

Jaromír Balcar

## Instrumentenbau – Patentvermarktung – Ausgründungen. Die Geschichte der Garching Instrumente GmbH

### Abstract

Eine klare Grenze zwischen Grundlagenforschung und angewandter Forschung zu ziehen, stellt Wissenschaftssoziologie, -philosophie und -geschichte seit geraumer Zeit vor Probleme. Die vorliegende Studie untersucht dieses schwierige Verhältnis am Beispiel der Max-Planck-Gesellschaft. Obwohl sie sich die Grundlagenforschung auf die Fahne geschrieben hat, gründete die MPG 1970 mit der Garching Instrumente GmbH (GI) eine Tochtergesellschaft, um die kommerzielle Verwertung der Forschungserträge aus den Max-Planck-Instituten zentral zu organisieren und zu forcieren.

Wenngleich der Anwendungsbezug der MPG als Nachfolgeorganisation der Kaiser-Wilhelm-Gesellschaft (KWG) gleichsam in den Genen steckte, unternahm sie in den ersten beiden Dekaden ihres Bestehens wenig, um den Technologietransfer in die Wirtschaft aktiv zu fördern. Analysiert wird zunächst, warum sich dies 1970 änderte und welche Akteure den Ausschlag zur Gründung von GI gaben. Anschließend richtet sich der Fokus auf den Modus der kommerziellen Vermarktung von Forschungsergebnissen: In den 1970er Jahren dominierte Entwicklung, Bau und Vertrieb von Instrumenten, wodurch die Patentvermarktung in den Hintergrund geriet. Nachdem dieses Konzept 1979 gescheitert war, wurde GI in eine Patentagentur transformiert, die in den 1980er Jahren hauptsächlich Lizenzen vermittelte und dabei relativ erfolgreich war. In den 1990er Jahren wandelte sich das Geschäftsmodell von GI ein weiteres Mal, als an die Seite der Patentverwertung zunehmend die Ausgründung von Start-ups und Spin-offs trat. Dadurch änderte sich nicht nur das Verhältnis von GI zur Generalverwaltung der MPG, sondern auch das Geschäftsfeld von GI: Der Schwerpunkt verschob sich von der Inwertsetzung von Forschungs*instrumenten* zu Ausgründungen von Firmen, die häufig im

Bereich der Gentechnik operierten. Damit wandte sich GI nun stärker der Vermarktung von *Forschungsergebnissen* zu. Abschließend werden phasenübergreifend zwei Fragen diskutiert: erstens, in welchem Verhältnis die Logik der Wissenschaft und die Logik des Marktes innerhalb der MPG standen und ob GI dabei eine Änderung bewirkte. Und zweitens, ob man GI als eine Erfolgsgeschichte bezeichnen kann, obwohl die Einnahmen von GI – gemessen am Gesamthaushalt der MPG – kaum mehr waren als der sprichwörtliche Tropfen auf den heißen Stein.