ANAQUA®

So verbesserte HP mit Anaqua erheblich seine Patentrecherchen

HP ist auf dem Patentmarkt äußerst aktiv. Das Unternehmen besitzt nicht nur Tausende von Patenten, es steht auch im Wettbewerb mit Firmen und übernimmt andere Unternehmen, die selbst über Tausende von Patenten verfügen. Diese Patente auf sinnvolle Weise zu organisieren und zugänglich zu machen, stellt eine große Herausforderung dar.

Adam Greyson, IP Technologist bei HP, wird oft darum gebeten, Erkenntnisse aus einem Berg von Patenten zu gewinnen und darauf aufbauend Handlungsempfehlungen zu geben. Dies war auch vor Kurzem der Fall, als HP darüber nachdachte, das Druckergeschäft von Samsung zu übernehmen, das ein Portfolio von 6.500 Patenten umfasste.

Eine solche Aufgabe kann ein ganzes Team leicht viele Stunden Arbeit kosten. Mit Anaquas AcclaimIP-Software bedarf es nur eines Tastendrucks.

Adam Greyson hat uns erzählt, wie Anaqua HP dabei half, die erforderlichen Informationen zusammenzutragen – und dabei alle Erwartungen übertraf.

Anaquas Software lieferte eine einzigartige Lösung

Mithilfe von Anaquas **AcclaimIP**, konnte Adam Greyson auf eine unglaubliche Menge von detailreichen Patentinformationen zu Unternehmen aus der ganzen Welt zugreifen. Dazu gehörten auch Samsung, sein eigenes Unternehmen und dessen Mitbewerber. Denn AcclaimIP hat direkten Zugriff auf den gesamten Datenkatalog, den das USPTO öffentlich zugänglich gemacht hat.

Adam Greyson nutzte Anaquas Matrix Query Manager, um komplexe Suchanfragen durchzuführen. Dadurch wurden zahlreiche Anfragen mit Querverweisen erstellt, die gleichzeitig ausgeführt werden konnten. Diese Art von Umfeldanalysen gleichen Patenttechnologien der relevanten Mitbewerber im Markt ab und halten ihn auf dem Laufenden, wenn neue Patente und Anwendungen veröffentlicht werden.

Adam Greyson gewährt uns einen Blick hinter die Kulissen, damit wir sehen können, wie das im Einzelnen funktioniert. Als er die Aufgabe erhielt, das Patentportfolio von Samsung zu recherchieren, stellte er zunächst Fragen zusammen, die HP vor der Übernahme von Samsungs Druckergeschäft beantworten musste.

Zum Beispiel: Ist Samsung Eigentümer seiner zugrundeliegenden Druckerpatente oder gibt es Lizenzen für die Patente anderer Unternehmen?

„Wir erstellten Suchanfragen und überprüften damit HP, Samsung und unsere relevantesten Mitbewerber, um einen Vergleich zu ermöglichen“, erklärt er. „Wie sich herausstellte, war das geistige Eigentum von Samsung sehr umfangreich. Das konnten wir mit dem Matrix-Tool sofort erkennen, da die zu vergleichenden Zahlen direkt nebeneinander dargestellt werden.“

Adam Greyson erstellte mit Anaquas AcclaimIP eine hierarchische Matrix mit mehreren Parametern, um die Suchergebnisse zu ordnen. Dadurch wurden die Ergebnisse auf diejenigen Patente beschränkt, die für HP wichtig und interessant waren.

Er suchte beispielsweise nicht einfach nur nach Laserdrucker-Patenten, sondern nach spezifischen Komponenten von Laserdruckern.

„Ein Laserdrucker ist aus vielen verschiedenen Bestandteilen aufgebaut. Diese haben wir in immer kleinere Suchanfragen unterteilt“, erklärt er. „Uns interessiert, wem die Patente gehören, die die interessantesten und wertvollsten Bestandteile abdecken, aus denen das Gerät besteht.“

Aber HP musste nicht nur wissen, ob Samsung Eigentümer vieler Patente war, sondern auch, ob diese Patente relevant waren.

„Einige Unternehmen melden Patente an, die leicht verständlich sind, aber nur einen kleinen Bereich des geistigen Eigentums abdecken und somit keine grundlegenden Patente sind“, so Adam Greyson. „Wir wollten wissen, ob Samsung Eigentümer solcher grundlegenden Patente ist. Ob sie Patente nur auf Grundlage des Aussehens eines Produkts anmelden oder doch für Bestandteile, die die Geräte schneller, besser und wertvoller machen. Denn das ist es, was den Wert eines Produkts bestimmt und damit auch des Geschäfts, das wir vielleicht übernehmen.“

Nachdem die Recherche abgeschlossen war, verglichen sie die Ergebnisse nicht nur mit Samsung, sondern auch mit HP und weiteren Mitbewerbern.

Die Suche verfeinern

Aber die erste Recherche allein reicht noch nicht. Um nützliche Erkenntnisse zu gewinnen, muss man häufig noch tiefer graben.

„Wenn man sich jedes einzelne Patent von Samsung ansehen würde, wären das allein in den USA 30.000 und weltweit sogar 100.000“, merkt er an. „Das sind wirklich viele Patente, also muss man die Menge begrenzen. Daher mussten wir grundlegende Suchanfragen und Patentgruppen erstellen, die sich auf das konzentrierten, was uns am meisten interessierte.“

Anschließend durchsuchte er mithilfe von AcclaimIP Anführungen und herkömmliche Kennzahlen zur Stärke, um die Anzahl an Patenten weiter zu reduzieren.

„Man muss einen Weg finden, wie man die Juwelen zum Vorschein bringt“, erklärt er.

Es war wichtig, Patente mit vielen Anführungen zu prüfen sowie solche mit einer großen Patentfamilie und ausländischen Patentanmeldungen. All diese Kennzahlen geben Aufschluss über die Stärke des Patentportfolios eines Unternehmens und lassen sich einfach mit AcclaimIP finden. Sie halfen HP dabei, festzustellen, dass das Druckergeschäft von Samsung für das Unternehmen tatsächlich von Nutzen sein würde.

Zusammenfassungen der Patente

Nachdem Adam Greyson die grundlegenden Patente herausgesucht hatte, musste er sie noch prüfen und mehr darüber erfahren. Auch hier half ihm eine Funktion von AcclaimIP: die Zusammenfassungsseiten für die Patente.

„Nicht jeder starrt beim Prüfen von Patenten gerne die ganze Zeit auf einen Bildschirm“, meint er. „Aber Acclaim verfügt über eine Funktion, mit der man sich für jedes Patent eine Zusammenfassung ausdrucken lassen kann.

Das vereinfacht das Organisieren der Patente und am Ende hat man einzelne Stapel, mit der die Suche viel greifbarer wird.“

Diese Funktion beschleunigte die Recherchearbeit zusätzlich.

Die Ergebnisse übertrafen die Erwartungen von HP

Für diese Art von tiefgreifender Recherche benötigt man normalerweise viel Zeit. Adam Greyson hingegen war in der Lage, die Aufgabe gründlicher und effizienter zu erledigen, als dies ohne die Software jemals möglich gewesen wäre. Für HP hat sich durch die Technologie von Anaqua vieles zum Besseren gewandelt.

„Als wir das Projekt zum ersten Mal bekamen, war es brandheiß – es war wirklich eine große Sache“, erinnert er sich. „Der Zeitplan sah so aus: ‚Wie viel könnt ihr in den nächsten zwei Wochen in Erfahrung bringen?‘ Daher wollten wir die Recherche so schnell und effizient wie möglich gestalten.“

Adam Greyson konnte mithilfe von Anaqua in kürzester Zeit genau die Patente finden, die seine Aufmerksamkeit verdient hatten.

„Bevor wir mit AcclaimIP diese Matrix-Suche erstellen konnten, mussten wir all das manuell in einer Excel-Tabelle machen“, erzählt er. „Man wartet auf die Ergebnisse und wühlt sich dann irgendwie durch … also keine wirklich angenehme Art zu arbeiten.

Bevor HP begann, mit AcclaimIP zu arbeiten, konnten wir ungefähr zehn Umfeldanalysen im Jahr durchführen – oder vielleicht ein paar mehr“, erläutert Adam Greyson.

„Mit diesem Tool können wir die Recherchen jetzt kaum noch zählen. Es speichert alle Suchanfragen, sodass wir eine neue Suche mit einem Klick starten können und dann nur noch die Ergebnisse aktualisieren müssen.

Wir haben schon bis zu 80 Portfolios auf einmal durchsucht. Früher brauchten mehrere engagierte Mitarbeiter ein ganzes Jahr für einige wenige. Und jetzt mache ich es nebenher ganz allein“, erklärt er.

Natürlich muss man zunächst auch selbst etwas Arbeitszeit investieren, bevor das Tool einsatzbereit ist – hauptsächlich, um die Fragen für die Matrix-Suchen auszuwählen und die Hierarchie festzulegen.

„Aber wenn es einmal eingerichtet ist, muss man es nie wieder machen“, fährt er fort. „Und wenn man etwas ändern will, kann man ganz einfach die Suche verfeinern. Nur ein Klick – und schon werden die Ergebnisse angezeigt. Es kann Zehntausende von Suchanfragen gleichzeitig ausführen.“

Anaquas Funktionen geben HP einen Vorsprungvor den Mitbewerbern

Adam Greyson berichtete noch über eine Reihe weiterer Funktionen von Anaqua, die HP erfolgreich eingesetzt hat. Eine davon ist das Analysieren von Patenttrends. Solche Analysen unterstützen Unternehmen bei der Entscheidung, in welche Technologien sie investieren und welche sie eher meiden sollten.

„Man kann sich den Trendverlauf für einen bestimmten Zeitraum anzeigen lassen. Beispielsweise um zu sehen, was in einem Jahr im Vergleich zu einem anderen Jahr geschehen ist“, erzählt er. „Acclaim gibt einen wirklich guten Überblick über das Verhalten der Mitbewerber.“

„Wenn man die Funktion erst einmal beherrscht, kann man Trends vorhersagen, die einem einen echten Vorteil verschaffen“, fährt er fort. Adam Greyson sucht dafür nicht nur nach erteilten Patenten, durch die er erfährt, was ein Unternehmen in der Vergangenheit getan hat. Er sucht zudem auch nach kürzlich eingereichten Patentanmeldungen.

„Wenn ein Unternehmen viele Patente in einem neuen Technikbereich eingereicht hat, kann man daraus Schlüsse über seine Pläne für die Zukunft ableiten. Das gilt insbesondere für aufstrebende Bereiche, deren Entwicklung noch zwei bis drei Jahre andauern wird“, erläutert er. „Wenn man gut darin ist, kann man ihre Strategie schon vorher erkennen, bevor sie überhaupt etwas angekündigt haben.“

Diese Erkenntnisse nutzt er zum Vorteil von HP, indem er nicht nur die Mitbewerber überprüft, sondern auch das eigene Unternehmen. Mithilfe automatisch erstellter Breakouts (Übersichtstabellen für die Anzahl an angemeldeten Patenten), Umfeldanalysen und vergleichender Suchen kann HP sein eigenes Patentportfolio bis ins kleinste Detail prüfen und vorausschauend planen.

„Man kann das eigene Patentportfolio in jedem beliebigen Technikbereich mit denen der Mitbewerber vergleichen“, so Adam Greyson. „Man kann auch die Perspektive der Mitbewerber auf einen selbst einnehmen.“

Für Adam Greyson verhält es sich mit dem Umstieg auf AcclaimIP wie bei dem Wandel in der Landwirtschaft vom Pflug, der von einem Ochsen gezogen wird, bis zur heutigen modernen Technik.

„Anstatt jede Saison den Ochsen mühsam vor den Pflug zu spannen und dann hinter dem Ochsen herzulaufen, setzt man sich heute einfach in den Traktor“, meint er. „Anstatt sich auf Kleinigkeiten zu fokussieren, kann man sich darauf konzentrieren, eine Siedlung aufzubauen, viele Bauernhöfe zu errichten und ein Großbetrieb zu werden.“

All dies bietet einen einzigartigen Mehrwert für die Unternehmensstrategie.

ANAQUA®

31 St. James Avenue
Boston, MA 02116 USA
+1 617 375 5808
www.anaqua.com

© 2017 Anaqua, Inc., All Rights Reserved.
ANAQUA is a registered trademark of Anaqua, Inc.