



Zürich, 21.11.2016

S-WIN Netzwerkveranstaltung 2016, ETH Zürich, 17. November 2016

### **Von der Idee zum Markt**

Wünschbar, brauchbar und machbar sind nach Serge Biollaz (Paul Scherrer Institut PSI) drei wesentliche Eigenschaften, die eine Innovation auszeichnen müssen um sie zum Erfolg zu bringen: Wünschbar für den Markt, brauchbar für den angestrebten Zweck, machbar aus Sicht der Produzenten eines neuen Produkts. Dies stimmte die rund zwanzig Teilnehmenden am Workshop 2016, organisiert von Swiss Wood Innovation Network S-WIN zusammen mit dem NFP 66 Ressource Holz und dem SCCER BIOSWEET, an der ETH Zürich auf die gestellte Thematik ein.

Serge Biollaz betonte, es mache je nach Umfeld einen Unterschied, ob überhaupt, wie und wie rasch eine Neuentwicklung ihren Markt finde. Heute sei die Vernetzung der beteiligten Entwickler und Produzenten wesentlicher denn je und gleichzeitig leicht auch über grosse Distanzen machbar. Zudem bestehe die Tatsache, dass Veränderungen zuerst einmal auf Widerstand stossen.

### **Praktische Erfahrungen seit der letzten Veranstaltung**

Teilnehmende der letzten Netzwerkveranstaltung 2015 führten aus, was für sie und ihre Tätigkeiten während der verflossenen Zeit in Bezug darauf wesentlich war. Drei Grundthemen wurden dabei angesprochen: Erfahrungen aus Dialogplattformen, Vernetzung von KMU's und Experten über unterschiedliche Möglichkeiten.

*Krisztina Beer* (NFP66) führte aus, wie über so genannte Dialogplattformen der Austausch von Informationen und Meinungen im Rahmen des Nationalen Forschungsprogramms ermöglicht und gefördert wird. Vier Dialogfelder umschreiben dabei je ein thematisches Feld: Weiterentwicklungen im Holzbau, innovative Holz basierte Materialien für neue Anwendungen, neue Wege zur Holz basierter Bioraffinerie, Beschaffung von Holz und nachhaltige Holznutzung. Die thematische Eingrenzung erwies sich als nützlich und brachte die Fachleute auf der jeweiligen Sachebene zum Dialog und fruchtbaren Gedankenaustausch. *Markus Mooser* (S-WIN) verwies in einem Rückblick auf die tragende Rolle, die seit 1931 die Lignum und seit 1958 die Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für Holzforschung SAH – heute S-WIN, für die Beeinflussung des Marktes hatten. Die neu hinzu gekommenen Themen aus den beiden Nationalen Forschungsprogrammen NFP12 und NFP66, wie etwa Chemie von Holz, seien bestimmt eine Bereicherung. Doch die Holzverwendung im Bauwesen nehme indes nach wie vor einen wesentlichen Platz für den wertmehrenden Verbrauch von Holz in bedeutenden Mengen ein. Hier greifen die Einflussnahme der Lignum und der hohe Ausbildungsstandard von Seite BFH AHB Biel.

Zur Vernetzung von KMU's äusserte sich *Urs Heutschi* von *swissrenviro.ch*, der Firma *Swiss Environment*, die in geotechnischen und umweltgeologischen Vorhaben erfolgreich ist. Vielfach seien KMU geführt vom Firmengründer in einer Nische erfolgreich tätig. Teilen von Wissen sei dabei oft wenig bis nicht erwünscht, die Zurückhaltung vor möglicher Konkurrenz eher die Norm. *Peter Heusser* vom Schweizerischen Verband für Umwelttechnik bestätigte diesen Befund und schilderte im selben Zusammenhang die Hürden die sich bei wünschbaren Partnerschaften im Bereich der KMU's stellen.

### **Unternehmen statt unterlassen**

Zum Thema erneuerbare Energien referierte *Andy Kollegger* von *Ökostrom Schweiz*. Er plädierte vehement für das Erkennen und Aufnehmen neuer Ideen - eine für das Unternehmertum zwar risikobehaftete aber unumgängliche Haltung. Alles andere sei «Unterlassertum» und damit wenig erfolgversprechend. Er nannte drei grundsätzliche Bedingungen für ein Gelingen: Das Schaffen von Strukturen und Prozessen, also die Organisation; das Entwickeln und Beschaffen von Technologie; mit geeigneten Mitarbeitenden und über ein effizientes Netzwerk zuverlässig gute Arbeit leisten und damit Vertrauen schaffen.

Ein Erfahrungsbericht von *York Neubauer* (TU Berlin), dem Anlass online zugeschaltet über eine Bild-Ton-Verbindung, schilderte die Expertenvernetzung dank Wikis, WEBinars & Workshops. Erfahrungsaustausch z.B. zwischen Nutzern und Entwicklern von Systemen unter Einbezug von Technikern führen im guten Fall nicht allein zu verbessertem Wissen sondern direkt zu weiteren Entwicklungen. Dies geht weit über den Austausch von Informationen über E-Mail hinaus, spart Zeit, weil Reisen vermeidbar werden, wirkt so effizient. Nach wie vor bleiben aber für manche Themen und Anlässe (z.B. Start eines Projekts) die direkten, persönlichen Kontakte unabdingbar.

### **Zusammenarbeit führt zu Innovation**

*Andreas Kleinschmit* von *Lengefeld*, Leiter Forschung und Innovation von FCBA (Frankreich) präsentierte Erfahrungen in der französischen Holzbranche mit «Social Business Collaboration». Seine erste Bemerkung war: «It's all about people» - es geht immer um die Menschen. Alle Welt spreche über Zusammenarbeits-Plattformen doch spiele das sich Einfühlen in das Denken und Handeln des Gegenübers eine grundlegend wichtige Rolle für das gegenseitige Verständnis. Bei Forschungsvorhaben in Gruppen kann es durchaus sein, dass der Druck von aussen (über z.B. Budgetvorgaben) zu einer beschleunigten und verbesserten Zusammenarbeit und Teambildung führt. Kleinschmit betonte, dass nach aller Erfahrung solche Prozesse sich stets nach denselben oder doch ähnlichen Mustern entwickeln. Zudem seien für Forschungsvorhaben die politischen Rahmenbedingungen von zentraler Bedeutung. Und nicht zuletzt braucht es einen Akteur der das Talent hat, die erarbeiteten Lösungen und Produkte nach aussen bekannt und verständlich zu machen.

### **Workshop zu drei Themen**

Die Teilnehmenden am Anlass erarbeiteten in drei kleinen Gruppen (je fünf bis sechs Personen) Aussagen zu den Themen Kommunikation, Dialogplattformen und Kernkulturen & digitale Reifegrade. Dabei waren sowohl entsprechende fachliche Kompetenzen und gemachte

Erfahrungen massgebliche Grundlage für die Gespräche. Die Gruppen rotierten dreimal von Thema zu Thema, damit Argumente von allen Beteiligten in die Diskussion Eingang finden konnten. Die erarbeiteten Erkenntnisse dieses Workshops wurden im Anschluss vor dem Plenum präsentiert.

Im Bereich *Kommunikation* wurde klar herausgestrichen, dass die Definition der angepeilten Zielgruppen (z.B. Fachwelt, Politik oder allgemeines Publikum) wesentlich für die Wahl der Kommunikationskanäle und für Form und Umfang der Inhalte ist. Geht es um die vereinfachte Darstellung von z.B. Forschungsergebnissen zu Händen der breiten Öffentlichkeit («Vulgarisation») sind aussenstehende Fachleute gefragt, die in der Lage sind, komplexe Aussagen auf eine breit verständliche Form herunter zu brechen. Die Forscher selber seien dazu kaum bereit und zumeist auch selten fähig.

Das Thema *Dialogplattformen* liess sich eigentlich als verwandt mit dem Bereich Kommunikation verstehen. Es reiche aber nicht, zusammen zu kommen und über Probleme und ihre Lösungen zu reden. Letztlich werden die Dinge erst dann lebendig, wenn Einzelne Verantwortung übernehmen und erarbeitete Ergebnisse realisieren. Eine Erkenntnis im Bereich Holz war auch die, dass der Kontakt zu anderen Disziplinen zu suchen und aufrecht zu erhalten ist. Die Grundfrage ist in vielen Fällen jene nach den Wünschen der Konsumenten.

Bezüglich dem Thema *Kernkulturen & digitale Reife* dürfte es grundsätzlich erfreulich sein, das eine Untersuchung der Universität St. Gallen (2015) für kleinere Firmen mit unter 100 Mitarbeitern höhere Werte zeigt als für Grossunternehmen. KMUs weisen offenbar mehr Risikobereitschaft, eine offenen Fehlerkultur und eine höhere digitale Affinität auf. Kernkultur sollte offensichtlich auch immer Lernkultur sein. Zustimmung erhielt vor allem der Gedanke, ein persönlich/fachliches Netzwerk zu pflegen. Zudem war die Rede vom Reichtum der Unterschiedlichkeit.

### **Wer nicht denken will fliegt raus – sich selbst<sup>1</sup>**

Der durch eine kleine Gruppe von rund zwanzig Fachleuten besuchte und bestrittene Anlass an der ETH Zürich führte zu lebendigen Diskussionen und Gesprächen der Teilnehmenden untereinander. Das Wünschbare, das Brauchbare und das Machbare in den unterschiedlichen Bereichen der Wertschöpfungskette Forst und Holz und der Holzforschung wurde ausgiebig hinterfragt und aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet. Genau das war Sinn und Zweck der Veranstaltung und genau damit und den so formulierten Antworten ergaben sich brauchbare Erkenntnisse die früher oder später in die praktische Arbeit einfliessen können.

Nachdenken über Ideen und Markt wurde also geübt. Das Wesen der Ideenwelt, der Inspiration erschloss sich damit allerdings kaum. Deshalb soll hier ein Dichterwort die Lücke füllen: «Inspiration ereignet sich selten oder nie ohne Zutun des Autors, sie ereignet sich während der Arbeit durch Arbeit.» (Leonhard Frank, 1882-1961). Und für den Bereich Markt mag ein Ausspruch des Erfinders Thomas Alva Edison passen: «Genie ist ein Prozent Inspiration und neunundneunzig Prozent Transpiration.»

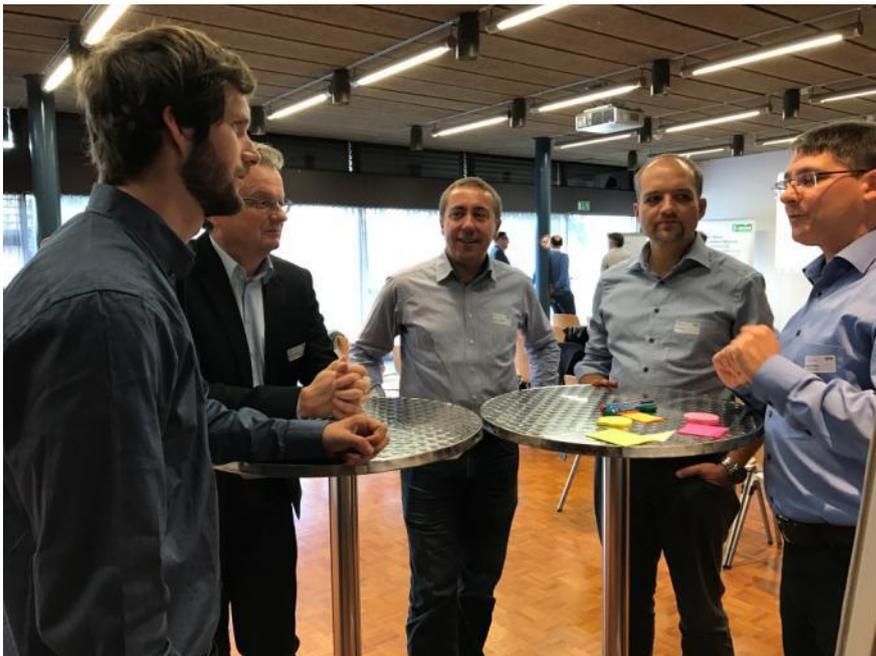
---

<sup>1</sup> Josef Beuys, Deutscher Aktionskünstler, 1921 – 1986

## Bilder und Legenden



Die Teilnehmenden des Workshops Von der Idee zum Markt an der ETH Zürich.



In dieser Runde wurde das Thema *Kernkulturen & digitale Reife* diskutiert und durch Serge Biollaz moderiert.