

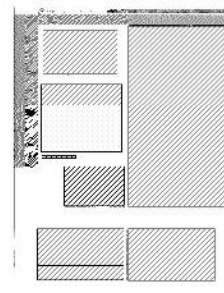
Gute Ideen haben immer Zukunft

Ein Start-up aufzuziehen, birgt immer Risiken. In risikoreichen Zeiten ein Start-up aufzuziehen, birgt noch viel mehr davon. Doch gerade in Zeiten wirtschaftlicher Unwetter sind Innovationen und wahrer Unternehmergeist gefragt wie nie. Vor allem die Medizinaltechnik sowie der Energie- und Umweltbereich bieten Jungunternehmern grosse Chancen, der Wirtschaftskrise zu trotzen.

Von Yvonne von Hunnius



Anna Rosskopf spürt es in ihrem Bauch: Sie wollte schon immer selbstständig sein. «Als Angestellte arbeitete ich auf Zahlen hin, die nicht meine eigenen waren. Meine Eltern dienten mir mit ihrem Unternehmen schon immer als Beispiel», sagt die 28-jährige Jungunternehmerin. Sie habe als frische Entrepreneurship-Studentin die Hochschule Liechtenstein betreten und sofort gewusst: «Hier bin ich richtig.» Heute betreibt sie das Unternehmen BBDental in Weil am Rhein und lebt in Basel. Sie plant, mit ihren Zahnersatzprodukten aus China



zunächst Deutschland aufzumischen. Dann kommen die Schweiz und Liechtenstein an die Reihe. Medizintechnik ist ein Zukunftsbereich, der einer Rezession trotzen kann – wenn Produkt und Konzept stimmen. Es gibt keinen Grund, mit einer guten Idee nicht auch in schwierigen Zeiten zu starten. Sie muss jetzt nur noch besser sein als in ruhigen Perioden. Und der Unternehmergeist des Gründers darf sich nicht so schnell erschüttern lassen. «Krisen haben immer auch aussergewöhnliche Innovationen und Geschäftsideen hervorgebracht», sagt Christian Hausmann. Er leitet das KMU-Zentrum an der Hochschule Liechtenstein und ist auch verantwortlich für den Businessplan-Wettbewerb für Jungunternehmer.

Hausmann sieht gerade jetzt, in Zeiten der wirtschaftlichen Abkühlung, Chancen für Jungunternehmen: «Kaum eine Bank vergibt jetzt Gelder an Gründer. Aber manche Privatinvestoren wollen im Moment ihr Geld nicht an der Börse anlegen. In ein spannendes Start-up zu



«Ich wollte schon immer selbstständig sein»: Jungunternehmerin Anna Rosskopf.

investieren und Business-Angel zu werden, das ist nun eine lohnenswerte Alternative.» Sein Wort in des Engels Ohr, denn ohne Startkapital kein Start.

Gesucht: Uneingeschränktes Engagement

Auch bei der VP Bank in Vaduz scheint es noch Kredite für gute Ideen zu geben. André Pahud, Leiter des Kredit- und Produktmanagements der VP Bank, rät im Moment keinem innovativen Gründer dazu, seine Pläne zu verschie-

ben. Doch die Bedingungen werden härter. Nur wenn die Bank davon überzeugt sei, dass uneingeschränktes Engagement und fester Wille bestehe, das Unternehmen zum Erfolg zu führen – und wenn die Chancen und Risiken sorgfältig und ehrlich gegeneinander abgewogen seien, – dann «ist ein wesentliches Kriterium für eine Kreditgewährung erfüllt», so Pahud.

Genau diesen Willen und diese Konzeptionsstärke müssen auch die Bewerber des Liechtensteiner Businessplan-Wettbewerbs beweisen, um unterstützt zu werden: Bereits 66 Gründungen wurden für die Sieger bis dato ermöglicht. «Hieraus sind im Rheintal an die 300 Arbeitsplätze entstanden», sagt Hausmann nicht ohne Stolz. Zu gewinnen gibt es Gründungskapital und ein dreijähriges Niederlassungsrecht für Liechtenstein. Das Fürstentum positioniert sich als junger Innovationsstandort.

Umwelt ist Trumpf

Im vergangenen Jahr zählten zwei Ingenieure der Hochschule für Technik in Rapperswil zu den Gewinnern des Wettbewerbs. Jetzt sind sie nicht nur Studenten im Studiengang Entrepreneurship an der Hochschule Liechtenstein, sondern haben hier auch ihre Unternehmung gegründet. «Im Fürstentum ist uns jeder mit sehr viel Wohlwollen und Innovationsverständnis entgegengekommen. Die amtlichen Wege sind kurz, und unser Netzwerk über die Hochschule hilft uns enorm», erklärt Balz Solenthaler, einer der beiden Gründer.

Bei ihrem Jungunternehmen dreht sich alles um einen Partikelfilter für Dieselfahrzeuge, der an der Hochschule in Rapperswil entwickelt wurde. Balz Solenthalers und Reto Vincenz' Unternehmen Filtecta ist als Spin-off nun die wirtschaftliche Plattform für alle Neuentwicklungen in diesem Zusammenhang.

Neben dem Medizinsektor hat zweifellos der Energie- und Umweltbereich trotz Krise Zukunft. Der Filtecta-Filter ist zu Probezwecken in einem Personenbus der Zürcher Verkehrsbetriebe im Einsatz und soll im nächsten Jahr auf den Markt kommen. Er filtert nicht nur Feinstaub, sondern auch Stickoxide, die beim gängigen Produkt vernachlässigt werden. Die Gründer sind bereits in Verhandlungen mit ersten Kunden – vor allem im öffentlichen Bereich. Solenthaler: «Zum einen besitzen öffentliche Betriebe eine Vorbildfunktion in puncto Umweltschutz. Ausserdem ist ihr Budget vielleicht erst zeitverzögert von der Krise betroffen.» In diesem Herbst ist er Vater geworden. Motivation genug, dem Nachwuchs nicht nur finanziell, sondern auch umwelttechnisch eine gute Zukunft zu bieten.

Gerade Zeiten der wirtschaftlichen

Abkühlung bieten Chancen für Jungunternehmer

Der Gründer ist seine eigene Visitenkarte

Filtecta besitzt einen preisgekrönten Businessplan – mit umfassender Risikoanalyse, versteht sich. «Gerade dieser Teil des Businessplans ist nun wichtiger denn je. Aber Jungunternehmern in der Schweiz und Liechtenstein kommt bei diesem Aspekt die traditionelle Risikoscheu zugute», erklärt Simon May vom Institut für Jungunternehmer Schweiz. May zählt die drei Bereiche des Business-

Neben dem Mediensektor hat **zweifellos** der Energie- und Umweltbereich trotz Wirtschaftskrise Zukunft

modells auf, die jetzt entscheidend sind: Nutzenversprechen, Wertschöpfungs-Architektur und Ertragsmodell. Diese Punkte müssen hundertprozentig passen und verfolgt werden.

May ist organisatorisch über das Institut an einem weiteren Wettbewerb für Gründer beteiligt: dem «Venture Kick» der Gebert Rüt Stiftung, Ernst Göhner Stiftung und der OPO-Stiftung. In einem dreistufigen Verfahren werden Ideen aus dem Hochschulkontext bis zur Verwirklichung begleitet – insgesamt gibt es Kapital im Wert von 2 Mio. Franken für die Besten. Dem Sieger winkt ein Preisgeld von 100 000 Franken – so viel Kapital wird zu einer Gründung einer Aktiengesellschaft benötigt. Beim Business-Plan-Wettbewerb und auch beim «Venture Kick» müssen die Jungunternehmer nicht nur eine geniale Idee haben, sondern diese auch erfolgreich an den Mann bringen. «Je grösser die Konkurrenz in diesen Zeiten wird, desto mehr zählt die Präsentation. Wenn ein Gründer bereift, dass er selbst seine beste Visitenkarte ist, dann ist er meist auf dem richtigen Weg», rät May.

Jeans aus der Holzkiste

Kai Glatt und Michael Kuratli sind begeisterte Harley-Davidson-Fahrer – doch nicht in Lederhosen. «Wir haben uns auch auf längeren Touren immer gegen ein Leder-Outfit gewehrt – wir wollten einen anderen Stil. Aber unsere Suche nach reissfesten Jeans war vergebens. Jetzt stellen wir sie selbst her», erklärt Glatt die Entstehung der Jeansmarke «Rokkers» in Kurzform. Die Entwicklung der Jeans war jedoch komplex. Die beiden Rheintaler fanden mit dem Schutzbekleidungshersteller Schoeller in Sevelen einen geeigneten Partner und versuchten, ihre Lieblingsjeans mit Schutzmaterial zu verbinden. «Helfen konnte

uns letztlich nur das Couture-Lehratelier in St. Gallen, wo die Jeans nun gefertigt werden», sagt Glatt. Finanziell half ihnen auf die Sprünge, dass sie den renommierten Heuberger Winterthur Jungunternehmerpreises 2007 gewonnen haben.

Glatt selbst hat Betriebswirtschaft studiert und gemeinsam mit seinem Partner schon früh grossen Wert auf die Vermarktung ihrer Jeans gelegt. Ein Lifestyle-Produkt wie ihres musste schnell eine repräsentative Internetseite mit ansprechenden Fotos besitzen. «Den Preis von über 500 Franken können wir nicht senken, weil die Produktionskosten durch die hochwertige Verarbeitung und die Materialien uns einschränken. Deshalb war uns klar: Wir müssen eine Marke schaffen», erklärt Glatt. Die Jeans wird in einer Holzkiste verkauft, und als Geschenk gibt es noch ein T-Shirt mit dem Rokker-Logo. Natürlich läuft ein Lifestyle-Produkt Gefahr, in schlechten Zeiten schnell auf der Einsparliste der Konsumenten zu landen – vielleicht jedoch nicht, wenn die Marke sich gut etabliert hat.

Der Tag hat zu wenig Stunden

Thomas Graf bleibt im Moment nur wenig Freizeit. Der 33-jährige Vater zweier Kinder und Unternehmensgründer arbeitet zu 80 Prozent er in der Logistikbranche und ist zudem als Lehrer in der Logistik- und Gewerbeschule



Teamarbeit ist alles: Thekla Köppli, Thomas Graf und Tanja Plüss (v. l.) bieten in Vaduz individualisierte Souvenirs an.

Beim Jungunternehmen «Just in Glas» werden mit einem Lasergerät dreidimensionale Bilder in Weissglas gefräst.

Reto Vincenz' (links) und Balz Solenthaers Unternehmen Filtecta ist als Spin-off die wirtschaftliche Plattform für alle Neuentwicklungen im Zusammenhang mit Partikelfiltern für Dieselfahrzeuge.



Liechtenstein tätig. So startete er sein Unternehmen nicht nur unter doppelter, sondern unter dreifacher Belastung. Graf gibt zu: «Manchmal hat ein Tag einfach zu wenige Stunden.» Mitten in Vaduz hat er im August ein Geschäft eröffnet, das individualisierte Souvenirs anbietet. Dort werden mit einem Lasergerät in Weissglas 3-D-Bilder gefräst. «Das Konzept habe ich in einem Geschäft in Graz gesehen und war sofort fasziniert», sagt Graf.

In wenigen Minuten wird in seinem Shop «Just in Glas» ein Gesichts-Scan erstellt. Kurze Zeit später kann der Kunde das eigene Konterfei in einem Kristall-Kubus nach

Hause tragen. Wer sich lieber als ständiger Begleiter des Liebsten sieht, kann sein Porträt auch in einen Handy- oder Schlüsselanhänger fräsen lassen und verschenken. Grafs Woche hat gefühlte zehn Tage, und sowohl seine Frau als auch seine Schwiegermutter sind ins Team eingespannt.

Mit seinem Jungunternehmen hat sich Graf einen Drittjob zugelegt. Doch gerade unverschuldete Kündigungen, wie sie in einer Wirtschaftskrise vorkommen, könnten jetzt für mehr Gründungen sorgen, vermutet Christian Hausmann vom KMU-Zentrum. Egal aus welcher Motivation – wer gründet, darf nicht vergessen: Es geht um vollen Einsatz, volle Faszination und volle Kostenkontrolle. Und Gründer, die den wahren Unterneh-

Es geht um vollen Einsatz, volle Faszination und volle Kostenkontrolle.

mergeist in sich tragen, lassen sich durch kein wirtschaftliches Unwetter davon abbringen, ihre Idee zu realisieren. Die kommende Zeit wird einige Bruchlandungen bringen, aber auch viele Innovationen, die sich durchsetzen und wieder Hoffnung machen.



Liebblingsjeans und Schutzmaterial kombiniert: Die «Rokker»-Jeans wird in einer Holzkiste geliefert.

Jungunternehmer Kai Glatt (links) und Michael Kuratli sind begeisterte Harley-Davidson-Fahrer, ziehen aber die selbst entwickelte Jeans den Lederhosen vor.



Das Unternehmen BBDental plant, mit seinen Zahnersatzprodukten aus China zunächst Deutschland aufzumischen – dann kommen die Schweiz und Liechtenstein an die Reihe.



Der FilTECTA-Filter ist zu Probezwecken in einem Personenbus der Zürcher Verkehrsbetriebe im Einsatz und soll im nächsten Jahr auf den Markt kommen.

