

Innovationen als Semesterarbeit



Studenten am Institut für Entrepreneurship und Innovation der WU (E&I) übernehmen Projekte für externe Partner oder gründen auch selbst – wie die Urban Gardeners (v. l. n. r.: Johannes Strelka, Stephan Bartosch, Anikó Imrek, Alexander Schuh, Sinem Yildiz), die ihr Projekt beim letzten „E&I Touchdown“ im Februar vorstellten (Bild u.)

Im Rahmen von „Praxisprojekten“ lösen WU-Studenten innovative Problemstellungen für Unternehmen. Eine praktische Sache auch für Gründer und KMU.



VON FRIEDRICH RUHM

► Nichts ist mächtiger als eine Idee, deren Zeit gekommen ist, meinte Victor Hugo. „Klingt gut, ist aber Unsinn“, sagt Nikolaus Franke, Professor an der WU. Denn, so Franke: „Ideen sind wie neugeborene Babys, die jemanden brauchen, der sich dieser Idee annimmt und diese weiterentwickelt. Deswegen brauchen Innovationen Entrepreneur und Entrepreneur brauchen Innovationen.“

Eine Schlussfolgerung, der sich die Bank Austria, die Oesterreichische Nationalbank, die Wirtschaftskammern Wien und Österreich sowie die Berndorf AG anschlossen. 2001 ermöglichten diese als Stifter die Gründung des Instituts für Entrepreneurship und Innovation an der WU und sicherten für die ersten fünf Jahre dessen Finanzierung, um für das bis dahin an der WU etwas unterrepräsentierte Thema Entrepreneurship, also Unternehmertum, „Impulse zu setzen“, so Franke. Seit 2006 im Budget der WU, ist das Institut aber

nicht nur eine Forschungs- und Lehr-einrichtung, sondern legt auch großen Wert auf Praxis. Franke, der davor an der Ludwig-Maximilians-Universität München und am MIT in Boston tätig war: „Wir trainieren unternehmerisches Denken und Handeln. Denken in dem Sinn, dass wir die Studenten mit Instrumenten und Techniken vertraut machen, die man dazu braucht. Und Handeln im Sinne von Ausprobieren, Anwenden. Denn Schwimmen lernt man im Wasser und Entrepreneurship im Projekt.“

Schwimmkurs für Unternehmertum

„Entrepreneurship und Innovation“ (E&I) ist eine der Speziellen Betriebswirtschaftslehren (SBWL), die im Rahmen der Bachelor-Studien an der WU angeboten werden.

Wer sich als Student dafür entscheidet, muss auch zwei Anwendungskurse absolvieren. Dabei werden zu Beginn des Semesters (März oder Oktober) Teams von vier bis sechs Personen ge-

bildet, die „auf ein Projekt, in der Regel mit einem externen Partner, gesetzt werden“, so Franke: „Das kann ein Gründer sein, ein KMU, ein multinationales Unternehmen oder auch eine Non-Profit-Organisation.“

Das Thema kommt vom externen Partner, der ein Problem und keine Lösung hat. Franke: „Inhaltlich kann das weitgefächert sein, es muss aber eine innovative Problemstellung sein, für die eine kreative Lösung generiert werden muss.“ In der Regel geht es daher um Themen wie Ideenfindung und -bewertung, neue Märkte, neue Geschäftsmodelle oder auch interne Organisationsmaßnahmen, derer sich die Studenten annehmen sollen.

Diese lernen dabei, nicht nur mit Instrumenten und Techniken umzugehen, sondern erwerben auch Soft Skills. Franke: „Wie gehe ich mit einem Projektpartner um, wie arbeite ich im Team zusammen, was mache ich, wenn sich Ziele ändern.“ Dazu kommen für die spätere Karriere nicht uninteressante Kontakte. ►

► Idee: Kooperieren mit der WU



Foto: WU Wien/Roman Reiter

Beim E&I Touchdown präsentieren die Studenten in Pitches ihre Semesterarbeiten vor Publikum und einer Jury. Sieger beim Publikums-voting wurde das Team von C7 Sugar [Bild re. mit Professor Nikolaus Franke]



Foto: WU Wien/Roman Reiter

Die Unternehmen profitieren – neben dem Umstand, dass auch sie Kontakte zu potenziellen Mitarbeitern knüpfen, in allererster Linie vom Ergebnis. Franke: „Die Studierenden, die sich damit beschäftigen, sind ein, zwei Jahre später die, die vielleicht bei einem Berater arbeiten und dort 3.000 Euro pro Tag in Rechnung stellen.“

Überschaubarer Unkostenbeitrag

Als Studenten geben sie es noch billiger. Verrechnet wird lediglich ein Unkostenbeitrag, der weder dem Institut noch den Studenten zugute kommt, versichert Franke: „Das Geld wird für Veranstaltungen, für Folder und für Reisekosten von Coaches und Experten verwendet, die die Studenten unterstützen, um das Projektergebnis besser zu machen.“ Als Richtwert gelten 6.000 Euro für Unkosten. Lead-User-Projekte, in deren Rahmen Trendsetter für einen Workshop mit dem Partner von weit her anreisen, kommen natürlich teurer. Für Start-ups, die sich mit einer spannenden Problemstellung melden, sind dafür „Rabatte möglich“, so Franke.

Aufgrund der auch mit internationalen Auszeichnungen untermauerten Reputation, die das E&I-Institut mittlerweile genießt, hat man keine Probleme, zu Projekten zu kommen. Für spannende Themen aber immer ein offenes Ohr. Franke: „Je besser die Auswahl, umso besser das Angebot.“ Und auch wenn es einige „Wiederholungs-täter“ gibt, gilt „first come, first serve“, so Franke.

Pro Semester werden etwa 30 bis 40 Projekte realisiert, seit der Gründung des Instituts waren es bis jetzt rund 600. Und das nicht nur mit hei-

mischen Größen wie den ÖBB, Palfinger oder der Telekom, sondern auch mit internationalen Kalibern wie Airbus, Siemens oder CERN für das mittlerweile mehr als zehn Projekte realisiert wurden.

Nicht alle Projekte dürfen publiziert werden, denn auch NDAs (Geheimhaltungsverträge) sind Teil der Praxis, die die Studenten lernen. Wenn doch, werden diese bei den „E&I Touchdowns“ gegen Semesterende präsentiert. In Form von 30-Sekunden-Pitches stellen sich dabei die Studenten-Teams einer Fachjury und einem Publikums-Voting. Dabei konnte sich zuletzt im Februar das Team von C7 Sugar, das für einen Industriepartner die Entwicklungspotenziale dieser Zuckeralternative untersuchte, durchsetzen.

Gründen in der WU-Garage

Für Studenten, die selbst eine Geschäftsidee haben, bietet das Institut für Entrepreneurship und Innovation den Kurs „E&I Garage“ an. Dort stellt zu Beginn des Semesters jeder Teilnehmer seine Idee vor, die besten davon werden in interdisziplinären Teams (zugelassen sind auch Studenten der TU und der BOKU) im Rahmen eines vordisziplinierten Prozesses weiterentwickelt. Eine der bekanntesten Gründungen (2015) aus dieser WU-Garage ist JobSwipr, eine Job-Plattform via App (jobswipr.com), die mittlerweile von einer Business-Angel-Gruppe rund um den langjährigen Microsoft-Österreich-Geschäftsführer Georg Obermeier mit einem „mittleren sechsstelligen Investment“ unterstützt wird.

Soweit sind die fünf Gründer (drei von der WU, zwei von der TU) von Urban Gardeners – Anikó Imrek, Si-

nem Yildiz, Johannes Strelka, Stephan Bartosch und Alexander Schuh – noch nicht. Letzterer hatte die Idee, Menschen in der Stadt kompakte, kleine Boxen anzubieten, die alles beinhalten, was man zum „Garteln“ am Fensterbrett braucht: „Erde, eine essbare Jungpflanze und Dünger in Form von Dinkelspelzen, die auch als Verpackungsmaterial dienen“, erklärt Bartosch: „Im Rahmen der Semesterarbeit haben wir uns angesehen, wer die Zielgruppe ist und was diese will. Dabei kam klar der Wunsch nach essbaren Pflanzen heraus.“ Auch Lieferanten und Vertriebswege wurden evaluiert.

Ab dem Frühjahr werden die Boxen (fünf oder acht Liter für voraussichtlich zehn bis 15 Euro) über einen Pop-up-Store und eine facebook-Seite verkauft: facebook.com/urbangardenersaustria. Dort wollen die „Stadtgärtner“ auch eine Community aufbauen, die sich mit Tipps und Rezepten austauscht und dafür sorgt, dass auch Urban Gardeners rasch gedeiht. Bartosch: „Aufgrund der möglichen Kopierbarkeit der Idee fokussieren wir uns darauf, mit der Marke ein Lifestyle-Produkt zu etablieren.“ Jedenfalls will das Team die Idee weiterverfolgen und der interdisziplinäre Zugang hatte noch einen positiven Nebeneffekt: den Prototypen konnten die Kollegen von der TU selbst fertigen.

TIPP: Der nächste E&I Touchdown findet am 15. 6. 2016 am Campus der WU Wien statt. Gründer und Unternehmen, die an einem Praxisprojekt interessiert sind, finden weitere Informationen unter wu.ac.at/entrep. (Unter dem Menüpunkt Kooperationen finden sich auch einige Praxisprojekte kurz beschrieben.)