

# Hyväkin keksintö vaatii osaavan kaupallistamisen

Keskeinen edellytys kaikkien keksintöjen menestymiselle on niiden onnistunut kaupallistaminen. Kaupallistamisessa on kolme perusvaihtoehtoa - oma valmistus, keksinnön kaikkien oikeuksien myynti tai lisenssin myynti ulkopuolisille hyödyntäjille.

**K**eksintösäätiö voi avustaa keksinnön markkinoinnissa. Jo keksinnön arvioinnin alkuvaiheessa keksijä käy läpi mahdollisia markkinointitoimenpiteitä keksinnöstä vastaavan Keksintösäätiön projektipäällikön kanssa.

Keksintöä voivat markkinoida keksijä, säätiön henkilökunta, innovaatioalan tukiorganisaatiot, sekä konsultit ja välittäjät joko yksin tai yhteistyössä toisten toimijoiden kanssa.

Säätiön Keksintöpörssi osoitteessa [www.keksintopörssi.com](http://www.keksintopörssi.com) on hyvä keksintöjen markkinointikanava, samoin messut ja muut tapahtumat.

Ostajahdokkaista voidaan etsiä myös suoramarkkinoinnin avulla. Keksintösäätiöllä on prosessissa välittävä ja eteenpäin vievä rooli. Kumpu panin valitsee viime kädessä keksijä itse.

Keksijä saa neuvottelutukea Keksintösäätiön projektipäälliköltä ja markkinointihenkilökunnalta sekä tarvittaessa lakimieheltä. Yhdessä pohditaan, mikä on liiketoimintaehdotuksen sisältö. Samalla selvitetään minkälaiset voimavarat ostajahdokkailla on käytössään, markkinoinnin projektipäällikkö **Sami Mäkinen** sanoo.

Tiedon jakaminen avoimesti puolin ja toisin on Mäkinen mukaan hyvin tärkeää kaupallistamisprosessin onnistumiselle.

## Hinnoittelu realistiselta pohjalta

- Tavallista on, että keksijä ei osaa määrittellä keksinnölleen hintaa. Keksintösäätiön projektipäälliköt ja markkinoinnin asiantuntijat pystyvät auttamaan tässä tehtävässä, Sami Mäkinen opastaa.

Hinnoittelun lähtökohdanna on kate, joka hyödyntäjälle jää kaikkien tuotanto- ja markkinointikulujen sekä muiden kulujen jälkeen.

- Vasta näiden kulujen jälkeen jää jotakin jaettavaa keksijälle, Mäkinen korostaa.

## Kertakorvauksen lisäksi myyntirojalteja

Keksijälle maksettava korvaus muodostuu yleensä alkumaksusta ja rojalteista, jonka suuruus riippuu keksinnön mukaisen tuotteen myyntituloista.

- Tavoitteena on, että keksijän saama kertakorvaus kattaisi kehityskulut ja varsinainen tuotto syntyisi 2-10 prosentin myyntirojalteista, Sami Mäkinen kertoo.

Jos ostava yritys ei ole heti valmis lisensointiin, on keksijän mahdollista tehdä sen kanssa optiosopimus, jolla yritys saa yksinoikeuden seurata tuotteen kehittymistä. Kun keksintö on valmis kaupalliseen hyödyntämiseen, on optiosopimuksen tehneellä yrityksellä etuoikeus lisenssiin.

- Jos keksijä myy kaupassa kaikki keksintönsä oikeudet, ne eivät palaudu hänelle esi-



**Keksintösäätiö auttaa keksinnön kaupallistamiskontaktien etsimisessä. Kuvassa Sami Mäkinen ja Jari Joutsela miettimässä sopivia etenemisreittejä asiakkaan bankkeelle.**

merkiksi ostavan yrityksen konkurssissa. Sitä vastoin lisenssimyynnissä oikeudet palautuvat keksijälle ostajan konkurssin jälkeen, kuten myös sopimuskauden päätymisen jälkeen. Tämä on yksi lisenssimyöntiä puolustava tekijä, Sami Mäkinen sanoo.

## Betoni-innovaatioita omin voimin

**Samuli Naamanka** on kehittänyt betonille kaksi uutta pintakuviointimenetelmää.

Graafinen Betoni®-menetelmän avulla betonin pintaan saadaan painoteknisin menetelmin halutunlaisia graafisia kuviota käyttämällä pintahidastinainetta.

Graafisen betonin jatko-oivalluksena syntynyt Sateenkaari Betoni on menetelmä, jolla ainoastaan muottia vasten valettu betonipinta värjätään ja pintaan siirretään useasta eri pigmentistä koostuva kuvio. Sateenkaari Betonin kehitystyö on vasta alkutaipaleella ja kaupallista sovellutusta saadaan vielä odottaa ainakin pari vuotta. Ykkösjärjestys on saada ensin Graafinen Betoni täysin tuotteistettua. Samaa tekniikkaa voidaan sitten hyödyntää Sateenkaari Betonin kehittämisessäkin.

Graafisen Betonin ympärille on perustettu yritys, jonka toimitusjohtajana toimii **Veli-Pekka Rydefelt**, joka vastaa liiketoiminnasta hanketta varten perustetun Graphic Concrete Ltd Oy:n kautta. Samuli Naamanka keskittyy tuotekehitykseen ja arkkitehtikunnan konsultointiin.

Betoni-innovaatiot ovat herättäneet paljon kiinnostusta arkkitehtien ja betoni-

teollisuuden keskuudessa. Graafinen Betoni® on jo kaupallinen tuote, mutta toki tuotteen jatkokehitys vie vielä paljon resursseja tuotannon järjeistämisen ja eri sovellutuskohteiden, kuten esimerkiksi pihalaattojen osalta.

- Keksintösäätiö ja Tekes ovat rahoittaneet Graafinen Betoni®-menetelmän patentointia. Lisärahoitusta saimme betoniteollisuudelta ja Tekesiltä, Samuli Naamanka kertoo.

Keksintösäätiö on tukenut myös Sateenkaari Betonin patentointia.

- Sateenkaari Betonin osalta olen lupailut arkkitehteillekin, että ehkä parin vuoden kuluttua voidaan päästä kaupalliseen tuotteeseen. Rahoittajatahoillekin on vaikea lähteä markkinomaan montaa asiaa kerralla, jos aiemmat hankkeet ovat vielä kesken.

## Perämoottorilukko tuotantoon

Keksijä **Matti O. Karvinen** on kehittänyt luotettavan perämoottoreiden lukko-

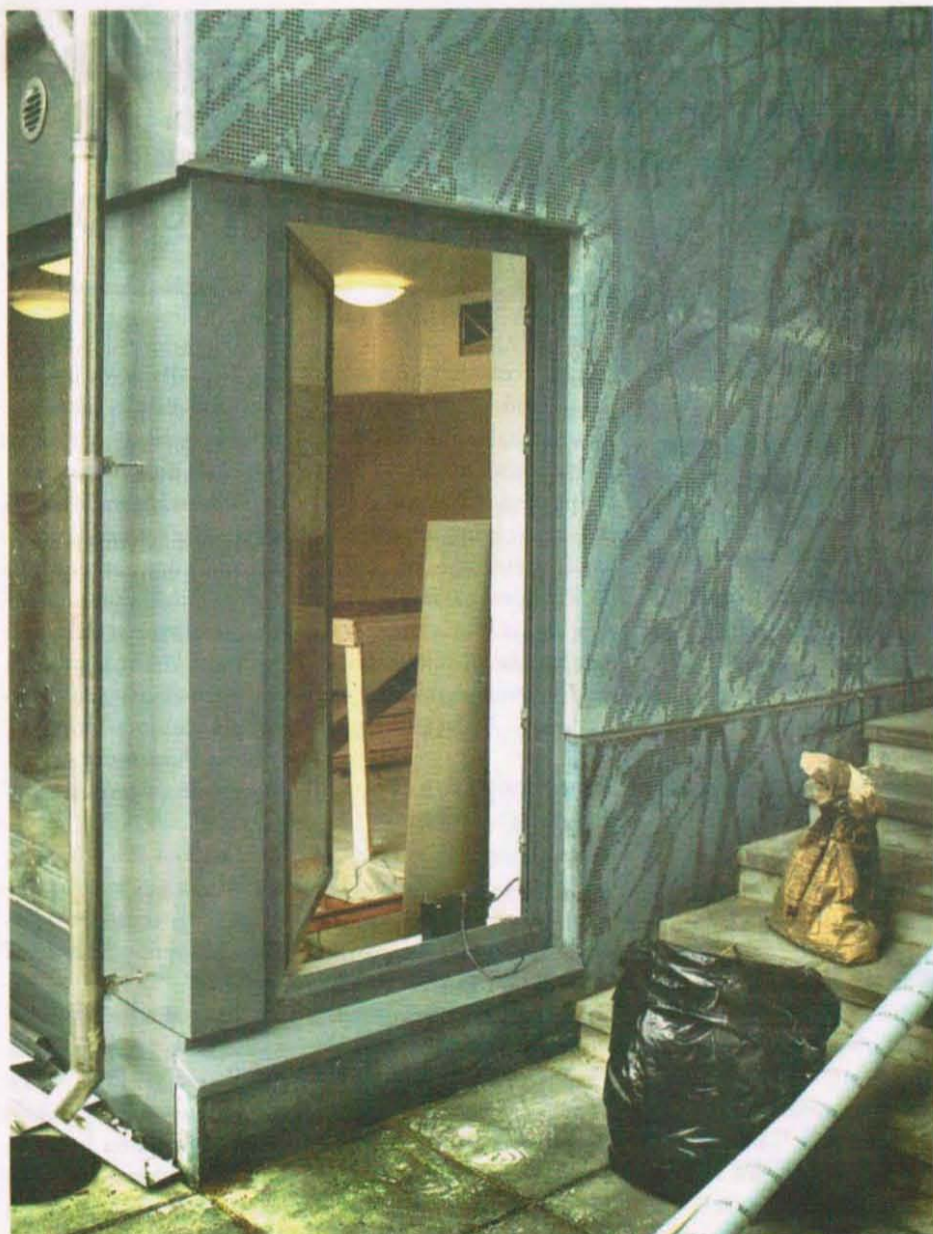
laitteen, jolla voidaan lukita käsin kiristettävät ja läpipullattavat perämoottorimallit tukevasti veneen runkoon ja itse lullkolaitteeseen. Keksintö estää perämoottorivarkauksia.

Vuonna 2000 Karvinen otti yhteyttä Keksintösäätiöön, joka lähti rahoittamaan hanketta.

Karvinen tarjosi aluksi itse aktiivisesti perämoottorilukkoaan useille yrityksille. Yhteistyökumppani löytyi lopulta venevakuutus- ja toimikunnan puheenjohtajan **Seppo Aallon** kautta.

- Sinulla on tosi hyvä keksintö, Aalto totesi ja tarjoutui auttamaan minua sen markkinoille saamisessa, kertoo Karvinen. - Otin yhteyttä K.Hartwall Oy Ab:n **Stefan Svanlungiin**, joka kiinnostui keksinnöstä. Neuvotteluja ja sopimusapua sain Keksintösäätiöstä. Monien mutkien kautta teimme lopulta lisenssiosopimuksen K. Hartwall Oy Ab:n kanssa.

**Jari Peltoranta**



**Sisustusarkkitehti Samuli Naamangan keksintö Graafinen Betoni® elävöittää kerrostaloportaikkoo Helsingin Arabianrannassa. Kuva Lehtikuva/Kai Sinervo.**



**Matti O. Karvinen ideoima lullkolaite estää tehokkaasti perämoottorivarkaudet.**