

>> they choose one, for which they develop a solution. During the course, they learn how to write up a business plan and how to pitch it effectively. At the end, they present their idea to a real panel of social impact investors and the team with the best combination of impact and market potential wins 10,000 Swiss Francs to get started.

### The idea of the seminar has now expanded into the Innovators Camp: What will students learn there?

Research at our University is very innovative, in terms of the number of patents. However, if you look at the share of alumni who are actually entrepreneurs it is quite low. Therefore, the University initiated the UZH Innovation Hub to stimulate more entrepreneurship. It offers guidance and financial support to researchers who want to start a spin-off based on their research findings. This kind of support really makes a difference in life sciences, where too many great ideas never make it out of the lab.

The Innovators Camp is part of the UZH Innovation Hub. It is a one-week camp during summer meant to accelerate initiatives that would maybe never happen or that would die at a very early stage. Together with ETH and ZHdK, we are organizing workshops on prototyping and storytelling, design thinking, business models, and pitching. In addition, the teams will be taken to Geneva to meet with the UN for business opportunities. I am excited about this, as we will be moving ideas along into concrete projects. ●

#### UZH Innovation Hub

Um Innovationen und unternehmerisches Denken gezielt zu fördern, hat die Universität Zürich den UZH Innovation Hub lanciert. Das Angebot umfasst Entrepreneurship-Programme, Trainings, Beratungen für Gründungsinteressierte und eine Reihe von spezifische Fördermassnahmen. Damit werden Studierende und junge Forschende auf dem Weg zur Firmengründung und beim Umsetzen ihres unternehmerischen Vorhabens begleitet und unterstützt.

2018 wurde das UZH Innovators Camp eingeführt, ein interdisziplinäres und hochschulübergreifendes Angebot zur Förderung von unternehmerischen Studierenden und jungen Forschenden der UZH, ETH und der ZHdK. Es wird jährlich zu wechselnden Schwerpunktthemen durchgeführt (2018: BioTech, 2019: Social Innovation). Das Sommercamp mit Teilnehmenden aus verschiedenen Fachgebieten hat zum Ziel, die interdisziplinäre Zusammenarbeit mit praxisnahem Wissen und Training zu kombinieren, u.a. durch Vorträge von Experten, aktivem Austausch mit der Startup-Szene, Team-Challenges und Firmenbesuchen. [www.innovation.uzh.ch](http://www.innovation.uzh.ch)

# Veränderungsbereitschaft und Innovationen als Schlüssel zukunftsfähiger Unternehmen



**Dr. Barbara Dubach** befasst sich seit mehr als 25 Jahren mit nachhaltiger Entwicklung. Als Gründerin und Geschäftsführerin von engageability unterstützt sie Unternehmen und Non-Profit-Organisationen in den Bereichen Strategieentwicklung, Stakeholder-Engagement und Wissenstransfer.

**Organisationen werden zunehmend daran gemessen (und messen sich selbst daran), ob und wie sie einen Beitrag für eine nachhaltigere Zukunft leisten. Damit schaffen sie nicht nur für Unternehmen selbst, sondern auch für die Gesellschaft einen Mehrwert. Für Barbara Dubach, Gründerin der Beratungsfirma engageability, geht es dabei insbesondere um Innovationen und die Veränderungsbereitschaft aller Beteiligten.**

### Wie hat sich Nachhaltigkeitsmanagement in den letzten 20 Jahren verändert?

Ursprünglich lag der Fokus von Unternehmen auf der Risikominimierung sowie auf der Einhaltung der Gesetzgebung. Seit einigen Jahren verlagert sich der Schwerpunkt zunehmend hin zur Frage, welche Vorteile nachhaltiges Wirtschaften bringen kann. Die Diskussion findet vermehrt auf strategischer Ebene statt. Damit Unternehmen und die Gesellschaft auch in Zukunft Bestand haben, ist die Entkoppelung der Wirtschaftstätigkeit von der Nutzung der natürlichen Ressourcen essenziell. Wir benötigen innovative Lösungen und die entsprechenden Rahmenbedingungen, damit nachhaltig ausgerichtete Businessmodelle zukunftsfähig sind.

### Nachhaltigkeit ist komplex. Welche Orientierungshilfen gibt es?

Die Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft ist eine komplexe, aber auch eine nötige und machbare Herausforderung. Für eine zufriedenstellende Lösung ist der Diskurs zwischen und die Zusammenarbeit mit allen Akteuren notwendig. Bei engageability orientieren wir uns an den 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung (den sogenannten Sustainable Development Goals), dem Kernstück der Agenda 2030 der Vereinten Nationen. Basierend auf den SDGs eruieren wir, wo unter wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Gesichtspunkten die grössten Herausforderungen in den Ländern liegen, in denen eine Organisation tätig ist. Zudem legen wir Bereiche offen, in welchen sich neue Märkte auftun, um die Zukunftsfähigkeit der Organisation zu wahren.

### Es geht also nicht mehr nur um Transparenz, sondern auch um Relevanz?

Transparenz in Bezug auf die Zielerreichung bleibt wichtig. Ausgangspunkt zur Zielsetzung ist die Identifikation der relevanten Themen. Als Organisation muss man sich fragen: Wo haben wir die grösste Hebelwirkung? Oder anders formuliert: Wie können wir angesichts der drängenden Probleme mit unseren Produkten, Dienstleistungen oder Kernkompetenzen einen positiven Beitrag leisten? Vielerorts bedeutet dies ein Umdenken, weg von einer Inside-out-Perspektive hin zu einer Outside-in-Sichtweise. Dabei hilft der Austausch mit verschiedenen Akteuren wie Forschenden, NGOs oder der Politik. Relevanz, Hebelwirkung und schliesslich die effektive Umsetzung sind entscheidend.

### Wo sehen Sie das grösste Potenzial für die Zukunft?

Damit aus den unzähligen Ideen echte Neuerungen und Verbesserungen entstehen, braucht es die Veränderungsbereitschaft aller Beteiligten und ein «Outside-in-Mindset». Zahlreiche laufende Projekte aus der Unternehmenswelt, wie sie zum Beispiel die unabhängige, digitale Plattform Business Sustainability Today aufzeigt, belegen dieses enorme Potenzial.

