

StartupDay 2007 – Tag des Jungunternehmens

## Spitzenleistungen in der Nische

Es heisst, wer keine Spitzenleistung erzielt, hat es schwer im Markt. An Minimalleistungen erinnert sich niemand. Worauf kommt es also an, wenn es darum geht, besser als die Konkurrenz zu sein? Das StartZentrum Zürich als führendes Kompetenzzentrum für Jungunternehmen ging am diesjährigen StartupDay der Frage nach, wie ein Jungunternehmen das Prädikat «ausgezeichnet» erreichen kann. Fünf erfolgreiche Unternehmer legten dar, wie sie ihre Firma in der Nische zur Spitzenposition gebracht haben.

«Menschen, die ihr Unternehmen in eine einzigartige Marktposition manövrieren konnten, haben etwas zu sagen», betonte Marc Hamburger, CEO des StartZentrums Zürich, in seiner Einleitung zum diesjährigen StartupDay – Tag des Jungunternehmens vom 20. September 2007. «Einmal im Jahr werden daher – analog zum Muttertag, an dem die Mütter geehrt werden – die Jungunternehmer in der ganzen Schweiz gefeiert.» Fünf Veranstaltungen mit Referaten zu aktuellen Themen rund um die Selbstständigkeit sowie Networking-Möglichkeiten für über 1000 Besucher machen den Anlass zum grössten seiner Art.

### Welche Chancen stehen initiativen Menschen offen?

Der Wunsch nach Selbstständigkeit sei weit verbreitet, erklärte Marc Hamburger. Jedes Jahr würden in der Schweiz mehr als 10 000 Firmen gegründet – Tendenz steigend. Dabei würden Jahr für Jahr neue Arbeitsplätze geschaffen. «Alleine durch Start-ups entstehen täglich rund 100 Arbeitsplätze.» 177 000 Personen oder 4,5 % aller Erwerbstätigen in der Schweiz arbeiteten heute in Unternehmen, die höchstens fünf Jahre alt seien.

**Doch Start-ups würden nicht nur neue Jobs schaffen, sondern auch als Schrittmaacher des Strukturwandels in ihren Branchen gelten.**

«Gründer mit Branchenkenntnissen kennen die jeweiligen Trends häufig besser als



**Urs Wietlisbach**  
Partners Group AG

Bild: zVg

bestandene Unternehmer.» Und doch überstehe nur jedes zweite Unternehmen die ersten fünf Jahre. «Am StartupDay erfahren die Teilnehmenden daher hautnah, wie aus Ideen erfolgreiches Business werden kann.»

### Fünf motivierende Erfolgsgeschichten

Am diesjährigen Tag des Jungunternehmens drehte sich alles um das Thema «Spitzenleistungen in der Nische». Fünf Unternehmer zeigten an ihrem Beispiel, wie sie es unter die Besten in ihrer Branche geschafft haben und wie sie sich mit ihrer Leistung von den Konkurrenten abheben.

*Frank Fitzlaff, Media-streams GmbH/  
Microsoft Schweiz GmbH*

Frank Fitzlaff, Gründer der Zürcher Firma Media-streams, betonte in seinen Ausführungen, dass eine Spitzenposition im Markt nur mit *echter Innovation* erreicht werden kann. «Blosse Verbesserung bringt nachhaltig meistens nichts.» Die inzwischen von Microsoft zu 100 % übernommene Media-streams profiliert sich seit Jahren mit ihrem Hauptprodukt Ephone. Ephone ist eine softwarebasierte VoIP-Telefonzentrale, die das Telefonieren über Computernetzwerke erlaubt und verschiedene Möglichkeiten des Unified-Messaging wie E-Mail, Instant Messaging, SMS, Telefonie sowie Audio-, Video- und Weboutlook integriert. Die Zielsetzung ist eine Reduktion der Kosten durch ein einheitlich aufgebautes und zu betreibendes Netz, wodurch sich für die Betreiber Kostenvorteile ergeben, die an den Endverbraucher weitergegeben werden können. Wie Frank Fitzlaff weiter erklärte, sollte bei einer Unternehmensgründung das Team mit Vorteil *klein und unabhängig* sein. Dies gewährleiste eine schnelle Auseinandersetzung mit dem Produkt, denn wer zu lange auf der Idee herumreite, verpasse Marktchancen.

**«Fragen Sie die Kunden nicht, überzeugen Sie sie», appellierte er an die Anwesenden, aber «unterschätzen Sie dabei die Durststrecke nicht.»**



Peter Wick,  
MeteoNews AG

Bis zum Break-Even dauere es nämlich meist doppelt so lang wie geplant.

*Peter Wick, MeteoNews AG*

Schon als Kind wusste er, dass er Wetterfrosch werden wolle, erklärte *Peter Wick*, Gründer des wichtigsten privaten Wetterdienstes in der Schweiz, zu Beginn seines Referats. MeteoNews beschäftigt heute rund 20 Mitarbeitende und beliefert täglich die wichtigsten privaten Medien (Print, Radio, Fernsehen) mit Wetterinformationen. «Ein Unternehmen zu gründen heisst totaler Einsatz.»

**Daher dürfe seiner Meinung nach auch nicht das lockende Geld als Motivator im Vordergrund stehen, sondern vielmehr Enthusiasmus und der Ehrgeiz, etwas im Markt bewirken zu wollen.**

Für ihn sei der Wunsch, Unternehmer und damit *frei und unabhängig* zu sein, ausschlaggebend gewesen für die Gründung

einer eigenen Firma. «Schnell merkte ich allerdings, dass auch ich mich den Gesetzen des Marktes und der Kunden unterzuordnen habe», betonte er. Unternehmer zu sein heisse eben auch bereit zu sein, alle damit verbundenen Konsequenzen auf sich zu nehmen. *Mut zur Konsequenz* lautet daher seine Devise. «Eine 100%ige Sicherheit gibt es nicht.» Allerdings müsse stets Rücksicht auf das persönliche Umfeld genommen werden. «Wenn das Privatleben resp.

die Familie unter dem Projekt leidet, sollte eine Firmengründung überdacht werden.»

*Peter Oertlin, Ricardo.ch AG*

«Menschen mit einer neuen Idee gelten so lange als Spinner, bis sich die Idee durchgesetzt hat.» Mit diesem Zitat von Mark Twain eröffnete *Peter Oertlin*, Gründer der seit 1999 bestehenden Online-Auktionsplattform Ricardo.ch, seinen Vortrag. Mit täglich über 250 000 Webseite-Besuchern und über 10 Mio. Pageviews ist Ricardo.ch bezüglich Seitenaufrufen die Nummer zwei aller Schweizer Webseiten (hinter google.ch). «Sind Sie bereit, kalkulierbare Risiken einzugehen?» fragte er seine Zuhörer. Ein *fundiertes Finanzierungsmodell* sei eine wichtige Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Firmengründung. Zudem dürfe beim *Personal* nicht gespart werden. Hier sei viel Zeit und Geld zu investieren. «Sie brauchen starke Personen um sich, auch wenn diese manchmal unangenehm sind.»

**Einen weiteren Erfolgsfaktor sieht er in sauber eingeführten, überwachten und allenfalls angepassten Prozessen.**

«Was gut und richtig in einer Anfangsphase war, kann nach einigen Monaten falsch sein.» Dies bedinge eine Kultur, welche es erlaube, die Leistungen ständig in Frage zu stellen. Und schliesslich brauche es auch eine grosse Portion Optimismus und Zuversicht. «Denken Sie nie, dass alle zehn Bälle auf einmal herunterfallen», bemerkte Peter Oertlin abschliessend und fügte hinzu: «Aber Sie sollten immer einen Plan B haben.»

*Karin Wagner, ShareCommService AG*

«Prüfen Sie eine Übernahme als valable Alternative zur Firmengründung», lautete eine der Kernaussagen von *Karin Wagner*, Gründerin der in den Bereichen Aktienre-

## Das StartZentrum Zürich

Das StartZentrum Zürich eröffnete im Mai 1999 seine Tore. Seit diesem Zeitpunkt haben sich mehr als 100 Unternehmen mit über 200 Arbeitsplätzen aufgebaut. Durchschnittlich sind 30 bis 35 Firmen mit rund 120 Arbeitsplätzen im Zentrum eingemietet. Pro Jahr werden etwa 200 Erstberatungen durchgeführt, bei denen sich Gründungsinteressierte über diverse Themen wie Finanzierung, Businessplanung, Marketing usw. informieren können.

Zudem werden jährlich zwei Grossanlässe durchgeführt: «Firmengründung leicht gemacht» findet an der ETH Zürich statt und ist eine Messe, an der über 20 Firmen und Organisationen ausstellen, die für eine Firmengründung relevant sind. Dazu gehören Notariate, Treuhandfirmen und Anwaltskanzleien, das Handelsregister- und Sozialversicherungsamt, das Institut für geistiges Eigentum usw. Am «Tag des Jungunternehmens» werden Themen im Bereich Jungunternehmertum und Innovation zur Diskussion gestellt.

Getragen wird das StartZentrum Zürich von der Stadt und dem Kanton Zürich, den Wirtschaftsverbänden sowie einer Reihe privater Unternehmen und Organisationen.

[www.startzentrum.ch](http://www.startzentrum.ch)

StartZentrum Zürich

gisterführung, Generalversammlungs-Service und Investor Relations spezialisierten ShareCommService AG. Die Firma ist als Management-Buy-out des Schweizer Wirtschafts- und Beratungsunternehmens Ernst & Young entstanden. Als der Konzern diese Bereiche vor einigen Jahren auslagern wollte, weil sie nicht zum Kerngeschäft gehörten, sah die damals noch angestellte Karin Wagner darin eine strategische Chance. Aus diesem Grunde sei für sie eine *klare Zielorientierung* eine der wichtigsten Voraussetzungen für eine erfolgreiche Tätigkeit.

«Geben Sie bei Verhandlungen dort nach, wo es Ihnen nicht weh tut, um da einen Trumpf in der Hand zu haben, wo Sie nicht nachgeben wollen.»

Auch die *Kundenorientierung* dürfe kein leeres Versprechen bleiben. Insbesondere dort, wo eine Differenzierung über das Produkt nicht möglich sei, müsse die volle Konzentration *ausserordentlichen Leistungen, tadelloser Qualität* und *erstklassigem Service* gelten. Von Vermarktung um jeden Preis halte sie nicht viel. Vor allem bei der Budget-Allokation sollten Vor- und Nachteile einer Werbestrategie genau abgewogen werden, denn «Profil geben Sie ihrem Unternehmen auch mit einer klugen Pro-

dukt- und Dienstleistungspolitik und einer wettbewerbsfähigen Preisgestaltung.» Einseitigkeiten sollten vermieden werden, erklärte sie in der Folge. «Bauen Sie mehrere, sich ergänzende Standbeine auf, ohne sich dabei zu verzetteln.» Und schliesslich dürfe die *Nachfolgeregelung* nicht vernachlässigt werden, denn Unternehmer zu sein heisse auch, den Fortbestand der Firma unabhängig von der eigenen Person zu sichern. «So bleiben wertvolles Know-how und Arbeitsplätze erhalten.»

*Urs Wietlisbach, Partners Group AG*

Partners Group ist ein globaler Manager alternativer Anlagen in den Bereichen Private Equity, Private Debt und Hedge Funds und beschäftigt mittlerweile über 140 Mitarbeitende weltweit. «Be a star team and not a team of stars», gab *Urs Wietlisbach*, der die Firma vor Jahren zusammen mit seinen beiden Partnern gegründet hat, den Anwesenden mit auf den Weg. Den Aufbau einer *funktionierenden Mitarbeiterschaft* sieht er denn auch als grösste unternehmerische Herausforderung.

Ein guter Unternehmer kenne seine Schwächen, denn dadurch könnten die Lücken mit den entsprechenden Leuten geschlossen werden.

Bereits sehr früh seien daher zum anfänglichen Dreierteam neue Mitarbeitende gestossen. Dass die Belegschaft am Unternehmenserfolg beispielsweise mit Optionsprogrammen partizipieren könne, sei für ihn eine der Grundvoraussetzungen einer erfolgreichen Tätigkeit. «Auch nach dem Börsengang halten unsere Mitarbeitenden die deutliche Mehrheit des Aktienkapitals der Firma.» Überhaupt sei letztlich eine *solide Unternehmenskultur* erfolgsentscheidend. Hier werde die Basis für Leidenschaft, Innovation und Kontinuität gelegt. Strukturelle Anpassungen würden dann vor allem bei zunehmender Unternehmensgrösse wichtiger. «Die Herausforderung liegt beim rechtzeitigen Erkennen dieser Notwendigkeit.» Hier scheitere dann auch so mancher Start-up resp. werde das Heranziehen eines externen Managements unumgänglich, gab er sich überzeugt. Zusammenfassend schloss er, dass eine gute Idee, ein detaillierter Businessplan, genügend Startkapital und umfassendes Coaching die Erfolgsfaktoren für Jungunternehmer seien. Der Rest sei *unternehmerisches Glück*: «Zur richtigen Zeit am richtigen Ort mit der richtigen Idee.» ■

*Claudia Schaufelberger*

StartZentrum Zürich  
 Binzstrasse 18  
 8045 Zürich  
 Tel. 044 455 60 60  
 Fax 044 455 60 69  
 Mail info@startzentrum.ch  
 Web www.startzentrum.ch



