

Ideen zu Produkten machen

Erfindergeist haben viele Leute, doch die wenigsten setzen ihre Ideen um. Die junge Firma Innostarter will hier Brücken bauen.

Von **Irene Bättig**

Warum gibt es keine Spraydose, die beliebige Farben sprühen kann? Nicht, weil die Idee fehlte, sondern weil noch keine Firma interessiert war, die Entwicklung an die Hand zu nehmen.

Diese Erfahrung musste Jochen Ganz wiederholt machen. Der Ingenieur ist seit Jahren in der Innovationsentwicklung tätig, und er ist überzeugt, dass viele Produktideen brachliegen: «Die Umsetzung hapert, weil den Erfindern das Geld oder das Knowhow fehlt oder weil ein Produkt nicht in das Kerngeschäft eines Unternehmens passt.» Zusammen mit Partnern hat Ganz die Firma Innostarter gegründet. Deren Ziel: Ideen sammeln, sie zu marktfähigen Produkten entwickeln und diese an Firmen oder Investoren verkaufen.

Die mehrfarbige Spraydose ist eines der ersten Projekte. «Wir brauchen aber viele weitere gute Ideen», so Jochen Ganz. Kreative Denker gibt es überall: Konsumenten, die sich über den Mangel eines Artikels ärgern, Studentinnen, die in einer Semesterarbeit einen Geistesblitz für ein Produkt haben. Aber auch Firmen; der Outdoor-

Ausrüster Mammot etwa macht mit. «Wir geben intern nicht verwertbare Ideen an Innostarter weiter», sagt Sem Hediger, der Innovations- und Technologiemanager.

Die Eingabe von Ideen erfolgt unkompliziert über ein Internet-Formular. Dabei tritt der Ideenträger die Mehrheit der Eigentumsrechte an der Idee an Innostarter ab. Er bleibt jedoch zu mindestens 10 Prozent am Erfolg beteiligt.

«Wenn wir ein Produkt für 1 Mio. Fr. verkaufen, bleiben dem Ideenträger mindestens 100 000 Fr.», rechnet Jochen Ganz vor. Dafür muss der Ideenträger kein Geld und keine Zeit in die Entwicklung investieren und trägt kein Risiko.

Markt und Machbarkeit

Bedingung für die Realisierung einer Idee ist, dass das Produkt Marktpotenzial hat und mit bekannter Technik realisierbar ist.

Innostarter rechnet damit, jährlich mindestens acht Ideen umzusetzen. Die Initianten stützen sich auf einen Prozess, mit dem sie bereits mehrere Innovationsprojekte realisiert haben: Jede Idee wird zuerst einer Kurzbewertung unterzogen. Fällt diese positiv aus, folgt eine vertiefte Abklärung der technischen Machbarkeit und der Marktchancen. Erst dann kommt das Entwicklungsprojekt.

Bislang sind etwa 20 Ideen eingegangen. Auf gutem Weg ist etwa die Entwicklung eines kostengünstigen 3-D-Scanners. Solche Geräte gibt es zwar, aber nur im Hoch-

preissegment. Der Zufall wollte es, dass Innostarter beim Evaluieren der Idee auf ein Schweizer Institut stiess, das über die notwendigen Technologien verfügt.

Zurückweisen musste man dagegen die Idee eines Fensterputzroboters. Das Marktpotenzial wäre zwar enorm, doch etliche Entwicklungsprojekte sind bereits gescheitert, weil die Technologie fehlt.

Ideen, Technik und Geld

Innostarter sieht sich als Plattform, die Ideen, Knowhow und Kapital zusammenführt. Carmen Kobe vom Zentrum für Produktentwicklung der ETH Zürich ist überzeugt, dass die Firma eine Lücke füllt: «Oft sind Ideen und Geld nicht bei den gleichen Personen anzutreffen, sie müssen erst zusammenfinden.»

Zentral für den Erfolg ist es, aus der Fülle von Ideen die richtigen auszuwählen. Der Auswahl- und Entwicklungsprozess soll dies garantieren. Er wird in Zusammenarbeit mit der ETH Zürich laufend evaluiert und optimiert.

Eine Erfolgsgarantie ist dies aber nicht. «Innovationen bedeuten immer ein gewisses Risiko», so Kobe. Die Vielfalt der Projekte soll das Risiko streuen. Ein Argument für Investoren, auf Innostarter zu setzen. Ausserdem profitieren sie vom prioritären Zugang zu Produktideen, deren Erfolgchancen bereits nachgewiesen sind.

www.innostarter.ch



BILD DOMINIQUE MEIENBERG

Realisator brachliegender Ideen: Ingenieur Jochen Ganz.