

Die grösste Gefahr sind Streitigkeiten

Ohne Enthusiasmus geht es nicht – ohne elaborierten Businessplan oft schon: Aus dem Geographischen Institut starten zahlreiche Spin-offs in den freien Markt. «Die Uni soll Neues machen und keine Routinearbeiten ausführen», empfiehlt der Berater.

Von This Rutishauser

«Ich will einfach wissen, ob das funktioniert», sagt die Paläoklimatologin Isabelle Laroque-Tobler und lacht. Sie lacht oft, wenn sie über ihr eigenes Unternehmen spricht. Seit Mai 2011 ist ihre Firma online: Unter www.limnopaleoserv.com bietet die Wissenschaftlerin am GIUB und langjährige Professorin am «Insitut National de Recherche Scientifique» in Québec ihr Fachwissen an. Feldarbeit und Laboranalysen, stratigraphische Analyse und Klimarekonstruktionen sind im Angebot. Stundenlohn und Honorar pro Probe sind auch gleich aufgeführt. Ebenso eine Pauschale zum Verfassen einer wissenschaftlichen Arbeit. Sie sei «frei und glücklich», sagt Laroque-Tobler.

Die Wissenschaftlerin startet aus einer wirtschaftlichen Ausgangslage ohne grosse Investitionen: «Mit einem Umsatz unter 90 000 Franken habe ich noch keinen grossen Aufwand mit Steuerabrechnungen». Eine grosse Infrastruktur braucht sie nicht. Sauber vertraglich geregelt hat sie auch die Benutzung der universitätseigenen Laboreinrichtungen. «Die Uni erhält einen vereinbarten Anteil der Einnahmen», sagt Laroque-Tobler. Aber wenn nichts reinkomme, müsse sie auch nichts bezahlen.

Bis Ende Sommer 2011 sind die Auftragsbücher voll mit «laufenden Projekten». Falls danach einige kontinuierliche Aufträge reinkommen sollten und Laroque-Tobler sogar einen Mitarbeiter beschäftigen könnte, dann wäre sie auf dem besten Weg. «Aber wenn es nicht klappt, bin ich auch nicht so traurig.»

Neun von zehn haben Erfolg

Spin-offs der Universität Bern sind gemäss Herbert Reutimann, Geschäftsführer von

Unitectra, sehr oft erfolgreich (siehe Kasten). Neun von zehn Firmen, deren Gründung und Start Unitectra seit 1999 unterstützt hat, sind noch «im Business». Leute mit einem Hintergrund an der Uni würden nicht ins Blaue hinaus eine Firma gründen. «Alle Ideen haben Fleisch am Knochen», sagt Reutimann.

Seiner Ansicht nach soll die Uni «Neues machen und keine Routinearbeiten ausführen». Dazu sei ein privatwirtschaftliches Unternehmen besser geeignet. Unitectra hilft dabei, enthusiastischen Zukunftsunternehmern eine «realistische Vorstellung» zu vermitteln. «Eine Firma muss schliesslich Geld verdienen, damit sie überlebt», sagt Reutimann. Dabei spiele oft eine Rolle, ob genügend Durchhaltewille vorhanden ist. Am besten merke man das, wenn man frage, wo sich die Leute in ein paar Jahren selbst sehen oder wie sie mit Unsicherheiten umgehen können. Schablonenartig formuliert es Herbert Reutimanns so: «Es braucht Enthusiasmus, Biss, ein gesundes Selbstvertrauen sowie die Fähigkeit, sich auf das Wesentliche zu fokussieren und die eigenen Grenzen zu kennen. Dann kommt es gut.» Eine klare Vorstellung von Produkten oder Dienstleistungen und möglichen Kunden sei die Basis. Und: «Schwächen lassen sich durch Partner abdecken oder outsourcen.»

Nahe am Markt

Geographinnen und Geographen hätten mit ihrem Studium grundsätzlich gute Voraussetzungen, um selbständig in die Privatwirtschaft einzusteigen. Sie seien meistens näher am Markt oder bereits bei konkreten Anwendungen im Gegensatz zu

Molekularbiologen. «Ein Geographiestudium bietet viel Handfestes und damit ein grosses Potenzial, um sich selbständig zu machen.»

Die Uni definiert klar, wann und wie ein Spin-off möglich ist. So gehören Forschungsergebnisse der Universität und kommerzielle Nutzungen durch eine Spin-off-Firma unter eine Lizenz der Uni. «Auch darf die Uni nicht für Marketingzwecke missbraucht werden», betont Reutimann. So sei das Verwenden des Uni-Logos ein Tabu. Für viele Spin-offs ist aber die Anbindung an die Uni wichtig für die Entwicklung der Firma und den Marktauftritt. Dabei lohnt es sich gemäss Reutimann für die Gründer, schriftlich festzuhalten, wie

Unitectra hilft beim Absprung

Unitectra ist die Technologietransferorganisation der Universitäten Bern, Basel und Zürich. Die Aktiengesellschaft, die vollständig im Besitz der Universitäten Bern und Zürich ist, hat den Auftrag, Forschung in die Praxis zu bringen und das Potenzial für Anwendungen zu fördern. Unitectra unterstützt Forschende auch bei der Gründung von Spin-off-Firmen und unterhält gute Kontakte zu vielen möglichen Investoren. Seit 1999 bearbeitete Unitectra insgesamt mehr als tausend Forschungsprojekte mit Partnern aus der Wirtschaft. Im gleichen Zeitraum betreute die Organisation insgesamt rund 90 Spin-off-Firmen, die aus den beiden Universitäten Bern und Zürich entstanden sind.

Kontakt: Dr. Herbert Reutimann, Geschäftsführer Unitectra, reutimann@unitectra.ch



Stefan Kunz ist Geschäftsleiter von Meteotest, dem ältesten Spin-off der Berner Geographen.

sie miteinander funktionieren wollen und wer welche Rechte und Pflichten in der Firma hat. «Bei den wenigen gescheiterten Spin-offs, die ich kenne, führten meist Streitigkeiten unter den Partnern und Meinungsverschiedenheiten in den Abgrund», sagt Reutimann.

Ein bisschen Glück

Mit dem Biss allein ist es nicht gemacht. Raumplaner Marco Rupp von Ecoptima weiss auch von Spin-offs, die sich zu sehr auf ein Spezialgebiet eingeschossen hätten. «Wer auf einem Gebiet wenig Erfahrung hat, nicht kompetent genug ist und zu idealistisch an die Sache geht, hat es schwer.» Nach Anstellungen beim Kanton Bern baute der Geograph das Raumplanungsbüro mit auf. Er sagt: «Wir hatten auch Glück, dass zahlreiche Entwicklungs- und Agglomerationsplanungsprojekte entstanden sind und wir bei aktuellen Themen dank unserer Erfahrung und unserem Wissen immer vorne mit dabei waren.»

«Das Geographiestudium vermittelt ein sehr breites Wissen und eine systematische Arbeitsweise», sagt Rupp. Auch Berichte schreiben lernen die Absolventinnen und Absolventen. Aber so etwas wie Praxis-tauglichkeit kann eine Uni gemäss Rupp nie vermitteln. Seine Zauberformel: «Vertiefungsstudium + Assistenz-Rucksack + Zusatzstudium = Erfolg». Wenn dazu noch Teamfähigkeit und eine «spannende Persönlichkeit» komme, sehe er sehr gute Chancen für alle, die es versuchen wollten.

Auch ViaStoria, das heutige Zentrum für Verkehrsgeschichte, wurde zu einem Spin-off: Nach einem 20-jährigen Forschungsauftrag vom Bund und 50 Millionen

Franken Umsatz musste dieses Projekt des GIUB und des Historischen Instituts nach neuen Mitteln suchen: ViaStoria musste sich neu erfinden und sich unternehmerisch bewähren (UniPress Nr. 148). «Der wichtigste Schritt war, das Team, das die Sicherheit des Bundes und der Universität gewohnt war, zu einer wirtschaftlich denkenden Gruppe zu machen», sagt Geschäftsführer und Geograph Hanspeter Schneider. Sauberes wissenschaftliches Arbeiten und die Erfahrung aus vielen Projektjahren seien dafür eine essenzielle Grundlage. «Wir müssen aber den Kunden klarmachen, dass Qualität kostet», sagt Schneider. Dafür müsse man sich selber immer wieder klarmachen, dass man auf Zeit arbeitet. Mit Projekten in Nachbarländern und in Nepal könne man das Wissen jetzt aber auch anderweitig anwenden.

Mut zur Konzentration

Das älteste ordentliche und bekannte Spin-off des GIUB feiert 2011 das 30-jährige Bestehen, ist gemäss Mitgründer und Geschäftsleiter Stefan Kunz aber immer noch «jung und busper». Meteotest begann mit einem Kapital von 9000 Franken im Restaurant «Tell» in Ostermündigen und ist heute eine 22-köpfige Genossenschaft, die in den Bereichen Meteorologie, Erneuerbare Energien und Umweltinformatik tätig ist. Mit selbst verfassten Statuten kamen die Initianten beim Handelsregisteramt im ersten Anlauf durch. «Wir profitierten stark vom Aufbruch der Umweltbewegungen und waren fast konkurrenzlos am Markt», sagt Kunz. Das sei heute ganz anders. Jetzt streiten sich viele Anbieter um die Aufträge im Bereich



Isabelle Laroque-Tobler hat soeben ihr eigenes Unternehmen gegründet.

Wetterprognosen und Geographische Informationssysteme GIS.

Der Tipp von Stefan Kunz für potenzielle Spin-off-Kandidatinnen und -Kandidaten: «Habe den Mut, dich auf das zu konzentrieren, was du gut kannst.» Nur so könne man sich von der Konkurrenz abheben. Auf die Gründung der eigenen Genossenschaft blickt er lächelnd zurück: «Das Ganze war etwas naiv – aber im positiven Sinn».

Darin sind sich der Meteotest-Gründer und die frisch gebackene Firmenbesitzerin einig: «Ich hatte mir eine Firmengründung schwieriger vorgestellt», sagt auch Laroque-Tobler. Heute lachen beide darüber – im dreissigsten wie im ersten Firmenjahr nach dem Spin-off.

Autor: This Rutishauser, arbeitet als Journalist beim textatelier, rutishauser@textatelier.ch

21 Firmen gegründet

In einer Umfrage zum 125-Jahr-Jubiläum des Geographischen Instituts meldeten sich 21 Firmen, die ehemalige Geographiestudierende beim Spin-off an Bord hatten. Rund 125 Mitarbeitende zählen die Firmen, die in der Raumplanung, im Bildungsbereich, in der Kommunikation und in der Aufbereitung von Geodaten tätig sind. Die älteste, Meteotest, ist seit 1981 im Handelsregister eingetragen – die jüngste, Limnology and Paleolimnology Services, seit Frühling 2011.

Kontakt: Geographisches Institut, Direktionssekretariat, Gabriela Rüttimann, ruettim@giub.unibe.ch