



Innovation

«Die Zusammenarbeit mit Lieferanten spielt eine grosse Rolle bei Innovationen»

Das «KMU-Magazin» hatte am Rande des KMU-Tages in St. Gallen Gelegenheit zu einem Interview mit Dr. Roman Boutellier. Der Professor der ETH Zürich nahm Stellung zur Schweiz als Innovationsstandort, Markenschutz und die Beziehung zwischen Wissenschaft und Wirtschaft.

Das Gespräch führte Regula Heinzelmann

Herr Professor Boutellier, Sie befassen sich als Mathematiker und Management-Professor mit wichtigen psychologischen Themen. Welcher Zusammenhang besteht zwischen Mathematik und Psychologie?

In beiden Wissenschaften lernt man vernünftig zu denken. Die Mathematik zwingt einen dazu, sehr exakt zu denken. Die Psychologie verhilft einem dazu, besser auf die Leute einzugehen, die einem gegenüberstehen. Es sind stark verschiedene Gebiete, aber sie ergänzen sich.

Ihrer Aussage nach produziert die Schweiz ein Prozent des globalen Wissens. Wird dieses Wissen auch in der Schweiz umgesetzt?

Bei dieser Berechnung werden die Patente und Publikationen in Betracht gezogen. Ein Prozent stammt aus der Schweiz. Wir sind darauf angewiesen, dass wir Zugang zu den anderen 99 Prozent haben. Von unserem einen Prozent wandert natürlich ein Teil ins Ausland. Andererseits profitieren wir von dem Wissen anderer Nationen.

Es heisst, die Schweiz sei relativ innovationsfeindlich, zum Beispiel in Bezug auf Risikokapital. Teilen Sie diese Meinung?

Das ist eine vorgefasste Meinung, die immer wieder auftaucht. Ich habe den Eindruck, dass

das zurückgeht auf die schlimme Erfahrung mit den Quarzuhren, die bei uns erfunden und dann in Japan produziert wurden. Es steckt immer noch in den Köpfen der Schweizer, dass wir damals etwas entwickelt haben und andere damit das Geld verdienen. Inzwischen ist die schweizerische Uhrenindustrie die beste weltweit. Die Untersuchungen der Konjunkturforschungsstelle der ETH (KOF) zeigen immer wieder, dass die Schweiz sehr gut ist im Umsetzen von Erfindungen.

Wie fördert die ETH die Innovation?

Jährlich gründet die ETH 20 bis 30 Unternehmen. Sicher entstehen noch mehr Betriebe, die von der ETH inspiriert werden, deren Gründer aber nicht den offiziellen Weg beschreiten. So ist die ETH sehr viel stärker als früher an der Umsetzung von Innovationen beteiligt.

Welches sind Ihrer Meinung nach die grössten Innovationshemmnisse in der Schweiz, wo besteht der dringendste Handlungsbedarf?

Eine der wichtigsten Voraussetzungen ist eine hohe Toleranz gegenüber dem Neuen und Fremden. In der Schweiz besteht im Moment eine Tendenz, sich abzuschotten und fremdes Kulturgut draussen zu halten.

Glauben Sie, dass sich zum Beispiel «Open Innovation», also die Integration Externer in die Innovationsprozesse,



KMU-Magazin
9326 Horn
071/ 846 88 74
www.kmu-magazin.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 13'553
Erscheinungsweise: monatlich

Themen-Nr.: 377.9
Abo-Nr.: 377009
Seite: 22
Fläche: 72'650 mm²

durchsetzen wird? Was versteht man unter dem Begriff und für welche Unternehmen ist «Open Innovation» sinnvoll und für welche nicht?

Unter Open Innovation versteht man den Einbezug der Personen ausserhalb des Unternehmens. Man kann zum Beispiel ein Problem ins Internet stellen und Lösungsvorschläge des Publikums sammeln. Dann analysiert man die Beiträge. Die besten verwertet man und setzt allenfalls einen Preis dafür aus. Dabei muss man auch in Kauf nehmen, dass es schiefgehen kann. Bei einer Innovation stellt sich auch immer die Frage, wie weit man sie schützen muss. Normalerweise geschieht das durch Geheimhaltung. Dies ist natürlich bei Open Innovation kaum möglich. Man muss sich sehr gut überlegen, welche Entwicklungen man geheim halten muss und welche Informationen man anderen zugänglich machen kann. Wenn Diskretion keine grosse Rolle spielt, kann man Open Innovation anwenden.

Wie beurteilen Sie die aktuelle Diskussion sowie die initiierte Revision um das Projekt Swissness, also den Schutz der «Marke» Schweiz und des Schweizerkreuzes?

Das wird immer wichtiger, vor allem wo es um Luxus und Sicherheit geht. Erstaunlich ist, dass fast alle Luxusuhren in der Schweiz produziert werden. In Bezug auf Sicherheit, z. B. bei pharmazeutischen Produkten oder Finanzprodukten, hat die Schweiz einen ganz grossen Vorteil. Wir müssen nur aufpassen, dass wir das nicht kaputt machen. Markenschutz ist sehr wichtig. Viele Unternehmen gehen in die USA und profitieren vom strengen Copyright. Beispielsweise schützen Apple und andere amerikanische Grossfirmen ihre Marke extrem.

Sollen sie dann nicht die Daten ihrer Nutzer ebenso respektieren?

Im Umgang mit neuen Medien sind viele Leute sehr blauäugig. Man sollte vorsichtiger mit

den eigenen Daten umgehen. Ein Arbeitgeber wird die Daten seiner Bewerber googeln. Wer jeden Blödsinn ins Internet stellt, muss sich nicht wundern, wenn er keine Stelle findet.

Sie schrieben ein Buch über praxisorientierte Konzepte der Logistik. Welches sind diese?

Wir haben ganze Wertschöpfungsketten analysiert, wobei wir mit den Rohmaterialien begonnen haben. Interessant ist auch, wie man mit den Lieferanten zusammen neue Produkte entwickeln und auf den Markt bringen kann. Häufig spielt die Zusammenarbeit mit den Lieferanten eine grosse Rolle bei Innovationen. Die Lieferanten befassen sich mit Spezialitäten und können beurteilen, was machbar ist. Heute kommen Manager der deutschen Automobilindustrie in die Schweiz und organisieren Anlässe. So versucht man, die Schweizer davon zu überzeugen, dass sie in die Elektromobilindustrie investieren sollen. Die deutschen Automobilbauer hoffen, dass sie von den Lieferanten profitieren können.

Am KMU-Tag wurde die Behauptung geäussert, die Praktiker würden von den Wissenschaftlern nicht so ernst genommen. Wie ist Ihre Meinung dazu?

Das war wohl immer so, heute ist das aber ziemlich versteckt. An den Hochschulen gibt es oft Rankings. Wer am meisten publiziert, besitzt das höchste Ansehen. In der Praxis, gerade im Management, ist es notwendig, auf spezielle Situationen einzugehen, vor allem auf die Menschen, die dahinterstehen. Gefragt ist die Erfahrung. Das wissenschaftliche Denken findet man dann in den Publikationen.

Warum werden immer wieder Meinungen der Medien von vielen Wissenschaftlern kritiklos übernommen?

Natürlich stehen auch hinter der Wissenschaft Emotionen. Auch psychologische Faktoren haben einen Einfluss auf die Wissenschaftler. Diese sind nicht total neutral. Und sehr viele Leute wollen die Welt retten.



KMU-Magazin
9326 Horn
071/ 846 88 74
www.kmu-magazin.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 13'553
Erscheinungsweise: monatlich

Themen-Nr.: 377.9
Abo-Nr.: 377009
Seite: 22
Fläche: 72'650 mm²

Gibt es überhaupt noch eine wirtschafts-unabhängige Wissenschaft?

Es gibt beispielsweise die theoretische Physik oder das CERN. Dies sind alles sehr theoretische Forschungen, die man vielleicht in einigen Jahrzehnten anwenden kann. Wir profitieren aber heute schon vom CERN. Dort arbeiten einige Tausend ausländische Wissenschaftler. Viele bleiben in der Schweiz und betätigen sich in der Wirtschaft oder an unseren Universitäten.

Wie weit wird die Wissenschaft von der Wirtschaft gesteuert?

An der ETH haben wir sehr klare Vorstellungen. In Verträgen mit Wirtschaftsunternehmen ist vereinbart, dass wir die Resultate publizieren können. Das gilt auch dann, wenn das Resultat für das Unternehmen negativ ist. Darauf beharren wir und dadurch ist die Unabhängigkeit gewährleistet.

Welches sind im Moment die grössten



◀ Dr. Roman Boutellier leitete bis 1999 die Abteilung Innovation und Logistik an der Universität St. Gallen. Er ist heute Professor für Technologie- und Innovationsmanagement an der ETH Zürich.

Risiken?

Im Moment wirkt vor allem die negative Grundstimmung. Alles wartet gespannt darauf, dass der Euro auseinanderfällt. Aber vielleicht werden die negativen Erwartungen gar nicht erfüllt, und es wird nicht so schlimm, wie man denkt. In der Schweiz gab es auch schon bankrotte Kantone, aber niemand hat daran gedacht, ihnen den Franken wegzunehmen. Und Kalifornien ist pleite, aber niemand redet davon, dass Kalifornien aus dem Dollarraum ausscheiden sollte.

Gibt es Ihrer Meinung nach herausragende Trends, auf die Unternehmen vorbereitet sein sollten?

Ein genereller Trend ist die Miniaturisierung. Damit meine ich nicht die Nanotechnik, sondern dass alles immer kleiner und noch kleiner wird. Wenn man neue Geräte vergleicht mit solchen, die zehn Jahre alt sind, fällt einem das gleich auf. Kleinere Geräte lassen sich besser kombinieren, so kann man ganz neue Produkte auf den Markt bringen. ■

Porträt

Regula Heinzlmann studierte Rechtswissenschaften an der Universität Zürich und arbeitet seit 1984 als selbstständige Autorin mit Schwerpunkt auf wirtschaftlichen und juristischen Themen. Für Unternehmen verfasst sie PR-Texte und Vertragsmuster. Die freischaffende Journalistin wohnt in Dietikon und lebt zeitweise in Berlin.

Kontakt



Regula Heinzlmann
Juristin und freischaffende Journalistin
Textservice für Unternehmen
Schützenstrasse 27
8953 Dietikon
rhz@bluewin.ch
www.heinzlmann-texte.ch

