

Europäischen Patentamt als prüfender Institution eine noch wichtigere Rolle als bisher bei der Sicherung der Patentqualität zu. Durch eine entsprechende Ausstattung und administrative Unterstützung des EPA sollten die bislang hohen Standards weiterhin garantiert werden. Darüber hinaus sollte das EPA regelmäßig über Qualitätskontrollen und andere Maßnahmen berichten und die Ergebnisse der derzeit schon regelmäßig durchgeführten Qualitätskontrollen öffentlich machen. Angesichts der hohen Zahl von Patentanmeldungen mit geringer Qualität, liegt die wichtigste Aufgabe des EPA darin, diese Anmeldungen zu identifizieren und zurückzuweisen.<sup>101</sup>

Durch eine Fokussierung des Systems auf die Zentralkammer ist absehbar, dass viele Patentstreitfälle, die bisher (zumindest auch) vor deutschen Gerichten geführt werden, in Zukunft außerhalb Deutschlands vor der Zentralkammer anhängig gemacht und dort entschieden werden. Es ist daher sicherzustellen, dass bei der Auswahl und Weiterqualifikation der Richter und bei der laufenden administrativen Unterstützung des Gerichts höchste Standards angesetzt werden. Zudem müssen die über ein Jahrhundert aufgebaute technische Kompetenz und die Vorzüge des deutschen Systems in das neue System eingebracht werden. Die weitere Entwicklung des europäischen Patentsystems muss durch den gezielten Ausbau von Ausbildung, Weiterbildung und Forschung im Bereich des Patentschutzes begleitet werden. Dieser Ausbau sollte interdisziplinär angelegt sein, einem gesamteuropäischen Anspruch folgen und nicht mehr national orientiert sein.

Letztlich ist von dem neuen System keineswegs ein Durchbruch zu erwarten. Vielmehr muss weiterhin an der Vereinheitlichung des EU-Patentsystems gearbeitet werden. Deshalb empfiehlt die Expertenkommission, mittelfristig für die Territorien aller EU-Mitgliedsstaaten das Bündelpatent vollständig durch das Europäische Patent mit einheitlicher Wirkung zu ersetzen. Von der Akzeptanz des neuen Patents wird abhängen, ob der rein nationale Patentschutz im neuen System langfristig eine maßgebliche Rolle spielen kann.

## INTERNET- UND IT-UNTERNEHMENS-GRÜNDUNGEN IN BERLIN

A 4

Berlin wird in den Medien als die Internethauptstadt Europas gefeiert.<sup>102</sup> Tatsächlich werden in der Stadt seit einigen Jahren verstärkt Internet- und IT-Unternehmen gegründet und über Wagniskapital finanziert.

Dabei ist es nicht leicht, das medial vermittelte Bild von der Internethauptstadt Berlin durchgängig mit harten Fakten zu belegen. Je nach Abgrenzung der Branchen und Definition des Unternehmensbegriffs liegt in einigen Vergleichen München und in einigen Fällen Berlin an der Spitze der jeweiligen Gründungsstatistik.<sup>103</sup> Was die Berliner Gründerszene gegenüber der Gründerszene anderer deutscher Großstadtreionen auszeichnet, ist nur bedingt durch die Zahl der Gründungen zu erklären. Es sind vielmehr die Strukturen und die spezifischen Eigenschaften, die Berlin von München unterscheiden. So ist die Berliner Gründerszene erstens stark auf Produkte fokussiert, die die Aufmerksamkeit der breiten Öffentlichkeit auf sich ziehen, wie etwa *Apps* und Spiele sowie *E-Commerce* und *Social Media*. Zweitens ist die Vernetzung der Gründer untereinander und mit den Investoren sehr eng, was sich unter anderem an der großen Zahl wagniskapitalfinanzierter Unternehmen ablesen lässt. Drittens zeichnet sich die Berliner Gründerszene durch einen sehr hohen Internationalisierungsgrad aus.

In keiner anderen deutschen Stadt ist der Einsatz von Wagniskapital in den letzten Jahren so stark gestiegen wie in Berlin. Im Jahr 2011 investierten Wagniskapitalgeber 116,8 Millionen Euro in junge Berliner Unternehmen. Damit haben sich die Investitionen seit 2009 mehr als verdoppelt. Keine andere Metropole konnte so viel Kapital für Frühphaseninvestitionen anlocken.<sup>104</sup>

Dabei zeigt sich, dass nicht nur in die Internet- und IT-Wirtschaft investiert wird, sondern auch steigende Summen in Unternehmen der Gesundheitswirtschaft fließen.<sup>105</sup> Die zunehmende Attraktivität des Standortes Berlin lässt sich auch daran ablesen, dass immer mehr Investoren eine Niederlassung in der Hauptstadt gründen.<sup>106</sup>

Der Berliner Gründungsboom ist weniger auf außergewöhnlich günstige politisch-administrative

Rahmenbedingungen als vielmehr auf soziale und kulturelle Faktoren zurückzuführen. Berlin zeichnete sich lange Jahre vor allem durch günstige Mieten für Wohnungen und gewerbliche Immobilien sowie insgesamt niedrige Lebenshaltungskosten aus. In Kombination mit einem reichhaltigen Kultur- und Freizeitangebot entfaltete die Stadt eine hohe Anziehungskraft auf Künstler, Studenten und schließlich auch Gründer von Unternehmen mit hohem Wachstumspotenzial.

Auch das Fehlen einer breiten industriellen Basis sowie die Abwesenheit großer Unternehmen als Arbeitsmarktkonkurrenten können aus heutiger Perspektive als hilfreich für den Boom der Berliner Internet- und IT-Wirtschaft identifiziert werden. So müssen Berliner Gründer nicht, wie etwa in München, mit sieben Dax-Unternehmen um die besten Mitarbeiter konkurrieren. Der Berliner Arbeitsmarkt in der Kombination mit gleich vier großen staatlichen Universitäten und zahlreichen weiteren Hochschulen sorgt dafür, dass gut ausgebildete junge Leute in ausreichender Zahl zur Verfügung stehen.<sup>107</sup> Die internationale Anziehungskraft Berlins schafft die Möglichkeit, Mitarbeiter aus den unterschiedlichsten Ländern zu engagieren, und macht die Gründung von international operierenden Unternehmen in Berlin einfacher als in anderen Städten.

Mittlerweile hat die Gründungswelle in Berlin eine Dynamik erreicht, die sich in gewisser Weise von selbst verstärkt. So sind heute mit Soundcloud, Wooga, 6 Wunderkinder, Zalando, Betterplace, ResearchGate oder Rocket Internet bekannte Unternehmen in Berlin ansässig, die weitere Gründer und Kapitalgeber anziehen.<sup>108</sup>

Berlin verfügt mit seiner wachsenden Internet- und IT-Szene über eine günstige Wettbewerbsposition innerhalb einer Zukunftsbranche.<sup>109</sup> Allein für Deutschland wird damit gerechnet, dass die Wirtschaftsleistung der Internetbranche – ausgehend von 75 Milliarden Euro im Jahr 2010 – auf 118 Milliarden Euro im Jahr 2016 wächst. Die Internetwirtschaft stellt damit eine wichtige Wachstumsquelle dar.<sup>110</sup>

Das Beispiel Berlin belegt, dass die Internetwirtschaft innerhalb kurzer Zeit erhebliche Wertschöpfungs- und Beschäftigungspotenziale aufbauen kann. Die meisten Internetunternehmen beschäftigen zwar nur wenige Mitarbeiter, einige *Start-ups* haben ihre

Personalstärke jedoch aufgrund ihres dynamischen Wachstums innerhalb weniger Jahre vervielfacht.<sup>111</sup> Unklar ist derzeit allerdings, ob diese sehr erfreuliche Entwicklung nachhaltig sein wird.

Damit sich die positive Entwicklung der Internet- und IT-Wirtschaft in Deutschland fortsetzt, müssen insbesondere die Rahmenbedingungen für die Wachstumsfinanzierung junger Unternehmen verbessert werden.<sup>112</sup> Die Bundesregierung sollte daher international wettbewerbsfähige Strukturen für Gründer und Investoren schaffen, die auf Dauer fortbestehen können. Wie diese Strukturen aussehen müssen, hat die Expertenkommission in ihren vorangegangenen Jahrgutachten bereits dargelegt.<sup>113</sup>

## CROWDFUNDING

## A 5

*Crowdfunding* ist eine innovative Finanzierungsform für Projekte oder kleine Unternehmen, die darauf ausgerichtet ist, oftmals über das Internet, z. B. unter Nutzung von sozialen Netzwerken oder anderen Plattformen, in relativ kurzer Zeit finanzielle Beiträge einer Vielzahl von Personen zu akquirieren. *Crowdfunding* kann ganz unterschiedliche Formen annehmen (siehe Box 5). Der finanzielle Beitrag kann beispielsweise als Spende geleistet werden. Aufgrund der großen Reichweite einer Internetkampagne können selbst mit vielen kleinen Beträgen große Geldsummen zusammengetragen werden – eine Strategie, die beispielsweise Barack Obama schon in seinem ersten Präsidentschaftswahlkampf sehr erfolgreich eingesetzt hatte. Eine weitere Form ist die Vorbestellung und Vorabbezahlung eines neu zu entwickelnden Produkts. In diesem Fall erhält der Entwickler nicht nur finanzielle Mittel für die Produktentwicklung, sondern gleichzeitig wertvolle Informationen zum Ausmaß des Kundeninteresses für sein neues Produkt. Die Geldgeber können für ihr finanzielles Engagement im Gegenzug am Ertragserfolg beteiligt sein – bspw. mittels Kreditverzinsung oder einer Eigenkapitalteilhabe – oder einzelne Projekte oder sogar die Unternehmensausrichtung inhaltlich mitgestalten. Werden beispielsweise Präferenzen von Online-Nutzern bei der Ideen- und Entscheidungsfindung einbezogen, stellt dies eine Kombination von („aktivem“) *Crowdfunding* mit Aspekten des *Crowdsourcing*<sup>114</sup> dar.