Wo liegen Risiken für Hersteller und Kunden? Christoph Meili, CEO der Innovationsgesellschaft, mit Produkten, die mit Nanomaterialen hergestellt wurden.

«Den Mut haben, Neuland zu betreten»

Neue Technologien bieten unglaubliche Chancen. Ausschöpfen kann diese nur, wer auch die Risiken dahinter kennt und managen kann. Die Dienstleistungen der Innovationsgesellschaft in St.Gallen setzen genau hier an. Und weil das Unternehmen seinem Namen vollumfänglich gerecht werden möchte, ist es nicht nur beratend tätig, sondern entwickelt auch eigene Produkte und Angebote.

Text: Marcel Baumgartner **Bild:** Tiziana Secchi

Man könnte das Unternehmen auch unter dem Begriff «Technologie-Consulting» führen. Oder – aber das wäre laut CEO und Inhaber Christoph Meili mit negativen Assoziationen behaftet – als Risikomanagements-Gesellschaft. Welcher Begriff man auch immer wählt, er kann niemals vollumfänglich erfassen, was alles an der Lerchenfeldstrasse in St.Gallen erforscht, entwickelt und produziert wird. Da es sich letztlich aber in allen Gebieten um Innovationen dreht, die nach einem integrierten Risikomanagement verlangen, trifft es der gewählte Name – «Die Innovationsgesellschaft mbH» – effektiv am Besten.

Chancen auf allen Ebenen

Gegründet wurde das Unternehmen 2005 als Spin-off der Universität St.Gallen (HSG) von Christoph und Barbara Meili. Die Gesellschaft hat ihren Hauptsitz im Technologiezentrum der EMPA St.Gallen.

Unternehmen beschäftigen sich verständlicherweise lieber mit der Produktion statt mit Risiken.

Und an diesem Standort ist sie mit ihrem Angebot im optimalen Umfeld platziert, beschäftigt sie sich doch vor allem mit technologieorientierten Themen. Der Fokus liegt auf neuen Technologien mit kontroversem Chancen-/Risikoprofil. Besondere Bedeutung haben die Themen Nanotechnologie, Bio-/Gentechnologie, Nahrungsmittel, Risiko und Lifesciences sowie Medizin.

«In all diesen Gebieten geht es letztlich bei Neuentwicklungen immer um die entscheidende Fragestellung, welche Risiken damit verbunden sind», erklärt Christoph Meili. «Was muss alles beachtet werden, damit effektiv eine Innovation entsteht, die weder den herstellenden Unternehmen, noch einer Versicherungsgesellschaft und schon gar nicht dem Endkunden Schaden zufügen kann?» Eine Ausgangslage, die enorm spannend ist, jedoch auch ebenso abschreckend sein kann. Denn – und das liegt auf der Hand – Unternehmen beschäftigen sich laut Meili verständlicherweise lieber mit der Produktion statt mit Risiken.

Meili geht denn auch weniger vom Risiko aus als viel mehr von der Innovation. Denn wer Risiken kennt und sie entsprechend einbezieht, für den entstehen letztlich auch immense Chancen. Diese Chancen gelte es zu nutzen und gleichzeitig die Risiken zu managen. Auf allen Ebenen: in der Produktion ebenso wie im Vertrieb oder in der Kommunikation.

Sicheres Arbeiten mit Nanomaterialen

Gerade in einem der Schwerpunktgebiete der Innovationsgesellschaft, der Nanotechnologie, sei die Nachfrage nach den Dienstleistungen des St.Galler Unternehmens sehr gross. Beigezogen wird man unter anderem von Bundesämtern, die zu einer bestimmten Technologie detaillierte Informationen benötigen, beispielsweise, um sie mit den notwendigen Regularien zu versehen. Oder von Versicherungsgesellschaften, welche die Risiken in spezifischen Gebieten kennen müssen, um ihre Leistungen entsprechend zu definieren.

In diesem Kundensegment erstellte die Innovationsgesellschaft beispielsweise für die Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung (DGUV), welche für rund 75 Millionen versicherte Arbeitnehmer und circa 3.9 Millionen versicherte Betreibe verantwortlich ist, ein Nano-Portal (nano.dguv.de). Diese Web-Plattform beschäftigt sich mit dem sicheren Arbeiten mit Nanomaterialen. Sie richtet sich an Präventions- und Sicherheitsexperten, soll auch Beschäftigte ohne einschlägige Fachkenntnisse ansprechen und mit branchenspezifischen E-Learning-Tools einfache Handlungsanweisungen vermitteln.

Einen weiteren Kundenkreis – neben den Erst- und Rückversicherern – der Innovationsgesellschaft bilden Industriefirmen, welche Produkte mit neuen Technologien entwickeln oder verarbeiten.

Aktiv in einem Spannungsfeld

All diesen Gruppen bietet die Innovationsgesellschaft als international tätiges Management- und Technologie-Beratungsunternehmen professionelle Unterstützung in den Bereichen sichere und nachhaltige Nutzung neuer Technologien, Innovations- und Risikomanagement, Strategieentwicklung und Kommunikation an. Für Christoph Meili steht fest: «Innovationen geschehen immer im Spannungsfeld zwischen technologischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Einflussfaktoren.» Diese würden als Chancen- und Risiko-Parameter den Erfolg in entscheidendem Masse bestimmen. «Wir integrieren diese Bereiche in eine ganzheitliche, umfassende Betrachtung und ermöglichen die rasche, zielgerichtete Nutzung.»

Dass die Nachfrage hoch ist, hat unter anderem damit zu tun, dass im Bereich der Nanotechnologie nach wie vor Unsicherheit herrscht.

Dass die Nachfrage hoch ist, hat unter anderem damit zu tun, dass im Bereich der Nanotechnologie nach wie vor Unsicherheit herrscht. Während sie für einige das «Nonplusultra» darstellt, ist sie für andere ein rotes Tuch. Beide Positionen werden für Christoph Meili dem Thema nicht gerecht. «Das Gebiet birgt – wie erwähnt – gewisse Risiken. Diese gilt es zu managen». Hört Meili aber beispielswiese von einem Textilhersteller, dass er nie und nimmer Produkte mit Hilfe der Nanotechnologie herstellen würde, ist dies für ihn der falsche Ansatz. Aus dem einfachen Grund: «Ein Kleidungsstück, bei dessen Oberflächenbeschichtung Nanomaterialen eingesetzt werden, ist vollkommen unbedenklich. Mehre Studien belegen, dass hier das Risiko für den Konsumenten praktisch bei null Prozent ist.»

Würde die besagte Firma die Innovationsgesellschaft beiziehen, könnte man mit ihr zusammen detailliert erfassen, wo bei diesem Herstellungsprozess effektive Risiken vorhanden sein könnten. «Am Ende des Prozesses weiss der Produzent sehr genau, wo allenfalls Gefahren lauern und wie er sie minimieren oder eliminieren kann», erklärt Meili. Nanotechnologie richtig eingesetzt biete hier die Möglichkeit, neue Angebote zu schaffen – etwa Kleidungsstücke mit eingebautem UV-Schutz oder einem atmungsaktiven Gewebe, das auch noch beständiger ist. «Mit diesen Möglichkeiten verschafft sich der Hersteller unter anderem einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil – sofern er sie entsprechend und richtig kommuniziert», stellt der CEO klar. «Manchmal sind es Kleinigkeiten, die den Unterschied ausmachen. Und manchmal muss man auch den Mut haben, Neuland zu betreten.»

Ideenfarm und Experimentierkoffer

Auch die Innovationsgesellschaft sucht immer wieder Neuland. Man beschränkt sich nicht ausschliesslich auf die erwähnten Gebiete. Meili und sein Team entwickeln durchaus auch eigene Produkte – sei es unter Einbezug der Nanotechnologie oder aber in ganz anderen Bereichen, die sich mit Innovationen beschäftigen. So entstand unter anderem mit der «Ideenfarm» eine Open-Innovation-Plattform für kreative Ideen. Unter Einbezug einer strukturierten Methodik können Kunden der Innovationsgesellschaft neue Ideen und Konzepte entwickeln und evaluieren. Der Prozess führt von der Ideensuche über die gezielte Produktentwicklung bis hin zur Entwicklung passender Marketingkonzepte. Dabei steht eine Community mit mehr als 18›000 kreativen Köpfen zur Seite.

Ein weiteres Angebot ist «SimplyNano 1», ein Experimentierkoffer für Schulklassen – ebenfalls von der Innovationsgesellschaft in Zusammenarbeit mit der SimplyScience-Stiftung entwickelt. Er enthält fixfertige Unterrichts- und Lehrmaterialien, Chemikalien und Labormaterialien für mehrere Experimente aus der Welt der Nanotechnologie.

Abschliessend ist die Auflistung der Angebote der Innovationsgesellschaft nicht. Könnte sie wohl auch niemals sein. Denn Innovationen liegen überall verborgen. Die Frage ist jeweils nur, ob man sie entdeckt und – noch wichtiger – damit umzugehen weiss. Da die Innovationsgesellschaft ihren Fokus genau auf die Beantwortung solcher Fragen legt, wird sie sich wohl nie über mangelnde Kundennachfrage beklagen müssen. Auch das ist Innovation: Ein Business aufzubauen, das niemals austrocknen wird.