

Eine junge und innovative Web-2.0-Szene macht die Schweiz zum Startup-Europameister

Doodle, Atizo, Poken, Wuala, Secu4 – die Liste junger Schweizer Startups, die sich das Internet als Geschäftsgrundlage ausgesucht haben, ist lang und kann als Ergebnis intelligenter Förderungsmaßnahmen gewertet werden. Nun stellt sich jedoch die Frage, ob die junge Szene die Finanzkrise und die sich abzeichnende Konjunkturabschwächung überlebt

Christian Walter

Der Schweizer, so ein landläufiges Klischee, scheut das Risiko beziehungsweise ist nicht bereit, Risiko als Chance zu begreifen! Das ist auch der Grund, weshalb es hierzulande keine Startup-Kultur gibt ... tatsächlich?

Fehlanzeige! Obwohl es sicher Mentalitätsunterschiede zwischen der Schweiz und dem Land des Startup-Mythos', den USA, gibt, wäre es falsch, sich unter Wert zu verkaufen. Dies meint zumindest Business Angel Andreas Göldi. Seiner Einschätzung nach gab es in der Schweiz schon immer eine aktive Startup-Szene. Dass diese nicht ganz so ausgeprägt ist, wie sie sein könnte, liegt wohl auch am hiesigen Arbeitsmarkt. Gerade wer heute als Informatiker von der Universität kommt, sieht sich einer grossen Auswahl attraktiver Jobs gegenüber. Wozu also ein Risiko eingehen, wenn man einfach gut verdienen kann?

Nichtsdestotrotz hat sich in den letzten Jahren einiges getan. Gerade die internetorientierten Startups erhalten in jüngster Zeit mehr Aufmerksamkeit – nicht nur innerhalb der Schweiz. Dabei zeichnen sich diese Jungunternehmen häufig durch deutlich fundiertere und innovativere Technologien aus, als im deutschen oder selbst im amerikanischen Raum. Zwei gute Beispiele hierfür sind Doodle und Wuala.

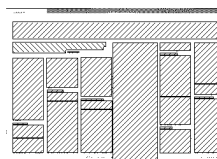
Musterexemplare

Der Online-Terminplaner Doodle hat sich in kurzer Zeit zum beliebten Tool für Privat- und Geschäftskunden gemausert. Über eine einfache Maske werden der Grund für ein Treffen sowie mögliche Termine eingetragen; potenzielle Teilnehmer wählen anschliessend unter

den verschiedenen Möglichkeiten aus. So findet sich schnell ein passender Termin, ohne dass eine Vielzahl E-Mails durch das Netz schwirren muss. Obwohl erst seit März 2007 offiziell firmiert, besuchen mittlerweile monatlich mehr als eine Million Interessierte die Seite, die bereits in 25 Sprachen zur Verfügung steht. Ähnlich interessant ist der Onlinespeicher Wuala, der nach Peer-to-Peer-Prinzipien funktioniert. Die Benutzer des Dienstes können dem Wuala-Netzwerk freien Speicherplatz auf ihrer Festplatte zur Verfügung stellen. Alle Dateien werden zuerst verschlüsselt und dann in sogenannte Fragmente aufgeteilt, die redundant auf den Servern des Unternehmens und im Wuala-Netzwerk gespeichert werden. Auf diese Weise hat man auf alle im Netzwerk abgelegten Daten von überall her Zugriff. Seit Beginn der offiziellen Betaphase Anfang August nutzen bereits über 50 000 Personen den Service.

Marketingprobleme

Dass die beiden Startups alles andere als allein dastehen zeigte der Tech-Crunch-Event, der im Juni in Zürich stattfand. Mit zu den Organisatoren gehörten Wuala und Doodle.



Tech Crunch UK Editor Mike Butcher hatte kurz zuvor eine Art Europatournee begonnen, um mit interessanten Startups in Kontakt zu treten und diese dann auf seiner Plattform vorzustellen. Dabei landete er neben anderen europäischen Grossstädten wie Berlin, Rom oder Istanbul auch in Zürich. Über 40 Firmen präsentierten in Swisscoms Bluewin Towers ihre Ideen. Manch einer war von dieser Anzahl überrascht. Und genau dies ist dann auch eines der Probleme Schweizer Startups: Offenbar betreibt man schlechtes Marketing in eigener Sache.

Ist also nach dem Dotcom-Bubble erneut eine Schweizer Internet-Startup-Szene herangewachsen und niemand hat bisher davon Wind bekommen? Dem stimmen auch die beiden Jungunternehmer Dominik Grolimund von Wuala und Michael Naef von Doodle zu, weisen aber gleichzeitig darauf hin, dass die Szene noch jung und klein ist. Diese Einschätzung wird auch von anderen TechCrunch-Teilnehmern geteilt – unter anderem von Amaze-Gründer Gregory Gerhardt. Zentral für ihn ist, diese Szene jetzt zu pflegen. So ist er einer der Initiatoren des Web Monday in Zürich, eines informellen zweimonatlichen Treffens für die lokale Startup-Szene. Praktischerweise kann er so gleichzeitig eine Einsatzmöglichkeit von Amazees Social-Collaboration-Plattform zeigen, über die der Event organisiert wird.

Aber auch ausserhalb dieses Kreises wird die Einschätzung geteilt, dass sich eine Szene entwickelt hat. Zum Beispiel durch den Berner Atizo-Gründer Christian Hirsig, dessen Open-Innovation-Plattform gerade erfolgreich den Pilotbetrieb abgeschlossen hat. Er sieht auch in der positiven konjunkturellen Entwicklung sowie den vergleichsweise niedrigen Markteintrittshürden bei einer Internetfirma zentrale Gründe für die aktuelle Entwicklung.

Der Knappheit entkommen

Ein weiterer Faktor dürfte in der hiesigen Förderlandschaft zu finden sein. Verschiedene Fördereinrichtungen arbeiten hier Hand in Hand – sowohl auf staatlicher als auf nicht-

staatlicher Ebene. Am längsten dabei ist die KTI, die Förderagentur für Innovation des Bundes, mit der Initiative CTI-Startup, die seit 1996 besteht. 2004 kam ergänzend das Venture Lab hinzu, das operativ vom IFJ (Institut für Jungunternehmer) geführt wird. Mit einem Budget von elf Millionen Franken für beide Einrichtungen unterstützten diese junge Unternehmer bei den ersten Schritten. Wobei dem Venture Lab eher eine vorbereitende Rolle zukommt, während CTI-Startup ausgesuchte Unternehmen coachen.

Auch Martin Bopp, Leiter des Ressorts Startup-Förderung und Unternehmertum bei der KTI, hat seine Freude an den Entwicklungen der letzten Jahre. Zwar seien diese noch nicht vergleichbar mit denen in Ländern wie den USA, dennoch sieht seine Behörde seit Ende 2006 etwa 25 Prozent mehr Applikationen als in den Jahren zuvor. Dabei handelt es sich allerdings nicht nur um Internet-Startups, sondern auch um innovative Ideen aus Bereichen wie zum Beispiel Life Sciences. Etwa ein Drittel kommt jedoch aus der ICT.

Hohe Überlebensrate

Momentan erhält die KTI zwischen 100 und 130 Bewerbungen im Jahr, von denen schliesslich etwa 20 bis 25 das CTI-Startup Label erhalten. Für Jungunternehmer kein unerheblicher Erfolg, bedeutet er nicht nur ein umfangreiches Coaching, sondern auch die Chance auf finanzielle Zuwendungen. «Das CTI-Startup Label wirkt positiv auf mögliche Investoren. Zum Beispiel die ZKB schaut bei ihrer Unterstützung auf so etwas», so Martin Bopp. Immerhin, von den 180 Firmen, die seit 1996 das Label erhalten haben, sind trotz zwischenzeitlicher Rezession noch 85 Prozent aktiv.

Da der Staat die Jungunternehmer nicht direkt mit Geld unterstützen darf, wurde im September 2007 Venture Kick ins Leben gerufen. Dabei handelt es sich um eine private Initiative, die das Anliegen verfolgt, die Anzahl der Spin-offs an den Hochschulen zu verdoppeln. Bei ei-

nem Budget von rund zwei Millionen Schweizer Franken für das Jahr 2008 werden jeden Monat acht Bewerber eingeladen, um ihre Ideen vor einer Expertenjury auszubreiten. Die bessere Hälfte wird mit 10 000 Franken gefördert und qualifiziert sich für die zweite Stufe, bei der es um 20 000 Franken geht. Spätestens nach neun Monaten präsentieren sich die Besten erneut: Hier können sie weitere 100 000 Franken à fonds perdu gewinnen. Diese Hürde wurde mittlerweile von drei Firmen genommen, darunter auch Poken aus Lausanne, das am Tech-Crunch-Event für Wirbel sorgte.

Qualitätssiegel

Poken will den Austausch von Profilen in Social Networks via eines elektronischen Schlüsselanhängers (Poken genannt) erleichtern. Dabei handelt es sich quasi um einen Brückenschlag zwischen realer und virtueller Welt. Statt an einer Party Visitenkarten auszutauschen, hält man einfach die Poken aneinander. Zu Hause steckt man den Poken dann in den Computer und schon ist man auf Facebook, Xing oder StudiVZ mit den Leuten verbunden. Die Idee überzeugte nicht nur hierzulande: Poken konnte am internationalen Businessplan-Wettbewerb in Hongkong den dritten Rang belegen. Das Startup war dort der einzige europäische Vertreter.

Für Beat Schillig, einen der Initiatoren von Venture Kick, schliesst das Programm nicht nur eine kritische Lücke bei der Frühfinanzierung. «Selbst wenn man bei uns über die Präsentation in der ersten Runde nicht hinauskommt, profitiert man. Die Jury ist hochkarätig besetzt mit Business Angels, VCs und erfolgreichen Unternehmern. Allein die Auseinandersetzung mit diesem Expertengremium hilft den Startups.» Doch damit nicht genug, der Wert von Venture Kick lässt sich auch an anderer Stelle sehen: «Bei einer Befragung der bei uns präsentierten und ausgezeichneten Projekte konnten wir feststellen, dass etwa 37 Unternehmen innerhalb der letzten elf Monaten bereits zusätzliche 12 Millionen Franken

an Investments oder zusätzlichen Fördergeldern erschliessen konnten», so Schillig. Diese Zahlen sind zwar noch nicht abschliessend, da die Befragung noch läuft, dennoch beeindruckend für eine so junge Initiative.

Universität oder nicht?

Neben diesen Einrichtungen gibt es ausserdem eine Reihe universitärer Programme. Zum Beispiel Transfer an der Eidgenössisch Technischen Hochschule in Zürich (ETH) oder auch der Logitech Incubator an der Ecole Polytechnique Fédérale in Lausanne (EPFL) sowie die Technologie-Transferstelle der Uni Bern und Zürich Unictetra, um nur einige zu nennen. Wer nicht von der Uni kommt, hat es etwas schwerer. Venture Kick zum Beispiel steht einem nicht offen. Dies scheint jedoch kein Hinderungsgrund zu sein. Gemäss Martin Bopp kommen etwa 40 Prozent der Anträge an CTI-Startup nicht aus dem akademischen Bereich.

Diese Unternehmen können sich zum Beispiel an die Kantonalbanken und deren Stiftungen wenden, um erste Mittel zu sichern. Allen voran steht die Innovationsstiftung der Schwyzer Kantonalbank (SZKB). Dabei handelt es sich um eine eigenständige Institution, die über ein Kapital von 20 Millionen Franken verfügt. Sie ist seit zwei Jahren im Markt aktiv und fördert unter anderem auch Doodle. Im Gegensatz zu Venture Kick tritt man hier jedoch später in den Lebenszyklus der Unternehmen ein. «Wir tragen kein Technologierisiko und machen deswegen auch keine Seed-Finanzierung», erklärt Markus Oswald von der Innovationsstiftung.

Schweizer top in Europa

Neben der SZKB engagiert sich auch die Zürcher Kantonalbank. Seit 18 Jahren richtet sie zusammen mit dem Zürcher Technopark einen Innovationspreis aus und bietet seit etwa drei Jahren unter dem Namen Pionier ein Förderprogramm für Startups an. Ein weiterer Player ist die Berner Kantonalbank (BEKB), die über die Stiftung für technologi-

sche Innovation (STI) tätig ist. Dabei handelt es sich um eine Initiative der BEKB und der Berner FH Technik und Informatik. Atizo ist eines ihrer Förderkinder. In der Startup-Szene kaum mehr bemerkbar machen sich indes die Grossbanken: «Sie haben sich weitgehend aus diesem Geschäft zurückgezogen», so Erika Puyal, Leiterin von Startup-Finance/Pionier bei der ZKB. Daneben gibt es noch eine Reihe anderer Investoren. Der deutsche Venture Capitalist Creathor zum Beispiel, der ebenfalls in Doodle investiert und demnächst ein Büro in der Schweiz aufmachen soll. Man sieht, die Liste der Risikokapitalgeber ist lang, vor allem gemessen an der Grösse des Landes.

Aus der Vogelperspektive zeigt sich also eine vielschichtige Förder- und Investitionslandschaft. Für Andreas Göldi sind in puncto Förderung in den letzten Jahren die richtigen Akzente gesetzt worden. Sowohl in Bezug auf Ausbildung und Erfahrungsaustausch sowie Technologietransfer und Seed-Finanzierung. «Früher investierte die Politik lieber in repräsentative Technopark-Infrastruktur, was Firmengründern nicht wirklich viel hilft», so Göldi.

Der Erfolg dieser Politik zeigte sich vor kurzem auch an anderer Stelle: So standen neun Schweizer IT-Firmen, darunter Secu4 aus Sierre und Language Direct aus Basel, auf der 100-Bestenliste 2008 für die Region EMEA, die das Medienunternehmen Red Herring jährlich publiziert. Aufgenommen werden Unternehmen, die sich durch besondere Innovationleistungen ausgezeichnet haben. Dabei hatten fünf von neun dieser Unternehmen entweder mit Venture Lab oder Venture Kick oder sogar mit beiden Institutionen im Laufe ihrer Entstehung zu tun. «Damit haben wir im Verhältnis zur Bevölkerung den höchsten Anteil an innovativen Unternehmen in der Region. Wir sind sozusagen Europa-meister», freut sich Beat Schillig.

Erfolg sollte verpflichten

Auch ausserhalb des finanziellen Feldes tut sich mittlerweile einiges. Gerade in puncto Gedankenaustausch und Vernetzung gibt es zahlreiche Anlässe. Der bereits erwähnte

Web-Monday ist ein solches Event sowie Veranstaltungen wie der Venture Cocktail oder der Venture Aperero.

Dennoch bleiben nach wie vor einige Wünsche offen. So würde sich Martin Bopp eine etwas andere Geisteshaltung der Erfolgreichen wünschen. «Im Vergleich zu den USA sind wir gar nicht so schlecht, was die Fördermöglichkeiten angeht. Das Einzige, was noch fehlt, ist ein gewisser Kickback derjenigen, die es geschafft haben.» Mit diesem Wunsch steht er nicht allein da. Auch Christian Hirsig schlägt in eine ähnliche Bresche: Er wünscht sich eine bessere Vernetzung zwischen Wirtschaft und Nachwuchs, um den Erfahrungstransfer zu verbessern. Schliesslich könnte sich die Investitionspolitik der institutionellen Investoren verbessern, meint auch Andreas Göldi: «Es wäre schön, wenn in der Schweiz auch die institutionellen Investoren etwas risikofreudiger würden, gerade in Bezug auf IT-orientierte Startups. Wir haben eine starke Business-Angel-Szene, aber die Venture-Capital-Branche ist immer noch ziemlich klein und konservativ. Das ist vielleicht das grösste Hindernis für schnell wachsende Schweizer Startups. Immerhin, der Trend der letzten beiden Jahre ist durchaus positiv.»

Nachhaltig oder nicht?

So gesehen ist die eingangs zitierte Schweizer Mentalität der Startup-Kultur doch nicht so abträglich. Die Gründe, aus denen sich jemand entschliesst, ein Jungunternehmer zu werden, sind vielfältig. Für manche reicht schon eine Auseinandersetzung mit Gleichgesinnten. «Bei einem der Venture-Lab-Kurse habe ich eine Reihe von Leuten getroffen, deren Geschäftsideen weder besser noch schlechter waren als meine. Das hat mir das nötige Selbstvertrauen gegeben», so Atizo-Gründer Christian Hirsig. Dennoch dürften eine gute Infrastruktur, Vernetzung und erfolgreiche Vorbilder dazu beitragen, dass

sich mehr Menschen entschliessen, ihr eigenes Unternehmen zu gründen. Auch wenn das Schweizer Google noch fehlt, Firmen wie Jobs.ch sind mehr als nur ein bisschen erfolgreich, und Unternehmen wie Doodle oder Wuala sind auf dem richtigen Weg.

Es bleibt nur zu hoffen, dass diese Entwicklung angesichts erlahmender Konjunktur und Finanzkrise nicht zum Erliegen kommt. Amerikanische Unternehmer spüren nämlich bereits erste Konsequenzen. Selbst ein Schwergewicht wie Facebook soll mittlerweile Schwierigkeiten haben, neue Gelder aufzutreiben. Auch gibt es Gerüchte, dass der Börsengang des Business-Kontaktportals Linked-In in Frage gestellt ist, da sich die Investoren in Zurückhaltung üben. Die Situation führe angeblich bereits so weit, dass etablierte aber nicht börsennotierte Firmen Personalabgänge zu beklagen haben, weil Mitarbeiter den Wert ihrer Aktienoptionen nicht mehr als gegeben sehen. So war man bei

Facebook gezwungen, den Mitarbeitern Einverständnisse zu machen, um diese vom Weggang abzuhalten.

Doch selbst so dunkle Wolken müssen kein vorzeitiges Ende für die hiesige Startup-Szene bedeuten. Trotz zahlreicher negativer Konsequenzen könnte sich sogar die Anzahl der Unternehmer vergrössern. Zumal die grössten ICT-Arbeitgeber der Schweiz, die Grossbanken, im Zuge der Finanzkrise sich im «War for Talents» wohl weniger bemerkbar machen werden wie in der Vergangenheit. Wuala-Gründer Grolimund hatte dies noch vor kurzem anderes erlebt: «Viele der Leute, die während des Studiums an unserem Projekt mitgearbeitet haben, gingen lieber in den Finanzdienstleistungs- oder Beratungssektor, als bei uns mitzumachen.» So gesehen: Weniger «Edeljobs» gleich mehr Unternehmen?

