

Ondernemer

Wat mij betreft is elke uitvinder een ondernemer in de dop, alhoewel niet iedereen het hier met mij eens zal zijn. Dat elke uitvinder zich als designer dient op te stellen krijgt hopelijk wat meer steun.

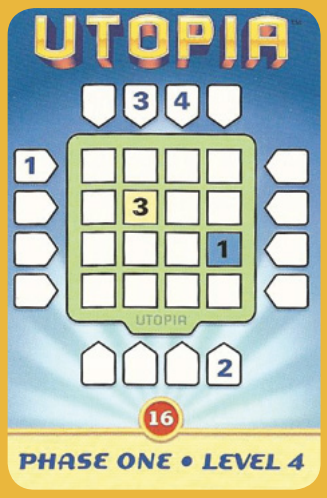
Wellicht moeten we als NOVU zo ver willen gaan om een eigen design award uit te reiken. De Vindingrijk Award! Voor nu, laten we bewust een betere wereld met elkaar 'designen'. Onze vindingen zijn nodig! En alleen dat al mogen we vaker vieren!

Bronnen:

1 www.stage-gate.net/downloads/wp/wp_30.pdf
2 www.amazon.com/Design-Tom-Peters-Essentials/dp/0756610540
3 www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/hoe-geniaal-is-grote-communicator-freddy-heineken-~b78edc92/
4 www.fastcompany.com/1665795/silicon-valleys-new-secret-weapon-designers-who-found-startups
5 www.epo.org/learning-events/european-inventor/about.html, www.red-dot.org, https://www.webbyawards.com, https://designtoimprovelife.dk

Jake Blok is ondernemer. Als lid van NOVU schrijft hij af en toe voor Vindingrijk. Jake is het best te bereiken via jake@ihaveawish.com.

Brainteaser 16

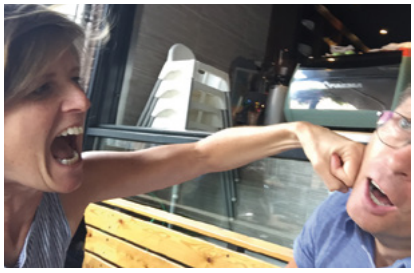


Sinds haar afstuderen in 1988 (grafische vormgeving aan de HKU) werkt irma Rademaker onder de naam FRONT creative experts. De Master Interactieve Multimedia die ze in 1994 volgde, bracht haar op het pad van interactiviteit en nieuwe media. Omdat ze inmiddels ook als docent User Experience Design aan de HU werkt, is dit een uitgelezen gelegenheid om (een fractie) over dit vakgebied te delen.

In de cursus 'Van idee tot markt' leerde Wouter Pijzel ons al: 'De beste uitvindingen komen voort uit ergernis'. Die frustratie kan als startpunt dienen om het gedrag van gebruikers te onderzoeken, met hen in gesprek te gaan om te ontdekken wat hun doelen zijn en waar ze blij van worden.

Design Thinking is een cyclus, opgedeeld in de fasen onderzoeken, conclusies trekken, ideeën bedenken, prototypes ontwikkelen, testen, implementeren. Door het testen van aannames met behulp van gemaakte prototypes, vergaar je feedback om erachter te komen wat wel en niet werkt. Fouten maken wordt toegejuicht, want daar leer je van en dat maakt je ontwerp beter.

Natuurlijk ga je **Lean** te werk. Het gaat niet om een product met honderden mogelijkheden, maar om een Minimum Viable Product (MVP): waar moet je product mi-ni-maal aan voldoen? Wat voegt de meeste waarde toe voor de gebruiker en voor de opdrachtgever?



Bert Wolters in gesprek met irma Rademaker

Oude wijn in nieuwe zakken?

UXD, Design Thinking, Lean, SCRUM, ";*`!#÷|(!!
De digitale revolutie heeft onze manieren van denken, (samen)werken en maken veranderd. Is dit niet iets wat uitvinders kunnen integreren in hun aanpak? Voor irma, van huis uit grafisch ontwerper, was dit zeker het geval.

Als **UXD** (**user experience design**) gaat over het ontwerpen van goede gebruikers-ervaringen, volgt daaruit dat gebruikers de baas zijn. Er zijn veel effectieve methodes om inzichten over gedrag, doelen en wensen te verwerven. Op deze manier kun je ook je eigen aannames verifiëren; observaties, enquêtes en interviews maken inzichtelijk welke barrières gebruikers ervaren om hun doelen te bereiken. Deze barrières vormen de kansen voor verbetering en vernieuwing.

Voor het werken in multidisciplinaire teams kun je **SCRUM** inzetten. Volgens irma is vooral waardevol dat je gedurende het proces kunt inspelen op veranderingen, zoals nieuwe, onverwachte eigen inzichten of ontwikkelingen van buitenaf. In sprints (fasen) van twee tot vier weken werken teams naar oplossingen die bij aanvang niet voorstelbaar waren. Essentieel onderdeel aan het eind van iedere sprint: door reflectie op je eigen functioneren verbeter je naast de producten, ook de samenwerking.

NOVU
irma ziet veel kansen voor uitvinders om via de NOVU met anderen samen te werken. Nieuwe locatie, bureau en bestuur: mooie stimulans voor ons netwerk van innovators met bevlogenheid, technisch vernuft en doorzettingsvermogen!

ENKELE LEESTIPS
Jeff Gothelf and Josh Seiden: 'LEAN UX: Designing Great products with Agile Teams'
Sarah Gibbons op: nngroup.com/articles/design-thinking
Abby Fichtner op: hacherchich.com/agile-vs-lean-yeah-yeah-whats-the-difference

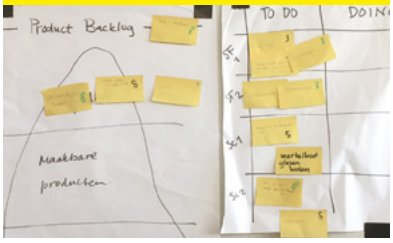
Op dit moment wordt gewerkt aan het ontwikkelen van een seminar voor NOVU-leden in het kader van het 30-jarig jubileum. Als u met de beschreven technieken wilt kennismaken, houd dan het NOVU-nieuws in de gaten.

EEN FICTIEF VOORBEELD

Waarom hebben zo weinig wielrenners een bel?
Onderzoek wijst uit dat wielrenners:
- graag willen winnen;
- een bel niet aerodynamisch vinden, maar vooral iets voor sukkels;
- vinden dat de niet aerodynamische bel meer weer-stand veroorzaakt, waardoor kostbare microseconden verloren gaan;
- andere weggebruikers sukkels vinden, die altijd in de weg rijden.

Voor deze kwestie kunnen we een techniek uit de **Design Sprint** inzetten: de HMW (How Might We ...? Hoe Kunnen We ...?).
Alle teamleden, ongeacht hun expertise, schrijven HMW's op post-its, bijvoorbeeld:
1 Hoe kunnen we een fietsbel maken die zowel aerodynamisch, als onweerstaanbaar is?
2 Hoe kunnen we een product voor een racefiets ontwikkelen dat overige weggebruikers waarschuwt dat de ze aan de kant moeten voor een naderende wielrenner?
3 Hoe kunnen we een mentaliteitsverandering bij wielrenners bewerkstelligen?
4 ...

Elke vraagstelling vraagt zo om een andere benadering. In het eerste geval denk je meteen aan technische aspecten, in het laatste geval zal je waarschijnlijk uitgebreider met wielrenners en sportverenigingen gaan praten, alvorens met oplossingen te komen.



door: Karen Kraan-Sam

Creatief werk delen? Wel onder jouw voorwaarden!

Laatst ontmoette ik een creatieve wereldverbeteraar. Iedereen mocht zijn foto's vrij gebruiken. Zijn werk was namelijk bedoeld om maatschappelijke impact te hebben op zoveel mogelijk mensen. Toen moest ik toch even advocaat van de duivel spelen. Wat als iemand zijn foto's gebruikte zonder zijn naam te vermelden? Of de foto's commercieel gebruikte zonder hem een cent te gunnen? En wat als iemand zijn werk zo veranderde, dat hij het er totaal niet mee eens was? Daar had hij nog niet over nagedacht. Hoe kun jij je creatieve werk delen onder jouw voorwaarden?

Waarom jij voorwaarden kan stellen

Als maker van creatief werk kan je voorwaarden stellen aan het gebruik daarvan. Dat komt door rechten voor intellectueel eigendom. Daarmee kun je anderen verbieden je beschermde idee te gebruiken. Voor elk type idee bestaat er een apart recht met eigen regels. Op creatief werk (zoals foto's, teksten, vormgeving en zelfs softwarecode) is het auteursrecht van toepassing.

Het auteursrecht beschermt creatieve werken met een persoonlijk stempel van de maker. Deze werken moeten origineel en niet-technisch zijn. Dit recht ontstaat automatisch op het moment van creatie tot 70 jaar na de dood van de maker. Je hoeft in Nederland het auteursrecht dus niet te registreren (in het buitenland soms wel).

© Met het symbool voor copyright © (of in woorden) kun je aangeven dat je werk auteursrechtelijk beschermd is. Meer informatie vind je op www.auteursrecht.nl.

Bewijsmateriaal voor auteursrecht

Het lijkt gemakkelijk dat het auteursrecht automatisch ontstaat zonder registratie. Maar hoe toon je als maker van creatief werk later aan dat je de maker bent en wanneer je het werk gemaakt hebt? Met een datumregistratie of depot leg je de datum vast waarop je een document in bezit had. Het biedt op zichzelf geen bescherming, maar kan soms als bewijsmateriaal dienen. Vastlegging kan bij een notaris of via een online depot, zoals het i-DEPOT (zie www.boip.int).

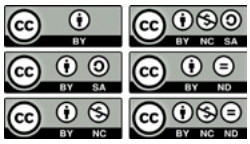
Standaardlicenties van Creative Commons

Stel: je hebt een creatief werk gemaakt, waar je automatisch auteursrecht op hebt. Ook heb je een datumregistratie verricht om dit met bewijsmateriaal aannemelijk te maken. Wat is nu een volgende stap om anderen duidelijk te maken dat ze jouw werk alleen mogen gebruiken onder jouw voorwaarden? Je kunt zelf aan de slag gaan met juridische papieren om dat dicht te timmeren. Maar voor veel creatievelingen biedt "Creative Commons" een beter alternatief.

Creative Commons International is een onafhankelijke non-profit organisatie die je de mogelijkheid biedt om flexibel met je auteursrechten om te gaan. Met een Creative Commons-licentie behoud je jouw auteursrechten, maar geef je anderen toestemming om je werk te verspreiden en te bewerken onder jouw voorwaarden. Zonder een Creative Commons-licentie zouden anderen expliciet toestemming moeten vragen voor gebruik van je werk. Met een Creative Commons-licentie is het meteen duidelijk onder welke voorwaarden jij je werk ter beschikking stelt.

Licentievormen van Creative Commons

Er zijn vier "bouwstenen" of gebruiksvoorwaarden voor Creative Commons-licenties:
Naamsvermelding. Anderen mogen jouw werk verspreiden en bewerken als jij vermeld wordt als maker.
Niet-commercieel. Anderen mogen je werk gebruiken zolang het niet voor commerciële doeleinden is.
GeenAfgeleideWerken. Anderen mogen je werk verspreiden zolang het in de originele staat blijft.
GelijkDelen. Anderen mogen van jouw werk afgeleid materiaal maken als zij het onder dezelfde licentie vrijgeven als het originele werk.



Deze vier bouwstenen leveren zes standaardlicenties op.

Naamsvermelding (BY) is een verplicht onderdeel van elke licentie. GelijkDelen (ShareAlike, SA) en GeenAfgeleideWerken (NonDerivative, ND) kun je niet combineren in eenzelfde licentie. Niet-commercieel (NC) kan je naar wens wel of niet opnemen. Meer informatie vind je op creativecommons.nl of creativecommons.org.

Toch je werk vrijgeven zonder voorwaarden?

Besluit je dat anderen jouw werk mogen gebruiken zonder dat je voorwaarden daaraan stelt? Creative Commons heeft de "CCO verklaring" om aan te tonen dat je afstand doet van je auteursrecht voor zover dit wettelijk is toegestaan.

Geen auteursrecht

Het "Public Domain Mark" is een symbool dat aangeeft dat het auteursrecht op een werk verlopen of vrijgegeven is, of dat het werk niet vatbaar is voor auteursrecht.

Meer weten?

Wil je meer weten over de verschillende vormen van intellectueel eigendom, waaronder auteursrecht? Kijk op www.rvo.nl/octrooiagenda voor de gratis workshop "De basis van Intellectueel eigendom".

Karen Kraan-Sam is octrooiadviseur bij Octrooicentrum Nederland. Octrooiadviseurs van RVO.nl geven 'eerste hulp' bij intellectueel eigendom. Kosteloos en onder geheimhouding voeren zij gesprekken, geven workshops en doen onderzoeken in octrooidatabanken. Contact: 088 042 6660 of octrooien@rvo.nl

door:
Jan Taco te Gussinklo

Serious gaming. Mij een zorg

Gaming, het recreatieve gamen, het spelen van spelletjes op een computer, doet het goed. Op 25 juli 2018 kopte het Financieele Dagblad 'Jarige Fortnite laat iedereen dansen' : 125 miljoen gebruikers, aanschafprijs $0, omzet $1 miljard. Een klapper!

Het zal niet zo zijn opgevallen, maar een andere toepassing, het serious gaming, wint aan belang. Dat gaat dan om een leerdoel en spelregels.Het gaat niet meer alleen om het aanleren van handvaardigheid (motoriek) door chirurgen in opleiding, zo vertelt Jan Willem Huisman, oprichter en Creative Director van IJsfontein. Zelf is hij afkomstig uit de designwereld, maar al heel vroeg gefascineerd geraakt door de mogelijkheden van games. Zijn bedrijf IJsfontein bestaat inmiddels 20 jaar. Hij noemt drie andere toepassingsgebieden binnen de zorg: ondersteuning van patiënten bij lifestyle en therapietrouw, opleiding van medisch professionals (delirium experience) en in de GGZ (geestelijke gezondheidszorg) behandeling van depressies (evt. in combinatie met VR, virtual reality). Zijn slogan: 'Playful Solutions, Serious Impact'. De basis van IJsfontein: 'evidence based design'.

Vijf jaar geleden ontmoet hij een bevlogen innovator, Bas Smallenbroek. Aansprekende Ideeën voor de zorg voldoende, maar geen geld. Zijn initiatief 'Op eigen kracht' is vooral interessant omdat het de interactie in de spreekkamer wil aanpakken.

Op Eigen Kracht & Red JeZelf

Op 19 maart 2014 krijgt Bas in de collegezaal van het AMC (Academisch Medisch Centrum) het eerste keurmerk in de zorgsector toegekend voor zijn game 'Op eigen kracht'. Dit keurmerk is een initiatief van de Dutch Society for Simulation in Healthcare (DSSH), gedragen door zowel een aantal academisch medische centra als de gamesindustrie en is bedoeld als een stimulans om de effectiviteit van serious games in de zorg inzichtelijker te maken. Bas' game richt zich zowel op de rol van de medisch professional (huisarts!) als op die van de patiënt. De huisarts wordt geconfronteerd met patiënten die steeds terugkomen zonder dat een oorzaak wordt gevonden voor hun klachten. Bij deze patiënten is het belangrijk om als huisarts bewust uit de rol van medisch expert te stappen en als facilitator (begeleider) op zoek te gaan naar de kern van het probleem. Dat leert deze game. 'Op Eigen Kracht' duurt 10 minuten per dag en je kan het 10 dagen spelen, achter elkaar of verspreid over een langere periode. Het keurmerk (met twee sterren!) is een bekroning voor Bas Smallenbroek met zijn game "op eigen kracht",

Kort daarna (12 mei 2014) overlijdt Bas echter vrij plotseling op 42-jarige leeftijd. Een klap voor iedereen die hem kent en direct betrokken is.

Continuïteit

Een van de prangende vragen is: Hoe gaat zo'n initiatief als Op Eigen Kracht / Red je Zelf nu verder als de gangmaker overlijdt? Dat is iets wat uitvinders zich ook dienen te realiseren. Wat gebeurt er dan met jouw voortreffelijke idee? Bas maakte weliswaar onderdeel uit van een bedrijfje (Red JeZelf), maar blijkens de gegevens van de Kamer van Koophandel is het toch bergafwaarts gegaan. Ten behoeve van dit artikel besluit ik dat uit te zoeken. Laurence Maes, voorheen betrokken bij de NFK (Nederlandse Federatie van Kankerpatientenorganisaties) en nu bij Lead Patient Engagement & Advocacy Janssen, heeft destijds nog lang contact gehouden met enkele mede-initiatiefnemers van Bas. Maar ze merkte al snel dat diens rol niet te vervangen bleek. Iets dergelijks was ook de ervaring van Jan Willem Huisman van IJsfontein.

Er zijn tussen de 1000 en 2000 games afgenomen door huisartsen.

Keurmerk

Het idee van een keurmerk is enorm aangeslagen. Mary Dankbaar (gepromoveerd op serious games), voorzitter van de commissie serious games van de DSSH vertelt eind juli " We hebben nu ca 13 keurmerken uitgereikt; we verwachten binnenkort meer aanvragen", variërend van delirium experience tot reanimatietraining. "Op eigen kracht" lijkt van het toneel verdwenen ondanks de hoopvolle titel.

www.ijsfontein.nl/projecten/op-eigen-kracht)
www.ijsfontein.nl/projecten/op-eigen-kracht
www.mobiledoctors.nl/2015/09/serious-gaming-steeds-belangrijker-in-de-zorg/
www.dssh.nl/keurmerk/
www.dssh.nl/keurmerk/reeds-uitgereikte-keurmerken/
www.epicgames.com/fortnite/en-US/buy-now/battle-royale
https://aya4net.nl
www.artsenauto.nl/bas-smallenbroek-1970-2014/
www.ijsfontein.nl/projecten/match-app

Jan Taco te Gussinklo is NOVU-lid en opgeleid als internist. Sinds 2009 publiceert en adviseert hij over medische innovaties.

Al spelende leert men

Portret van Sjaak Griffioen

Tekst: Bert Wolters
Portretten: Brenda Roos

Sjaak Griffioen van Griffioen Gameway bedenkt elk jaar een aantal nieuwe spellen, van bordspel tot serious game. Hij noemt zichzelf spelontwerper, gamedesigner, Spielautor. Hij woont in Aerdenhout waar hij zijn kantoor in de tuin ombouwt naar een woning voor zijn dochter. Hij verplaatst zijn kantoor dan naar de kamer die daardoor vrijkomt. Hij houdt nu eenmaal van puzzelen.

ICT

Sjaak studeerde bedrijfsinformatica aan HBO Amsterdam en groeide vanuit het programmeren door naar hogere ICT-functies. Uiteindelijk miste hij in zijn werk de creatieve uitdaging. Daarom begon hij in 1990 voor zichzelf in de spellenbusiness. Hij noemt het een uit de hand gelopen hobby. Hij werkte 3 dagen in de week voor zichzelf en wilde 1 jaar kijken of het wat voor hem was. Hij schreef een ondenemingsplan en voerde marktonderzoek uit. Het was voor hem niet erg moeilijk om opdrachten binnen te halen en het bleek dat er veel potentie in de spellen zat, dus zette hij door. Op dit moment werkt hij 4 dagen met ICT voor een bedrijf en 1 dag voor Griffioen Gameway. Hij wil graag naar 3 dagen ICT en 2 dagen eigen bedrijf.

Schuifpuzzle

Sjaaks eerste product was een schuifpuzzle (de shiftgame), waarvoor hij een Nederlands octrooi kreeg op het schuifmechanisme. Hij wilde dit, bij gebleken succes, uitbouwen tot een Europees octrooi, daarna PCT-aanvraag, ... Daarnaast ontwikkelde hij bordspelen voor de promotionele markt, voor marketing/communicatiedoeleinden: organisaties wilden een boodschap uitdragen en gebruikten daarvoor spellen. Dit type spel werd ook gevraagd voor jubilea, introductie van nieuwe producten, enz. Sjaak ziet dit als rode draad voor zijn business: spelenderwijs communiceren en leren.

Investeren

In het begin moest hij heel veel investeren, want het ging om een voor hem nieuwe markt en een nieuw product; geen eenvoudige combinatie. Daarbij had hij echter veel profijt van zijn ervaring met informatieanalyse voor ICT; hij kan goed luisteren naar wat de klant wil en dat vertalen naar specificaties. Bij ICT leidt dat tot software, maar het kan ook leiden tot de spelregels van een spel. Sjaak gebruikte toen de slogan 'Ontspannen speeltijd is waardevolle promotietijd': op een ontspannen manier (spel) ben je bezig met de boodschap van de opdrachtgever.

3 markten

Sjaak onderscheidt 3 deelmarkten voor zijn spellen: de speelgoedmarkt van consumenten, de marketing/communicatiemarkt en de educatieve markt (serious gaming). Hij is wel bezig met digitale spellen, maar vindt zichzelf eigenlijk te klein om dat soort producties op zich te nemen. Hij wil uniek zijn en houdt zich niet bezig met digitale schiet- en ontwikkelspellen, hoewel hij World of Warcraft ook erg educatief vindt: je speelt in een team om een ander team te verslaan. Hij begrijpt dat dat verslavend is. Hij betwijfelt echter of digitale spellen verslavender zijn dan bordspelen. Ook bij spellen als Kolonisten van Catan of Risk komen groepen mensen bij elkaar om urenlang te spelen in een heel eigen sfeer. Bordspellen hebben daarbij een duidelijke sociale component: je speelt samen, ziet elkaars reacties, enz. Dat ontbreekt bij digitale spellen.

Nieuwe markt

Kolonisten van Catan is in Nederland geïntroduceerd door 999 Games, dat heel succesvol is met het in Nederland op de markt zetten van formules die in Duitsland goed lopen. Mede hierdoor is het bordspel bezig aan een ware revival. Het crowdfundingsplatform Kickstarter draagt daar ook sterk aan bij: je kunt daar als ontwikkelaar een spelformule aankondigen en kijken of er belangstelling voor is. Is dat het geval, dan heb je in ieder geval een gegarandeerde afzet. Kickstarter is daarmee ook een waardevol marketinginstrument. Sjaak ziet hierdoor een nieuwe markt ontstaan: de meeste mensen hebben een specifiek budget voor spellen. Als ze het spel rechtstreeks kopen via internet, gaat dit ten koste van de spellen die ze anders in de winkel zouden kopen. Dit is een belangrijke ontwikkeling in de speelgoedmarkt.

Ontwikkelproces

Als Sjaak een idee voor een spel krijgt zet hij dat op een A4'tje en legt het weg. Eén keer per jaar kijkt hij alle ideeën door en kiest 4 of 5 kansrijke projecten uit. Die hebben altijd een technische component, waarvoor WBSO-subsidie kan worden aangevraagd. Subsidieadviseur Dynova helpt hem daarbij.

De gekozen spelconcepten werkt Sjaak uit tot een getest prototype: een speelbaar spel dat uitnodigt om het vaker te spelen (daarbij gaat hij uit van zijn eigen beleving). Bij het ontwerpen maakt hij nog veel gebruik van knippen en plakken. Een spel moet namelijk plezierig aanvoelen en dat ervaar je niet bij 3D-tekenen. Als je de goede 'feel' te pakken hebt kun je dat daarna vrij eenvoudig in 3D tekenen en bij kleine series zelfs 3D laten printen.

Dit prototype is dan nog niet uitontwikkeld: het moet nog grafisch worden vormgegeven en het juiste materiaal moet nog gekozen worden. Dat laat hij over aan een uitgever. Hij bezoekt beurzen en richt zich vooral op licentie-overeenkomsten: royalties per verkocht product + een designersfee vooraf. De designersfee is gebaseerd op aantal uren x tarief, maar hoeft niet alle ontwikkelkosten te dekken. Het duurt vaak meer dan een jaar voordat een spel op de markt komt en hij legt uit dat hij in dat jaar ook brood op de plank nodig heeft. De prijs van een spel moet worden bepaald door het plezier dat het oplevert.

Bescherming

De Duitse term voor spelontwerper is 'Spielautor'. Dat geeft aan dat hij spellen 'schrijft'. Voor bescherming maakt Sjaak dan ook veel gebruik van het auteursrecht vastgelegd in een i-depot. Hij werkt altijd onder geheimhouding, waardoor octrooiering mogelijk blijft en maakt veel gebruik van copyright/auteursrecht, modelrecht en soms octrooi. De bescherming van het eindresultaat laat hij regelen door de uitgever.

Kans

Veel uitvinders zoeken oplossingen voor een probleem. Voor de speelgoedmarkt gaat Sjaak echter niet uit van een probleem, maar van een kans: welke kans heeft een spel om succesvol te worden? Zo heeft hij op eigen initiatief het Peter R. de Vriesspel ontwikkeld. Hij zag Peter zo vaak op tv dat hij dacht dat daar wel markt voor zou zijn. De uitgever sloot een deal met de naamgever en met SBS6 en inmiddels zijn van dat spel 20.000 exemplaren verkocht.

Traffic builders

Sjaak heeft ook veel gedaan in marketing/communicatiespellen. De hoogtijdagen hiervoor vielen in de periode 1995 - 2000: de economie draaide toen goed en het inzetten van een spel als promotiemiddel werd als nieuw en sexy gezien. Hij ontwerpt in dit segment altijd op basis van een klantwens.

In 2000 bedacht hij een nieuw speltype waarbij (potentiële) klanten drukwerk thuiskregen met een uniek kenmerk (bijv. een magneetstrip of een kleurcode). Daarmee moesten ze naar een filiaal/winkel van de opdrachtgever gaan om te kijken of ze prijs hadden; promotionele actiesystemen die Sjaak 'Kom en win'- systemen noemde. Het waren traffic builders: ze genereerden bezoek aan de winkel. Daar kon een verkoper de klant dan aanspreken. Dit speltype was voldoende aantrekkelijk om het in een aparte BV onder te brengen. Zelf had Sjaak te weinig tijd om dit te verkopen, dus trok hij een compagnon aan die het verkoopverhaal succesvol oppakte. In 2013 stortte deze markt echter in (tegelijkertijd met de marketing/promotiemarkt) en werden contracten opgezegd. De BV werd na een aantal succesvolle jaren opgeheven.

De meeste mensen hebben een specifiek budget voor spellen. Als ze het spel rechtstreeks kopen via internet, gaat dit ten koste van de spellen die ze anders in de winkel zouden kopen.

Educatieve markt

De educatieve markt is in opmars. Serious gaming (waaronder ook 'opereren op afstand' valt) is interessant voor organisaties die een specifiek gedachtengoed willen overbrengen, zoals opleidingsinstituten, schrijvers van managementboeken, enz. Zo heeft hij rond de AVG een spel ontwikkeld over privacy.

Sommige organisatieadviseurs gebruiken een bepaalde systematiek voor strategieontwikkeling en zoeken een spel waarmee ze die systematiek aan kunnen leren bij hun klanten.

Griffioen Gameway

Sjaak had voor een groot project samenwerking gezocht met een partner, waarbij Sjaak de ontwikkeling deed en de ander het maakproces regelde. Deze samenwerking werd ook gebruikt om met een breder aanbod op beurzen te staan: ontwikkelen + productie. Zo kon je misschien ook interessant worden voor bedrijven die digitale games maakten, of die puzzleblaadjes uitgaven. Zo kregen ze onder de merknaam Gameway een 'one-stop-shop'-stand voor bedrijven die een spel wilden laten ontwikkelen en maken. De samenwerking loopt nog door, maar Sjaak heeft de naam overgenomen en gewijzigd in Griffioen Gameway. Dit is ondergebracht in de Griffioen Design BV, wat de mogelijkheid openlaat om zich breder in te zetten.

Interlock

Sjaak mikt op uitgevers die de wereldmarkt bedienen. Soms kiest hij een uitgever met een kleinere markt als opstap naar een mogelijke uitbreiding. Veel van zijn spellen zijn in het buitenland heel bekend, maar niet in Nederland. Zo komen binnenkort de spellen Utopia en Interlock in Nederland op de markt, welke tot nu toe alleen nog niet in de BeNeLux worden verkocht. Interlock bestaat uit een combinatie van 12 blokjes van twee gekoppelde kubussen met een pen/gat-constructie die je kunt combineren tot 50 verschillende vormen.

Bij Interlock was de materiaalkeuze belangrijk, de maatvoering, de passing, maar vooral de vormen die je ermee kon maken. Sjaak wilde graag symmetrische vormen krijgen. Om de uitkomsten te berekenen heeft hij gebruik gemaakt van een computerprogramma, maar hij ziet zichzelf toch meer als ontwerper dan als programmeur.

Ontwikkelingen

Ook bij de spellenbranche wordt duurzaamheid steeds belangrijker. Het gaat daarbij bijv. om de materiaalkeuze: plastic gaat veel langer mee dan karton, maar is over het algemeen minder duurzaam. Als je verwacht dat karton voldoende sterk is voor het aantal keren dat het spel gespeeld gaat worden kun je daar beter voor kiezen. Maar ook de verpakking, een belangrijk verkoopaspect, moet duurzamer worden.

Voor de bordspellen ziet Sjaak een ontwikkeling naar themagerichte ontwikkelspellen (zoals Kolonisten van Catan). Bij de puzzles ziet hij een tendens naar individuele puzzles, brainteasers. En in de serious games verwacht hij een enorme ontwikkeling, die daarmee een grote groei gaan doormaken.

NOVU

In 1993 werd Sjaak lid van de NOVU en in 1995 kreeg hij al het erkend-lid-certificaat voor verschillende spellen. Het ontwikkelproces van een spel is hetzelfde als dat van een technische vinding, alleen is het resultaat anders. Hij is enthousiast over het netwerk van de NOVU en het sparren met collega-uitvinders. Hoe hebben zij bepaalde knelpunten opgelost? Het lidmaatschap heeft hem ook een aantal vriendschappen opgeleverd. Uit de cursus 'Van idee tot markt' gebruikt hij nog altijd het 3 x O + O-principe. Hij vindt het mooi om starters te helpen via technostarterspreekuren. Daar past hij ook het 3 x O + O-systeem toe. Hij vindt dat er voor niet-leden best een commercieel tarief mag worden gerekend voor dat spreekuur, want het levert goede adviezen op, die waardevol zijn voor de deelnemers. Door zijn lidmaatschap profileert Sjaak zich ook meer als uitvinder. Het biedt hem ook veel meer mogelijkheden om samen te werken.

Tips

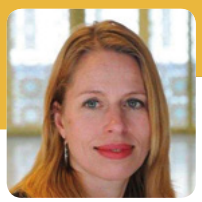
Sjaak raadt zijn collega-leden dan ook aan: zoek samenwerking met medeleden/mensen die je project verder kunnen helpen; niet alleen technisch, maar ook commercieel. Lijkt er geen markt voor je product? Stop dan. Vraag je af of er echt een probleem is en of mensen er geld voor over hebben om dat op te lossen. EN VERGEET HET NIEUWHEIDSONDERZOEK NIET!!!

Conclusie

Al spelende leert men en Sjaak is nog lang niet 'uitgeleerd'.

Bert Wolters is NOVU-lid, hoofdredacteur van Vindingrijk en eigenaar van bw_ruimte in projecten, www.ruimteinprojecten.nl

door: Els Doornhein



©Albertina Bulsink

Dutch Design de grens over!

“Dutch Design” is voor mij een belangrijk onderdeel van de Nederlandse creatieve industrie. Deze manier van ontwerpen staat volop in de belangstelling, ook over de grens.

Wat is eigenlijk de essentie van deze wereldberoemde stroming? Nederlands ontwerp, dat staat (natuurlijk) voorop. Maar het is veel meer dan dat. Dutch design is veelal innovatief, grappig, minimalistisch en experimenteel. Dutch Design kan worden gezien als *kwaliteitsaanduiding* voor goede en bijzondere vormgeving van Nederlandse bodem. Van de ladekast van Theo Remy tot de Dopper, van de prachtige lichtinstallaties van Studio Drift tot de stormparaplu. En, een gebouw van Rem Koolhaas of een jurk van Victor & Rolf valt er ook onder.

Het begrip Dutch Design wordt heel breed gebruikt. Het woord is zelfs bijna 50 keer als merk vastgelegd. O.a. voor kleding, tulpen, juwelen, raamwering, maar natuurlijk ook voor de Dutch Design Week. Het is in feite een beschrijvende aanduiding die staat voor alles waar onze Nederlandse creatieve industrie hartstikke goed in is : grafische industrie, design, architectuur, muziek, gaming, film en mode.

Het begrip “Dutch Design” is geen officieel keurmerk en op het gebruik ervan is geen controle. Ik denk ook niet dat dit goed zou zijn. Een stroming als “Dutch Design” is immers steeds in beweging en niet zomaar af te kaderen. Innovatie, gevoed door creativiteit en voortvarendheid, is wat mij betreft het meest belangrijke van “ons” Dutch Design, dat ons kleine landje groot maakt. Met dank aan het feit dat we in Nederland “het ontwerp” van een product steeds belangrijker zijn gaan vinden en onze overheid jonge ontwerpers steunt.

De creatieve industrie is een van de snelst groeiende sectoren van de Nederlandse economie. Export naar het buitenland, dat dol is op onze ontwerpers (en dj’s!), is daarvan een belangrijk onderdeel. Denkt u maar eens aan Salon del Mobile in Milaan waar het Nederlandse ontwerpveld een duidelijke positie inneemt. Staat u daar als Nederlandse ontwerper, architect of uitvinder eigenlijk “veilig” met uw ontwerpen? Wordt uw werk beschermd tegen inbreuk?

Laat ik bij de beantwoording van deze vraag vooropstellen dat de bescherming van een (technische) uitvinding – via een octrooi- altijd een (voorafgaande) registratie vereist (octrooi). Het nalaten daarvan betekent dat bescherming ontbreekt en, afhankelijk van het type tentoonstelling waar u de uitvinding toont, kan er zelfs sprake kan zijn van schending van de voor octrooibescherming vereiste nieuwheid. En, indien u niet zorgdraagt voor de bescherming van uw merknaam door middel van een registratie voor het gebied waar u het merk voert, kunt u niet optreden tegen merkinbreuk.

In deze column wil ik daarom kijken naar “werken” die worden beschermd op basis van het auteursrecht en waarvoor dus geen voorafgaande registratie mogelijk of nodig is. Dit auteursrecht ontstaat automatisch bij het scheppen van een werk dat aan de wettelijke eisen voldoet (eigen oorspronkelijk karakter en het resultaat van enige creativiteit) door een maker. Het zijn bij uitstek de Dutch Design werken die door het auteursrecht worden beschermd: vormgeving, muziek, architectuur, games maar ook bijvoorbeeld kunst.

Het belangrijkste verdrag waarin dit onderwerp wordt geregeld is de Berner Conventie. Dit verdrag waarbij circa 176 landen zijn aangesloten biedt de onderdanen van al deze landen een minimumniveau van bescherming. Nederland is ook lid. Deze bescherming geldt alleen voor internationale situaties. Het verdrag geeft bescherming mits – uitgaande van een Nederlandse ontwerper – het land waar de inbreuk wordt gepleegd, ook lid is van de Berner Conventie. De bescherming die je dan als maker geniet, is dezelfde auteursrechtelijke bescherming van de onderdanen van dat laatste land. Om te voorkomen dat er formaliteiten tegen makers uit andere landen zouden worden opgeworpen, is tussen deze deelnemende landen afgesproken om geen formaliteiten te verbinden aan de bescherming. Dat betekent dat in al de aangesloten landen (net als in Nederland) geldt dat er dus geen registratieverplichting bestaat en het auteursrecht ook “gratis” is.

Dat betekent dat onze Dutch Design werken ook in andere landen – via het auteursrecht - kunnen zijn beschermd. Ik raad wel aan om, als een dergelijk werk, via internet in het buitenland wordt verkocht, of via een beurs, u te verdiepen in de bijzonderheden van het betreffende (buiten)land. Zeker voor gebruiksvoorwerpen is bijvoorbeeld een modelregistratie aan te raden en door alle internationale verdragen die er zijn, gemakkelijk uit te breiden naar de vereiste buitenlanden.

Els Doornhein, advocaat & partner bij De Vos & Partners Advocaten, focust op design, innnovatie en privacy. Het hele kantoor richt zich op de creatieve industrie en staat graag “makers” bij of het nu gaat om kunst, muziek, software, kaas, mode of mooie techniek.

door:
Ferdinand Hoeben

Modelrecht en technische features vs octrooi

Intellectueel eigendom, IE, ook vaak in het Engels benoemd als intellectual property, IP, is een verzamelnaam voor manieren waarop iets dat je maakt of bedenkt je eigendom kan worden. Er bestaan vier IE rechten. Ten eerste is er het merk dat je kan deponeren om de herkomst van een product of dienst aan te duiden, een modelrecht dat je kan deponeren om het uiterlijk van een ontwerp te beschermen, een octrooi dat je kan indienen om de technische werking van een product te beschermen, en het auteursrecht dat je verkrijgt door het maken, dus niet indienen, van een origineel werk dat zijn originaliteit ontleent uit iets dat afkomstig is uit de persoon die het maakt.

Hoewel met een vormmerk, met de herkomst, ook als bijeffect de vorm van een product wordt beschermd dient het modelrecht als eigenlijke vorm van bescherming voor de vorm. Deze bescherming wordt dan als bijeffect gerelateerd aan de herkomst van het product verkregen.

De bescherming die wordt verkregen door het modelrecht beschermt in essentie de algemene indruk die het ontwerp, zoals opgenomen in de plaatjes van het depot, geeft. Hierbij moet deze algemene indruk ook onderscheidbaar zijn van oudere publiek bekende ontwerpen. Of deze zijn ingediend als model of niet het gaat om de bekendheid bij het publiek.

Hoewel het modelrecht vaak wordt gezien als een voordelige manier om een nieuw ontworpen product te beschermen is er een belangrijke beperking aan de beschermingsomvang van een modelrecht. Uiterlijke kenmerken van een ontwerp die ook een technische functionaliteit bepalen zijn uitgesloten van de beschermingsomvang van een verder correct modelrecht. De reden hiervoor is dat technische features van een ontwerp beschermd dienen te worden door middel van een octrooi of patent en de wetgever het uiterlijk en de techniek heeft willen scheiden.

Er zijn twee belangrijke beperkingen of risico's aan een modeldepot.

- De eerste is de aangestipte beperking van de beschermingsomvang van een modelrecht omdat de kenmerken van een ontwerp die een technische werking bepalen dus in een concurrerend ontwerp mogen worden opgenomen.
- De tweede beperking is dat als een nieuw en inventief technisch concept is opgenomen in de grafische weergave (plaatjes) van een modelaanvraag, deze daarmee wordt geopenbaard aan het publiek en deze dus niet langer voor het aanvragen van octrooi in aanmerking komt.

Het is daarom van groot belang om er, bij het bepalen van de keuze tussen een model of een octrooi, of het indienen van beiden, rekening mee te houden of het gaat om een bestaande techniek die in een nieuw design wordt gegoten, of dat het gaat om een nieuwe techniek die wordt toegepast in het design.

Als het gaat om een nieuwe techniek die in een nieuw of bestaand ontwerp werd toegepast mag elke concurrent vanaf openbaarmaking van het product of het modeldepot deze nieuwe techniek gebruiken in een ander ontwerp. Het komt met enige regelmaat voor dat een technisch concept wel aan het publiek openbaar gemaakt wordt maar niet wordt beschermd doordat het alleen als modelrecht wordt gedeponeerd.

Dit artikel roept op om hier bewust mee om te gaan. De keuze voor een modeldepot, of een reeks van modeldepots, is zeker niet altijd de foute keuze. Indien de grootste waardetoevoeging van het bedrijf of de ontwerpstudio wordt gevormd door het imago en de verkoopkanalen waarin de producten worden afgezet, en bijvoorbeeld de volumes voor deze producten en of deze technologie relatief gering zijn kan het bedrijf of de ontwerpstudio heel goed bediend zijn met een modelrecht, eventueel gecombineerd met het auteursrecht en of het merkenrecht.

Het komt echter ook voor dat dezelfde technologie in goedkope uitvoeringen op de markt gebracht afbreuk doen aan de uitstraling en waarde van de oorspronkelijke mooie ontwerpen. De meeste designers zijn er niet bij gebaat als vrijwel hetzelfde product in vrijwel dezelfde vorm grote omzetten behaalt via goedkope verkoopkanalen met goedkope producten die kwalitatief vaak ook minder goed zijn. Dit speelt met name in de huishoudelijke sfeer met heel veel oorspronkelijke designs, zoals prullenbakken of meubels, of producten die naast een nuttigheid in het gebruik ook een presentatiewaarde in het huishouden hebben.

Samenvatting/conclusie

Hoewel elk intellectueel eigendom zijn eigen nut heeft is er met name tussen modelrecht en octrooirecht een afbreukrisico dat potentiële rechten vervallen indien de verkeerde keuze wordt gemaakt. Omdat het octrooirecht in de praktijk vele malen duurder is dan het modelrecht is een bewuste beslissing nodig over het beschermen van het uiterlijk van een nieuw ontwerp, de technische werking van een ontwerp, of beiden om zo goed mogelijk te voorkomen dat onbedoeld buiten de mooi ontworpen 'designpot' geplast wordt. Hopelijk helpt dit artikel bij het onderkennen van het belang van deze afweging bij meer mensen.

Ferdinand Hoeben is octrooigemachtigde voor WO, NL, EP, BE. Hij begeleidt octrooiaanvragen, assisteert bij handhaving, en eventueel bij dagvaardingen voor de octrooirechtbanken in Nederland en Duitsland.

door: Joris Cavelaars

Nieuwe locatie in beeld

Borrel in de commissiekamer

Het kantoor

Het Maakatelier leeg

Van idee tot markt

door: Paul de Rooij

TrooIDs-uitvinder Giovanni Kerkhof: Who's your owner?

Het beheer van uw persoonlijke informatie is een hoop gedoe en grote organisaties doen er verkeerde dingen mee en laten uw informatie stelen. GDPR, de nieuwe Europese privacywetgeving, is mooi maar moet afgedwongen worden en kost bedrijven hoofdbrekens en geld. Dat moet beter kunnen.

Identiteit betekent voor veel mensen in de dagelijkse praktijk twee dingen: gedoe (aanvragen, inloggen, enz.) en macht (uw gegevens worden door bedrijven verzameld en commercieel ge- of misbruikt).

TrooIDs

TrooIDs van Giovanni Kerkhof lost beide problemen in één keer op. De TrooIDs blockchain wordt gebruikt om uw identiteitsinformatie op te slaan, zonder dat deze door onbevoegden kan worden gehackt of veranderd. Software om de blockchain heen stelt u in staat om informatie automatisch aan derden te verstrekken (geen ellenlange invulsessies meer), precies aan te geven welke informatie u wilt verstrekken en te voorkomen dat een ander die informatie kan opslaan. Uw identiteit is uw eigendom, en niemand kan daaraan morrelen.

Deze identiteitsinformatie wordt nu een economische asset, die u naar eigen inzicht kunt verhandelen, gebruiken om ongewenste informatie te blokkeren en commerciële partijen te laten bieden op uw vraag wanneer het u uitkomt. Zodat u op de vraag 'Who's your owner?' met een gerust hart kunt antwoorden: 'Me!'

Hoe TrooIDs dat gaat aanpakken kunt u lezen op www.novu.nl

Bron: www.ecoshape.org

door: Bert Wolters

Vind het uit!

Paleis Soestdijk, waar de NOVU sinds kort haar kantoor en maakatelier heeft, ontwikkelt zich tot onafhankelijk podium voor Nederlandse, innovatieve bedrijvigheid. In dat kader wordt op 4 oktober de tentoonstelling 'Vind het uit! Wereldverbeteraars van eigen bodem.' geopend.

Anne Schaepman van Paleis Soestdijk legt uit dat de tentoonstelling is samengesteld in nauwe samenwerking met Beeld en Geluid in Hilversum, dat een enorme hoeveelheid fragmenten uit de geschiedenis van de Nederlandse radio en tv bezit. De tentoonstelling richt zich op inovaties van de laatste 100 jaar en licht daarbij 4 thema's uit. De tentoonstelling is gericht op gezinnen met kinderen vanaf 8 jaar en bestaat onder andere uit een speurtocht door de kelders van Paleis Soestdijk.

Kijkje in de keuken

De bezoeker begint in de keuken, waar de plannen voor de ontwikkeling van Paleis Soestdijk worden getoond. Op het fornuis staan verschillende potten en pannen met beeldschermen waarop mensen (ook onze directeur Joris) verhalen vertellen over innovaties. Men krijgt een knijpkat (een Nederlandse vinding!) mee en begint aan een speurtocht naar verborgen boodschappen, waarbij op meubels boodschappen kunnen worden aangelicht. Er staan lange gedekte tafels met veel feitjes over Nederlandse uitvinders. Maar er is ook veel aandacht voor het proces van uitvinden: wat doe je nu als je een goed idee hebt? Welke stappen moet je nemen en hoe bescherm je het, enz.

Gezondheidskamer

Tijdens de speurtocht kun je verschillende kamers binnengaan met elk een eigen thema, waar beeldfragmenten worden getoond uit 100 jaar innovatie binnen dat thema. Elke kamer is opgebouwd rondom een 'held'/toonaangevend bedrijf. De eerste kamer behandelt Gezondheid en Life Sciences en is samengesteld met het Prinses Màxima Centrum in Utrecht dat streeft naar 100% genezing van kinderkanker. De kunstnier is een Nederlandse uitvinding, maar ook in de wereldwijde uitrol van 'de pil' als anticonceptiemiddel heeft Nederland een toonaangevende rol gespeeld.

Kunstnier. Bron: www.medischerfgoed.nl

Voedselkamer

De tweede kamer is de voormalige wijnkelder onder het bordes en behandelt agricultuur en voeding. Ook hier oude beelden die laten zien wat er vooraf is gegaan aan het verhaal van nu. De nieuwe vinding komt van Protix, dat bezig is met de ontwikkeling van het 'oerei'. Soja is nu een belangrijke bron van eiwitten en wordt veel gebruikt in veevoer. De teelt ervan leidt echter tot grote milieuschade. Deze oereieren worden gelegd door kippen die insecten eten die gekweekt worden. De kippen zijn hierdoor actief bezig met voedsel vergaren en de insecten voeden zich met resten van groente en fruit en lossen daarmee een 'afvalprobleem' op.

Waterkamer

In deze kamer komen voorbeelden van toonaangevende Nederlandse projecten op het gebied van watermanagement. Henk Ovink (Henk the Waterguy) is de held van deze kamer. Projecten die worden uitgelicht zijn de projecten Ruimte voor de Rivier en Building with Nature (bij de Houtribdijk). Hier kan ook worden ervaren hoe belangrijk het is om goed om te gaan met water en er wordt een wereldkaart getoond waarop te zien is waar Nederlanders bezig zijn met waterprojecten.

Energiekamer

In deze kamer worden energie en duurzaamheid belicht, zoals de Ocean Cleanup van Boyan Slat, de methode van Ioniqa om petflessen te hergebruiken en de lasertechnologie van Eosta om plastic verpakking van biologische groenten en fruit overbodig te maken.

Zilverkamer

De speurtocht eindigt in de zilverkamer waar mensen worden uitgedaagd om zelf, onder begeleiding, te gaan uitvinden, om zo te ervaren waar je als uitvinder tegenaan kan lopen. Wouter Pijzel zal hier ook een aantal workshops verzorgen. De bezoeker maakt een mindmap, waarbij verschillende stappen van het trajedt van idee tot markt worden doorlopen. Hoe weet je bijvoorbeeld of jouw idee niet al bestaat? Hoe bescherm je jouw idee? enz. Je kunt je vinding in een doos stoppen, waar uit 1 keer per 3 maanden het beste idee wordt gekozen. De bedenker van dit idee wordt door de NOVU geholpen zijn idee een stap verder te krijgen.

Invented here

De tentoonstelling biedt een beeld van de geweldige innovatiekracht van Nederland en geeft het belang aan van uitvinders. De NOVU krijgt hierin ook een belangrijke rol toegedeeld. We mogen best wat trotser zijn op wat we als Nederlanders hebben bereikt. Deze tentoonstelling zal daaraan bijdragen.

Bron: www.theoceancleanup.com

Ultimaker

S5

Bigger build volume
with powerful dual-extrusion

Built for reliability
and perfect adhesion

Easy to use
with touch control and connectivity

Learn more at ultimaker.com

NIEUWE NOVU LEDEN

In de periode van 1 juni tot 1 september 2018 zijn de volgende mensen lid geworden:

Dhr. L. Holtzapffel (Lu)
Delft (sinds maart 2018)

Dhr. A.M. Verdonk (Arjan)
Amsterdam

Dhr. J.J.C. de Vries (Joan)
Broek op Langedijk

Dhr. P.C. Ligthart (Kick)
Renkum

Mw. E.C. Stuur (Elwira)
Vijfhuizen

Dhr. H. Keij (Henri)
Eindhoven

Mw. M.H.H. van der Harst (Marjon)
Kudelstaart

Dhr. J. Kostelijk (Jaap)
Nieuw-Vennep

Dhr. J.H. van Oirschot (Jeroen)
Boxtel

Dhr. J.A. Schraven (Hans)
Wijchen

Dhr. F.C. Buddingh (Frank)
Larchmont NY

Dhr. K.J. Doesburg (Keoma)
Arnhem

AGENDA

Ga voor het actuele overzicht van NOVU activiteiten of relevante events naar www.novu.nl/news

19 september	octrooiadviseur spreekuren
21 september	feestelijke opening NOVU kantoor
26 - 27 september	Kunststoffenbeurs 2018 Veldhoven
27 september	ledenbijeenkomst regio Zuid Nederland (onder voorbehoud)
3 oktober	octrooiadviseur spreekuren
4 oktober	opening 'Vind het uit! Wereldverbeteraars van eigen bodem.' in Paleis Soestdijk
4 oktober	Innovation Expo Rotterdam
17 oktober	octrooiadviseur spreekuren
19 oktober	netwerksessie
25 oktober	ledenbijeenkomst regio Zuid Nederland (onder voorbehoud)
26 oktober	cursus Van Idee tot Markt
31 oktober	octrooiadviseur spreekuren

2019 LUSTRUMJAAR
De NOVU bestaat 30 jaar! Data voor de feestelijkheden volgen.

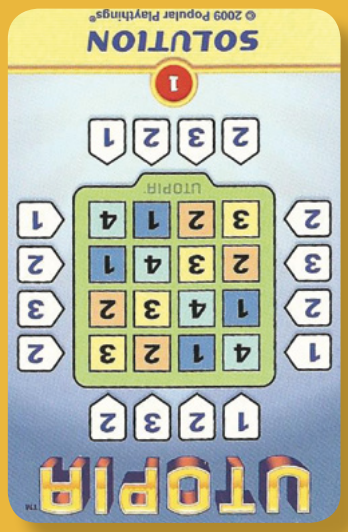
NOVU 30 jaar!

door: Jolijn Cohen Tervaart

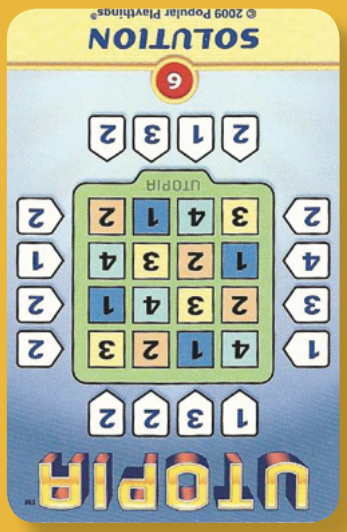
Volgend jaar, 2019 dus, bestaat de NOVU 30 jaar. We hebben alle reden om dit te vieren! Dit gaan we het gehele jaar door doen met allerlei evenementen, activiteiten, projectteams en specials. Hiervoor is inmiddels een jubileum commissie, de JUBCOM, hard aan de slag om een programma samen te stellen dat relevant is voor bestaande leden en interessant is voor potentiële leden. Het thema is circulaire innovatie. Ben je zelf met dit onderwerp bezig, heb je een netwerk en ideeën, laat het ons vooral weten via Jolijn - info@novu.nl. De JUBCOM bestaat op dit moment uit Jan van Rijnsoever, irma Rademaker en Reinout Meltzer.

Brainteaser oplossingen

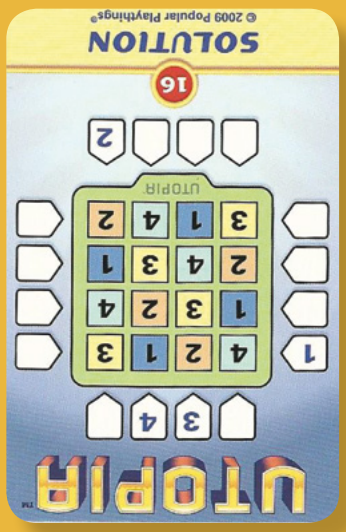
In deze Vindingrijk vindt u 3 brainteasers; opgaven uit het spel Utopia van Sjaak Griffioen.
Er is precies 1 oplossing, had u ze goed?



Brainteaser 1



Brainteaser 6

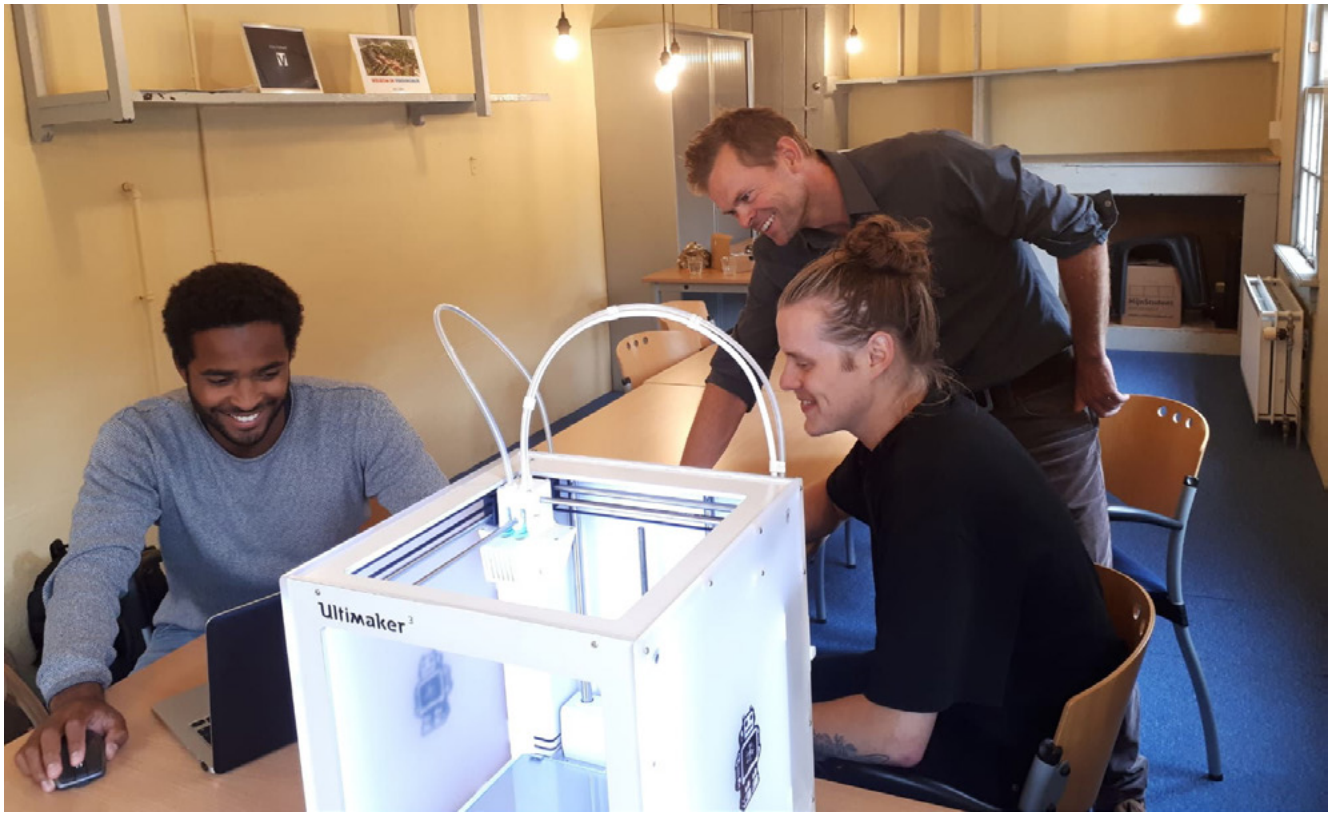


Brainteaser 16

door: Jolijn Cohen Tervaart

Maakatelier krijgt vorm

Per 3 september zijn Nando Mans en Noah Carstens begonnen in het splinternieuwe Maakatelier van de NOVU! Hier werken zij ter ondersteuning van de NOVU leden voor een vriendelijk uurtarief van €10,- ex btw. Deze dienst blijkt een schot in de roos, veel leden hebben zich al gemeld met vragen om producten te ontwerpen, prototypes te laten maken en toeleveranciers te zoeken. Daarnaast maken Nando en Noah voor leden octrooitekeningen, illustraties en aansprekende 3D animaties. Zij stellen zich voor.



Nando Mans, rechts op de foto, is 27 jaar en woont in Amersfoort:
Ik zit in het derde jaar van de studie Engineering Product Design aan de Hogeschool van Amsterdam. Ik heb voor een stage bij de NOVU gekozen vanwege de grote variatie aan opdrachten die dit half jaar langs zullen komen. Vormgeven, toepassen op de gebruiker, esthetiek en branding zijn onderdelen van de opleiding die ik toepas in mijn stage. Een blik op Kickstarter laat zien hoe belangrijk vormgeving en presentatie zijn voor een commercieel succes! Iets waar ik de uitvinders graag mee help.

Noah Carstens, links op de foto, is 24 Jaar en woont in Amsterdam.
Ik zit nu in het derde jaar van de opleiding engineering, design and innovation op de HvA. Dit is een studie die is afgeleid van werktuigbouwkunde. Komende zes maanden loop ik stage bij de NOVU. Tijdens mijn studie ben ik me gaan interesseren in het bedenken van nieuwe producten, problemen en uitdagingen aangaan en werken aan een technische toekomst. Bij de NOVU verwacht ik hier alles over te gaan leren. Ik heb ook al ervaring met het maken van octrooitekeningen voor uitvinders. Ik kijk uit naar alle uitvindingen waar ik jullie op technisch gebied mee kan ondersteunen. Tot ziens bij de NOVU!

Nando werkt veel met SolidWorks terwijl Noah meer gebruik maakt van Inventor. Ze weten veel van spuitgieten, massaproductie en consumentenartikelen en kunnen daarmee de leden goed ondersteunen. Maak daar dus gebruik van nu ze er zijn.

COLOFON

Vindingrijk® Magazine van de NOVU
ISSN: 1568 - 3702
Oplage: 800 exemplaren
Frequentie: 4x per jaar
Jaargang 27, nummer 3, herfst 2018

NOVU kantoor en redactieadres (per 1 juli 2018):
NOVU, Nederlandse Orde van Uitvinders
Landgoed Paleis Soestdijk
Amsterdamsestraatweg 12
3743 AB Baarn
Tel. 035 - 622 40 16
Site: www.novu.nl
E-mail: info@novu.nl

Redactie:
Jolijn Cohen Tervaert, Jan Taco te Gussinklo, Jake Blok, Bert Wolters

Foto omslag:
Brenda Roos

DTP opmaak:
Petra van der Lem

Drukwerk:
FWa Drukwerk

Advertenties:
Informatie via info@novu.nl

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

Adreswijzigingen:
Graag zo spoedig mogelijk via info@novu.nl

Opzeggingen lidmaatschap / abonnement:
Het NOVU verenigingsjaar komt overeen met een kalenderjaar. Indien men geen gebruik meer van het lidmaatschap wil maken of het Vindingrijk abonnement wil beëindigen, dient men dit voor 1 december schriftelijk aan het NOVU kantoor kenbaar te maken. Deze opzegging wordt schriftelijk bevestigd.

Aanleveren kopij volgende editie:
Thema Vindingrijk winter:energie
Aanleveren kopij vóór 1 december
via vindingrijk@novu.nl.

© NOVU 2018
NOVU is een geregistreerd woordmerk.

Niets uit deze uitgave mag worden overgenomen of verveelvoudigd zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van bestuur of redactie. De redactie behoudt zich het recht voor artikelen in te korten, te wijzigen of niet te plaatsen.

De artikelen in deze Vindingrijk zijn met zorg opgesteld. Elke uitvinding is echter uniek. Daarom is noch de auteur, noch de NOVU verantwoordelijk voor gevolgen van beslissingen die iemand op basis van deze artikelen neemt.

NOVU LEDENSERVICE

Wat heeft de uitvinder van vandaag aan de NOVU?

Als uitvinder red je het niet alleen! Je hebt een goed idee. Maar wat nu, wat doe je ermee? Laat je het op de plank liggen? Of ga je er mee aan de slag? Biedt jouw idee nieuwe mogelijkheden of lost het een probleem op? Dit zijn slechts een paar vragen aan het begin van een lange hobbelige weg met vele valkuilen. Maar wat is het een mooie weg! En als het resultaat daar is, wat schept dat een genoegen!

Die hobbels en die valkuilen, die neemt de NOVU niet voor jou, je zult ze zelf moeten trotseren. Maar vanaf het moment dat je met jouw idee aan de gang gaat, is de NOVU jouw wegwijzer. Men steunt je bij het maken van keuzes en je wordt geholpen de goede kant op te kijken. Vervolgens is de NOVU er trots op dat er weer een uitvinder succesvol op de markt is gekomen!

Hoe helpt de NOVU de uitvinder?

De NOVU heeft voor de uitvinder een steeds uitgebreider dienstenpakket. Om u een overzicht te geven van deze diensten, volgt hieronder een opsomming:

Persoonlijk spreekuur
Eén tot twee maal per week wordt op het NOVU kantoor een persoonlijk spreekuur op afspraak gehouden. In een vertrouwelijke omgeving krijgen de leden persoonlijke ondersteuning tijdens het traject van idee tot markt.

Feedback-systeem dienstverleners
Het slagen van een uitvinding valt of staat met de kwaliteit van de dienstverleners. De ervaring van de leden met dienstverleners wordt gebundeld in het feedback-systeem van de NOVU en beschikbaar gesteld voor collega NOVU leden.

Ondersteuning bij octrooionderzoek
Het spreekuur op octrooigebied wordt i.s.m. NL Octrooicentrum (RVO) gehouden. Deze vinden in de regel op donderdag plaats op het NOVU kantoor. De focus ligt hierbij op ondersteuning bij het doen van een verkennend nieuwheidsonderzoek (octrooionderzoek).

Cursus van idee tot markt
Maandelijks organiseert de NOVU, met name voor nieuwe leden, de cursus 'van idee tot markt'. Er kunnen zich per keer maximaal 12 deelnemers (ook niet-leden) inschrijven. De cursus neemt één dag in beslag.

Netwerksessies
Maandelijks vindt bij een bedrijfslid de NOVU netwerksessie plaats waarbij het onderling uitwisselen van kennis en ervaring in een vertrouwelijke omgeving centraal staat.

Brainstormsessies
Problemen oplossen voor en met NOVU leden. Ook bedrijven buiten het NOVU netwerk kunnen van deze dienst gebruik maken. Uitvinders kennen het woord probleem niet en gaan dan ook graag de uitdaging aan om oplossingen te genereren.

Beter octrooieren
Het doel van deze dienst is reële informatie verstrekken over octrooien zodat NOVU-leden meer rendement uit aanvragen halen.

Vindingrijk
NOVU leden ontvangen 4x per jaar, zonder kosten het NOVU magazine Vindingrijk en daarnaast heeft men toegang tot vindingrijk.nl

Collegiale toetsing
Leden met een specialistische vraag kunnen in een vroeg stadium een vinding collegiaal laten toetsen door één of meerdere erkende NOVU leden.

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

Product/Kennismakelaars
Leden die het commercialiseringstraject van hun vinding willen uitbesteden, kunnen terecht bij productkennismakelaars, die zich actief bezighouden met het in contact brengen van uitvinders (én hun vindingen) met bedrijven. Zie www.novuster.nl onder 'matching'.

Gastcollege op locatie
Met enige regelmatig verzorgt NOVU gastcolleges of workshops op locatie bij onderwijsinstellingen met het accent op het traject van idee tot markt.

NOVU-HRO studentenproject
Een goed voorbeeld van samenwerking is het jaarlijkse NOVU-HRO studentenproject, waarbij studenten van de Hogeschool Rotterdam NOVU leden (uitvinders) ondersteunen bij marktonderzoek en het opstellen van een ondernemingsplan.

Op www.novu.nl kunt u meer lezen over de inhoud van onze diensten.

Nadere informatie over NOVU via info@novu.nl