



Foto: zVg.

Text **Martin Mäder**

**W**ünschen Sie sich eine selbstreinigende Socke? Möchten Sie als Reeder wissen, wie dick das Packeis am Nordpol gerade ist? Oder wie wäre es mit einer dentalhygienischen Behandlung über Mittag in Form eines Walk-in-Angebots? Dies sind zwar Utopien, doch alles andere als Luftschlösser. Es sind mehr oder weniger geniale Geschäftsideen, entwickelt von ehemaligen oder aktuellen Absolventinnen und Absolventen der ETH Zürich. «Es gibt keine schlechten Geschäftsideen», sagt Ruth Imholz Strinati. «Aber vielen jungen Wissenschaftlern fehlt es an Fantasie, sich mit ihrer Idee auseinanderzusetzen und eine Umsetzung seriös zu prüfen.»

Die Geschäftsführerin der Business Tools AG weiss, wovon sie spricht. Die Non-Profit-Organisation ist Anfang 2000 als Spin-off aus einem 1995 an der ETH Zürich lancierten Firmengründungsprogramm hervorgegangen. Seither bereitet das Unternehmen Studierende der ETH und weitere Interessierte auf die Aufnahme einer selbständigen Geschäftstätigkeit vor. Das modulare Ausbildungsangebot der Business Tools AG umfasst zwei Richtungen: unter dem Motto «Lust auf eine eigene Firma» Kurse für Business-interessierte und unter «Lernen mit Lust» Kurse für Lern-interessierte.

#### **Praxisbezogene «Sensibilisierungen»**

Das Angebot fällt an der ETH Zürich auf fruchtbaren Boden, denn was als Geistesblitz entsteht, mündet nicht automatisch in eine erfolgreiche Laufbahn als Unternehmer. Ruth Imholz: «In den 15 Jahren, seit es die Businesskurse gibt, haben insgesamt rund 20 000 Personen auf diese Weise wichtige Kenntnisse über die Gründung und Führung eines Unternehmens erworben.» Rund die Hälfte der Teilnehmenden kommt laut Imholz von der ETH, die Übrigen seien je zur Hälfte Absolventinnen und Absolventen anderer Hochschulen und Berufstätige. Somit stillt man offenbar

VOM STUDENTEN ZUM UNTERNEHMER

# Das Geschäft mit der guten Idee

*Wie wird eine Erfindung zu Geld?  
Die Antwort darauf erhalten Studierende  
der Eidgenössischen Technischen Hoch-  
schule Zürich in den Gründerkursen der  
Organisation Business Tools.*

auch den Wissensdurst angehender Jungunternehmer ausserhalb der Zürcher Hochschule. Viele der Nicht-ETH-Studenten kommen von der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW), der Kooperationspartnerin der ETH im Rahmen der Business Tools AG.

Die Kursmodule im Unterrichtsprogramm «Lust auf eine eigene Firma» gliedern sich in die Sparten Firmengründung, Management, Marketing und Methodenkompetenz. Veranstaltungsort für alle Kurse ist die ETH Zürich. In der Regel dauern die Kurseinheiten einen Tag, die längsten Blöcke – «Coaching als Führungsinstrument» und «Geschäftsführung» – erstrecken sich über vier Tage. Auch finanztechnisches Basiswissen wird den Teilnehmenden vermittelt: Wie muss ich die Preise für mein Produkt oder meine Dienstleistung festlegen, damit ich mindestens die Kosten gedeckt habe und den

sogenannten «Break-even» erreiche? Wie kann ich beim Thema «Value Proposition» den Nutzen meiner Geschäftstätigkeit für Kunden und Lieferanten darlegen? Ruth Imholz ist sich bewusst, dass in der knappen Zeit jeweils nur eine Einführung in die komplexen Themen möglich ist: «Unsere Kurse sind praxisbezogen und enthalten in kompakter Form eine Sensibilisierung für das jeweilige Thema.» Bei dem Kursangebot gehe es vor allem darum, potenziellen Jungunternehmern die häufigsten Fehler bei der Firmengründung bewusst zu machen, erklärt die Geschäftsführerin von Business Tools. «Meistens sind es lapidare Fehler, die eine Geschäftsidee scheitern lassen. Am meisten Stolpersteine finden sich in den Themen Finanzen, Markt und Marketing. Oft kommt aber ein Projekt gar nicht so weit, und eine Idee scheitert bereits beim Kriterium Unternehmertyp», weiss Ruth Imholz. «Ein guter Manager kann auch eine mittelmässige Idee zum Erfolg führen. Umgekehrt hat es eine gute Idee schwer, wenn sie schlecht gemanagt wird.»

### Die Angst vor dem Ideenklau ist unbegründet

Für Imholz ist Wissen «die einzige Ressource, die sich vermehrt, sobald man sie teilt». Mit diesem Teilen von Ideen ist es in der Wirtschaft so eine Sache. So könnte die geniale Idee unliebsame Nachahmer finden, die einem mit der Umsetzung zuvorkommen – eine Sorge, die die meisten potenziellen Jungunternehmer umtreibe, sagt Herbert Wattenhofer, Professor an der ZHAW und Experte für strategisches Management. Er leitet bei Business Tools den Tageskurs «Von der Geschäftsidee zur Umsetzung». Wattenhofer: «Die Grundsatzfrage, wem man von seiner Idee erzählen sollte und wem besser nicht, ist für viele ein grosses Problem.» Wattenhofer, der selbst an mehreren Start-up-Unternehmen beteiligt ist, rät Jungunternehmern, andere grundsätzlich an der Geschäftsidee teilhaben zu lassen. Er habe es selbst noch nie erlebt, dass jemand einem anderen eine Geschäftsidee klaute. Vielmehr nehme eine Vision Gestalt an, wenn man sie mit anderen teile, sagt der Leiter der Fachstelle Entrepreneurship an der ZHAW. Man solle sich bei dieser Problemstellung zuerst klar werden, ob man seine Idee patentieren lassen will oder nicht. Er gibt aber zu bedenken, dass eine Patentierung ein komplizierter, langwieriger und nicht zuletzt teurer Prozess sein kann.

Als Spezialist, der sein Wissen als sogenannter Businessangel bei Firmengründungen zur Verfügung stellt, rät Wattenhofer, als Erstes die Innovationskraft einer Idee einzuschätzen. Dabei sollte der Grundsatz «Turning ideas into money» («Ideen zu Geld machen») im Fokus stehen. Es gelte, die wirtschaftliche Verwertung einer guten Geschäftsidee nie aus den Augen zu verlieren. Nach Ansicht des Gründungsexperten ist verschmerzbar, wenn eine Idee nicht die ganz grosse Innovation darstellt.

### Das Geheimnis: ein individueller Mix von Eigenschaften

Als viel wichtiger schätzt Wattenhofer den Faktor Solidität ein. Je solider abgestützt die Absicht ist, umso besser. Damit ein Plan für ein neues Geschäft realisierbar ist, seien die drei so genannten K-Fragen zu beantworten. Die drei K stehen für

Können, Konkurrenz und Kunden und meinen Faktoren wie die Sachkompetenz des Ideengebers, die Produktführerschaft in einem bestimmten Gebiet, die Reaktion der Konkurrenz auf den neuen Mitbewerber oder die Grösse des angestrebten Marktes. «Führen diese Fragen in allen drei Gebieten zu einem positiven Ergebnis, ist das Vorhaben solide und somit realisierbar», so Wattenhofer.

Letztlich gehe es um ein Bündel von Fähigkeiten. «Das Geheimnis, das einen erfolgreichen Jungunternehmer, eine erfolgreiche Jungunternehmerin ausmacht, ist der individuelle Mix von Eigenschaften, der zu einem Wettbewerbsvorteil führt», sagt der Fachmann für Entrepreneurship, also für Unternehmertum und dessen Umsetzung in Form neuer Geschäftsmodelle. Es geht um das berühmte Puzzleteil, das am Ende über Erfolg oder Misserfolg entscheidet. Sind solche fundamentalen Fragen geklärt, ist der Weg zum Geschäftserfolg aber noch lange nicht geebnet. Es warten noch viele Fallstricke. Auch diesen wird im Tageskurs «Von der Geschäftsidee zur Umsetzung» im Rahmen des Business-Tools-Modulkurses «Lust auf eine eigene Firma» Rechnung getragen. Die Absolventen und Absolventinnen – gemäss Ruth Imholz liegt die Frauenquote bei beachtlichen 40 Prozent – werden auch auf Unwägbarkeiten vorbereitet, etwa wie man sich gegen das Risiko eines Ausfalls des Geschäftspartners absichern kann.

Viele Gründerinnen und Gründer, so Wattenhofer, seien zu Beginn dadurch motiviert, dass sie ihr eigener Herr und Meister sein wollen. Doch schliesslich stellten sie mit Schrecken fest, dass ihre einstige Vision mehrheitlich fremdfinanziert ist. «Ein Grossteil der Start-ups wird finanziell durch die berühmten «drei F» zum Leben erweckt», treibt Kursleiter Herbert Wattenhofer letzte Hirngespinnste aus den Köpfen der potenziellen Jungunternehmer: «Das Geld kommt meistens von «Friends, Fools and Family.» ■

## TECHNOLOGIETRANSFER

### Wissen schafft Arbeit

Die ETH Zürich betrachtet ihr Engagement im Bereich Unternehmensgründung als Beitrag für eine prosperierende Volkswirtschaft. Laut Matthias Hölling vom Ressort Technologietransfer und Spin-off geht es auch darum, Arbeitsplätze zu schaffen. Zudem habe die Hochschule als Bildungsinstitution im Rahmen des ETH-Gesetzes einen Leistungsauftrag, der die Verwertung der Forschungsaktivitäten im Rahmen eines Technologietransfers mit einschliesse. So arbeiten Forschende der ETH Zürich mit Technologiepartnern an

gemeinsamen Projekten, lassen ihre Erfindungen patentieren, verkaufen Lizenzen oder gründen Spin-off-Firmen. Gemäss Hölling gibt es zwar keine konkreten Zahlen, wie viele ETH-Absolventen effektiv den Schritt in die Selbständigkeit vollziehen. Man könne jedoch davon ausgehen, dass von den jährlich 3500 Absolventinnen und Absolventen der ETH rund 150 Personen den Schritt in die Selbständigkeit in Form eines Spin-offs wagten. MM

[www.btools.ch](http://www.btools.ch)