

## Kommentar

Klaus Lackner

## Geschäftswissen dringend gesucht



Manchmal hat es den Anschein, dass junge Ideen in Österreich auf keinen fruchtbaren Boden fallen. Dabei gibt es sie. Man braucht nicht einmal mit der Lupe zu suchen. Auch oder gerade wieder im Internet-Bereich tummeln sich einige Start-ups. Meist handelt es sich dabei um eine Handvoll von Personen, die an ihre Idee glauben, Monate oder gar Jahre in den Aufbau investieren und dann, wenn es gerade so richtig losgehen sollte, doch plötzlich mit ihrer Markterschließung ins Stocken geraten.

Der Grund dafür: Der viel zitierte Förderdschungel der Alpenrepublik bietet zwar Geld und auch immer mehr begleitende Beratung, doch gibt es kaum Geldgeber, die nicht nur finanziell, sondern ebenso vor allem mit präzisiertem Geschäftswissen das Unternehmen nach vorne bringen. So beklagen die meisten – und nicht nur – Internet-Start-ups, dass sie zwar potenzielle, Interesse zeigende Investoren in Österreich finden. Schlussendlich aber sollen sich die Gespräche dann so sehr in die Länge ziehen, dass viele Jungunternehmer das Handtuch werfen und ihre Ideen stattdessen ins Ausland tragen.

Dort liegen zwar die Fördergelder nicht wie in Österreich auf der Straße, aber dafür stößt man eher auf das gesuchte Business-Know-how gepaart mit monetärer Investitionswilligkeit. Zudem lassen sich im Ausland Kapitalgesellschaften mit sehr geringem Grundkapital gründen. Das ist oft die Voraussetzung, um überhaupt einen Investor daran denken zu lassen, sein Geld in ein Unternehmen zu investieren. Da beißt sich die Investitionskatze sprichwörtlich in den Schwanz. In der Politik ist zwar von einer „kleinen GmbH“ die Rede, aber wann sie kommt, ist leider noch nicht absehbar.

Alexandra Riegler

## Wissenschaft mit Gründergeist



Von allein glänzt auch Genie nicht. „Ich bin gut, viel besser als du“ muss zuerst in die Welt hinausgetragen werden. Moderne Wissenschaft ist gelebter Gründergeist. „Ich will's wissen, also forsche ich“, sagten sich schon die Alten. Doch die Werkzeuge zur Umsetzung haben sich geändert. Elfenbeintürme sind dem Networking gewichen, Großes wird heute zunehmend in der Gruppe entdeckt. Zwischendurch muss man sich ein Mascherl umbinden und bei Cocktails als Handelsvertreter für die Marke

„Ich“ reüssieren. Freilich garantiert auch Marketing unter Wissenschaftlern nicht, dass die, die am lautesten schreien, die brilliantesten Köpfe sind. Erfolgs- und finanzieller Druck an Forschungsinstituten und Unis bedingen, dass zuerst der Verkauf zählt. Wo Exzellenz nicht in den Statuten steht, tritt der Inhalt gern in den Hintergrund. Hauptsache, das Projekt ist gesichert, die Eigenwerbung im Lebenslauf vermerkt. Gleichzeitig erzwingt der Trend zur Eigenvermarktung mehr Beweglichkeit. Wer hinausgeht und sich stellt, bekommt die Meinungen vieler mit auf den Weg. Denn wengleich Revolutionen auch heute nicht von Angepassten angezettelt werden, wird die Bedeutung von wissenschaftlichem Starrsinn weitgehend überschätzt. Als Regulativ könnte das Heranziehen wissenschaftlichen Nachwuchses gelten – nicht nur zur Produktion, sondern als Inspiration und potenzielle Konkurrenz. „Schmidt sucht Schmidtchen“, darin sollen sich die Kleingeister üben. Marketing unter Wissenschaftlern wird im schlechtesten Fall als störende Notwendigkeit, im besten als wertvolles Werkzeug im Dienste der eigenen Sache gesehen. Dass der Markt schon alles richten wird, ist nicht zu erwarten. Dass er die größten Blender eliminiert, schon.

## Konkurrierende Erfinder

Patente gelten oftmals als Garant für das wirtschaftliche Bestehen eines Unternehmens. Doch meist begeben sich die Genies auf eine Gratwanderung zwischen Nutzen und dem Schutz eigener Ideen.

Michael Liebming

Wer kennt Spencer Silver und Art Fry? Ersterer war jener erfinderische Geist, der bereits 1968 auf der Suche nach einem neuen, absoluten Superkleber eine klebrige Masse erfand, die sich auf allen glatten Flächen auftragen als auch wieder rückstandsfrei ablösen ließ. Diese Kreation verkaufte sich in der Anwendung nur äußerst schlecht. Also wurde sie wieder vom Markt genommen. Der Kirchenchorsänger Art Fry ärgerte sich jahrelang darüber, dass ihm seine Lesezeichen im Stehen permanent aus den Notenhäften fielen. Da er ein Kollege von Spencer Silver war, holte er 1974 eine Probe des Klebers aus dem Labor und trug diese auf kleine Zettel auf, die er auf den Notenblättern anbrachte. Das Post-it war erfunden.

Heutzutage ist die Haftnotiz, die *Fortune* zu einer der wichtigsten Erfindungen des 20. Jahrhunderts erklärte, aus dem modernen Büroalltag nicht mehr wegzudenken. Alleine in Deutschland werden pro Jahr bis zu 4,5 Mio. Blöcke in mehr als 400 Produktvarianten verkauft. Dass es eine derart breite Anzahl unterschiedlichster Ausführungen gibt, findet sich in der Tatsache begründet, dass der Patentschutz im Hinblick auf das kanariengelbe Original längst abgelaufen ist.

Innovationen zählen in der wissensbasierten Produktions- und Dienstleistungsgesellschaft zum Alltag. Beim hoch riskanten Wettlauf um Fortschritt hat niemand eine Garantie auf Erfolg. Im Jahr 2007 wurden in Österreich 3543 Erfindungen beim Patentamt angemeldet, wobei im Bundesländerranking Wien mit 600 Anmeldungen an der Spitze lag. Dass sich in dieser Statistik auch Streitereien um die Namensrechte für den Schönbrunner Jungpanda „Fu Long“ wiederfinden, der gleich vier Mal als Patent angemeldet wurde, lässt Österreichs Urheberpioniere teils als schräge Vögel erscheinen. Zu den innovativsten Branchen zählten allerdings wie schon in den vergangenen Jahren der Transport und der Maschinenbau.

## Innovationsmotor

„Wir machen eigentlich den ganzen Tag nichts anderes als erfinden“, erklärt der in Ravensburg lebende Steirer Anton Scherzer. Der Techniker leitet in dieser deutschen Maschinenbauhochburg ein Konstruktionsbüro und fertigt in seiner 550 Quadratmeter großen Produktionshalle teils auch die notwendigen Werkstücke zu seinen Entwürfen. Als Ideenlieferant tritt er aufgrund vertraglicher Geheimhaltungsvereinbarungen sämtliche Rechte an seine Auftraggeber ab. Zuletzt entwickel-

te er für Gastronomiebetriebe einen Tisch, dessen Stellfläche sich in Sekundenschnelle um 50 Prozent vergrößern lässt.

Ein Patent kommt für den Ingenieur nicht in Frage. „Patente kosten Zeit und Geld. Bevor ein Patentanwalt deine Erfindung prüft, muss man ihn vorab bezahlen. Nach dieser Prüfung besitze ich nur das Wissen, dass ich ein Patent einreichen kann“, erklärt der Unternehmer, um weiter auszuführen, dass es ab diesem Zeitpunkt erst richtig ins Geld gehe. Er beziffert die anfallenden Gebühren mit einigen Zehntausend Euro. Einerseits müsse pro Jahr gezahlt werden, um die Erfindung schützen zu lassen, wobei der Preis wiederum vom Einzugsgebiet abhängt. Der Patentschutz nur für Deutschland sei kostengünstiger als jener für Europa exklusive Übersee oder Asien. Andererseits laufe das Basispatent nach zehn Jahren aus. „Mehr Zeit habe ich nicht, um meine Entwicklungskosten reinzuspielen und wirtschaftlich erfolgreich zu sein.“

„Eingereichte Patente ziehen große Hersteller an wie das Licht die Insekten“, resümiert der Maschinenbauer Scherzer. „Als mittelständisches Unternehmen hast du meist nicht die finanzielle Basis, um diese Firmen zwecks Ideenklau zu verklagen und ein Verfahren auszusitzen.“

## Karikatur der Woche



Zeichnung: Kilian Kada