

Zwischen Geld und Geist

Grenzgänger sind sie alle. Sie bewegen sich zwischen Grundlagen- und angewandter Forschung, zwischen Auftragsforschung und Qualitätsanspruch, zwischen Universität und Privatwirtschaft, zwischen Biochemie und Patentrecht. Forschen als Geschäft hat viele Gesichter. Vier davon hier.

Von Oliver Hochadel und Stefan Löffler

[Der Entrepreneur von der Vetmed](#)

[Die Auftragsforscherin](#)

[Der Unternehmerlehrer](#)

[Der Patentanwalt](#)

[nach oben](#)

Der Entrepreneur von der Vetmed

„In einer idealen Welt hätte die Universität genügend Mittel, um Forschung zu finanzieren“, sinniert Walter Günzburg. Aber ... Eben. Das [Institut für Virologie](#), dem Günzburg vorsteht, erhält von der veterinärmedizinischen Universität 23.000 Euro im Jahr. Das reicht gerade mal für Reparatur- und Instandhaltungskosten. Forschung und Lehre wären unmöglich.

Das Jahresbudget des Instituts und des eng mit ihm kooperierenden Unternehmens [Austrianova](#) beträgt 2,5 Millionen Euro. Der Löwenanteil kommt von einem Schweizer Wagniskapitalfonds.

Die Kooperation mit der Wirtschaft ist für Günzburg unvermeidlich – und nicht ohne Ambivalenzen. Ja, es bestehe die Gefahr, dass bei der anwendungsorientierten Forschung bestimmte Fragen ausgeblendet werden. Aber Wirtschaft müsse eben sehr zielstrebig sein. „Und produktorientiert arbeiten muss nicht schlecht sein für die klassische Forschung“, sagt Günzburg über seinen eigenen Lernprozess. Und schließlich sei die Grundlagenforschung nur dank der Kooperation mit der Wirtschaft überhaupt möglich.

„Die Balance zwischen Grundlagen- und angewandter Forschung zu halten, ist mein Job.“ Die Wirtschaft müsse auch Verständnis für die Wissenschaftler haben. „Wir wollen publizieren und frei forschen dürfen. Die Universitäten gehen zu unterwürfig in die Verhandlungen und sind dankbar für jede Kooperation.“ Sie sollten selbstbewusster auftreten, denn sie hätten der Wirtschaft viel zu bieten.

Zum Beispiel NovaCaps, das Leadprodukt von Austrianova, das noch heuer in die dritte und letzte klinische Phase geht. NovaCaps besteht aus lebenden Leberzellen und wird gegen Bauchspeicheldrüsenkrebs erprobt. Im Erfolgsfalle könnte das Mittel etwa 2008 zugelassen werden. Natürlich sei es riskant, auf ein Produkt zu setzen. „Aber was wäre die Alternative?“, fragt Günzburg. „Wenn Sie bei unserer Größe mehrere Produkte

gleichzeitig entwickeln wollen, werden Sie zu ‚dünn‘.“ So spricht der Aufsichtsratsvorsitzende von Austrianova.

„Im Herzen fühle ich mich noch als Wissenschaftler, werde aber immer mehr zum Administrator, der seine Zeit in Sitzungen verbringt und Papers durchschaut“, sagt Günzburg, dessen Deutsch durch lange Studien- und Forschungsaufenthalte in England und den USA gefärbt ist. „Ins Labor komme ich leider kaum mehr.“

[nach oben](#)

Die Auftragsforscherin

An der Universität sind die Sozialwissenschaftler autonom, in der privatwirtschaftlichen Forschung diktiert der Auftraggeber die Ergebnisse. Denkt man. [Karin Steiner](#) sieht das anders. „Es gibt enorme gesellschaftliche Probleme. Stattdessen beschäftigen sie sich an der Uni mit der Gruppendynamik in einer Eishockeymannschaft.“ Okay, das sei jetzt etwas zugespitzt formuliert, war aber zumindest während ihres Soziologiestudiums so. „Bloß keine Verwertung der Forschung!“ Man solle doch da bitte keine Widersprüche konstruieren: Forschung sei Dienstleistung. „Ja, es gibt Abhängigkeiten gegenüber dem Auftraggeber. Aber auch einen Qualitätsanspruch. Man hat nämlich einen Namen zu verlieren“, beschreibt Steiner die Gratwanderung. Je politischer das Thema sei, desto mehr interveniere der Auftraggeber. Da gelte es dann eben Kompromisse auszuhandeln. „Aber wenn der Auftraggeber kein wirkliches Erkenntnisinteresse hat, mach ich mich doch nicht zum Trottel. Dann können wir auf die Interviews gleich ganz verzichten.“ Wie viele ihrer Vorschläge setzen die Auftraggeber um? „Schwer zu sagen.“ Wenn es etwa bei Evaluationen nicht zu einem Totalwiderstand komme, sei sie schon überrascht.

1999, mit 29, macht sich Karin Steiner – „ich bin jemand mit einem Autoritätsproblem“ – selbstständig und gründet mit anderen Sozialwissenschaftlern das [Institut abif](#). Das steht für Analyse, Beratung und interdisziplinäre Forschung, die Auftraggeber sind das AMS, Ministerien und verschiedene Wiener Einrichtungen. [Themen](#) sind Arbeit und Bildung, die Evaluation beschäftigungspolitischer Maßnahmen etwa. Mittlerweile beschäftigt die Geschäftsführerin Steiner sechs Mitarbeiter sowie zahlreiche Freiberufler. „Ich bin lieber unabhängig und gehe dafür ein gewisses Risiko ein.“ Der Druck, am Ende des Jahres Aufträge an Land ziehen zu müssen, sei groß. Eine Erfolgsgarantie gebe es keine, aber zurzeit seien sie gut eingedeckt. „Und dank der sehr unterschiedlichen Projekte mangelt es nicht an Spannung und Abwechslung.“

[nach oben](#)

Der Unternehmerlehrer

Praxisbezug versprechen viele Professoren. Wenn Nikolaus Franke, Österreichs einziger Hochschullehrer für [Entrepreneurship](#), von Praxis spricht, meint er damit nicht, dass ins Blaue hinein Firmen ausgedacht oder Fallstudien nachvollzogen werden. Er bringt seine Studenten mit Start-up-Firmen und Ingenieurwissenschaftlern der anderen Wiener Universitäten zusammen, damit sie konkrete Ideen oder bereits laufende Projekte gemeinsam bearbeiten.

Wie man die Barrieren zwischen Ingenieuren und Wirtschaftsprofis abbaut, indem man sie so früh wie möglich in Teams zusammenspannt, hat sich Franke während seiner einjährigen, in vielerlei Hinsicht prägenden Gastprofessur am M.I.T. abgeschaut. Müsste er als Professor fürs Unternehmertum aber nicht auch selbst Erfahrung als Gründer oder zumindest Manager von Firmen gesammelt haben? Franke weiß den Einwand zu entkräften: Als er Ende 2001 an die [Wiener Wirtschaftsuniversität](#) kam, habe er nichts vorgefunden außer zwei unrenovierten Räumen. Es gab weder ein Sekretariat noch Assistenten. Computer, Internetanschlüsse, selbst ein Telefon musste er erst auftreiben. „Das war eine typische Situation, wie sie auch ein Gründer vorfindet.“

Wer den drahtigen, gerade mal 38-jährigen Deutschen heute besucht, findet einen der bestausgestatteten Wirtschaftslehrstühle Österreichs vor. Aus den im siebten Stock neu bezogenen Büros genießt man einen weiten Blick über Wien. Acht wissenschaftliche Mitarbeiter hat Franke mittlerweile, die meisten finanziert er über Drittmittel. Sein nächstes Expansionsziel ist die Einrichtung eines zweiten Lehrstuhls. Überhaupt sieht er ständig Parallelen zwischen seinem Fach und seinem Wirken als akademischer Entrepreneur. Derzeit etwa auch beim Relaunch des angesehenen „Journal für Betriebswirtschaft“, die er im Auftrag des Springer Verlags neu konzipiert.

Andere Professoren warnten Franke bei seinem Antritt, er solle es nicht persönlich nehmen, wenn keine Studenten kämen: „Angeblich wollten die alle Beamte werden.“ Von wegen. Nur jeden sechsten Bewerber kann er überhaupt in seinen Seminaren unterbringen. Bei der Auswahl spielen die Noten nur eine Nebenrolle. Am liebsten sind Franke Studierende, die von außerhalb der Uni ausgeprägte Stärken mitbringen. Eben Leute, die etwas bewegen. Wie er selbst.

[nach oben](#)

Der Patentanwalt

Vor den Paragrafen kamen die Plasmide. [Daniel Alge](#) hat Biochemie und nicht Jus studiert. „Die Juristerei muss man on the Job lernen.“ Und das durch entsprechende Prüfungen nachweisen: Seit 1997 ist Alge österreichischer Patentanwalt. Seine Fachkenntnisse bezeichnet er als sein

Handwerkszeug in den Gesprächen mit den Wissenschaftlern. „Man muss für den Patentantrag nicht jedes Detail kennen, aber doch die Erfindung verstehen.“ In der auf Patentrecht spezialisierten Wiener Kanzlei [Sonn & Partner](#) betreut er daher nur den Bereich Biotechnologie.

„Wir betreiben mit Workshops viel Aufklärung an den Unis.“ Das sei natürlich auch Werbung für ihn selbst. Das Wissen über Fragen des geistigen Eigentums steige langsam. Nur wenige Forscher begehen noch den kapitalen Fehler, vor der Anmeldung über die Erfindung zu publizieren. Einen Patentierungsboom in der universitären Forschung ([siehe auch: „Patentrezept für Patente?“](#)) sieht Alge derzeit aber nicht. Hauptkunden sind nach wie vor Unternehmen. Patente seien eben nicht gerade billig. Deshalb gelte es, von den vielen Ideen, die aus der Universität kommen, nur jene aufzugreifen, bei denen die Aussicht besteht, diese in kurzer Zeit in ein marktfähiges Produkt umzusetzen.

Aus: Heureka 02/2005 – Das Wissenschaftsmagazin im Falter