

Der Traum von der Selbständigkeit

Der Schritt in die Selbständigkeit will wohlüberlegt sein. Gerade weil die personellen und finanziellen Ressourcen in der Aufbauphase einer Firma äusserst knapp sind, müssen diese mit anderen Faktoren wettgemacht werden: Kreativität, Ideenreichtum, neue Vorgehensweisen, Einsatz und Wille, Risikofreudigkeit, kurze Entscheidungswege und Marktnähe sind einige der immer wieder genannten Erfolgsfaktoren. Am diesjährigen «StartupDay – Tag des Jungunternehmens» gewährten fünf erfolgreiche Unternehmer einen Einblick in die Aufbauphase ihrer Unternehmen.

Firmengründungen befinden sich im Aufwind: 2007 wurde mit 36 396 Firmen ein neuer Rekord an Neueintragungen in das Handelsregister verzeichnet. Dies entspricht einem Plus von 6,6% gegenüber dem Vorjahr. Und auch 2008 führt dieser Trend mit einem Plus von 3,3% im ersten Halbjahr weiter. «Das Unternehmertum spielt als Plattform, auf der eigene Ideen und Arbeitsvorstellungen umgesetzt werden, eine immer grössere Rolle», betonte *Marc Hamburger*, CEO des StartZentrum Zürich, einem Kompetenzzentrum für Jungunternehmen, in seiner Einleitung zum diesjährigen StartupDay – Tag des Jungunternehmens. «Dieser Tag will über das Jungunternehmertum informieren und damit motivieren und sensibilisieren sowie daran erinnern, dass die Wirtschaft – und somit wir alle – von neuen Unternehmen und Produkten leben.» Daher stuft *Marc Hamburger* denn auch die Persönlichkeit wichtiger ein als die Geschäftsidee. «Gute Unternehmer können auch aus einer mittelmässigen Geschäftsidee einen Erfolg machen.» Umgekehrt funktioniert dies nicht.

Fünf Unternehmen – Fünf Erfolgsrezepte

Am StartupDay 2008 berichteten eine Unternehmerin und vier Unternehmer über den Aufbau ihres Unternehmens und gaben darüber hinaus Einblicke, mit welchen

Grundsätzen sie ihre Unternehmen zum Erfolg geführt haben und in Zukunft weiter voranbringen.

Martin Candrian, *Candrian Catering AG* «Die Erwartungen der Gäste nicht nur zu erfüllen, sondern sie jeden Tag neu zu übertreffen, sollte im Gastgewerbe selbstverständlich sein», betonte *Martin Candrian*, Präsident des Verwaltungsrats und Vorsitzender der Geschäftsleitung der *Candrian Catering AG* zu Beginn seines

Martin Candrian, *Candrian Catering AG*



Bilder: StartZentrum Zürich

Referats. Mit diesem Credo brachte er auch seinen wichtigsten Erfolgsfaktor zum Ausdruck: «Man muss wissen, was man will.» Dies sollte in einem klaren Konzept schriftlich festgehalten werden. «Bauen Sie keine Luftschlösser, sondern arbeiten sie beharrlich und mit gesunder Flexibilität auf das gesetzte Ziel», ermahnte er und fügte an: «Doch meiden Sie untragbare Überschuldung und allzu langes Zuwarten, wenn es um das Treffen von Entscheidungen geht.» Erfahrung ist es, die sich wie ein roter Faden durch die Tradition der Familie Candrian-Bon zieht. Bereits der Urgrossvater mütterlicherseits, Anton Bon, wie auch Grossvater und Vater Candrian waren als Hoteliers mit Leib und Seele der Gastronomie verpflichtet. Diese Familientradition motivierte auch *Martin Candrian*, sie weiterzuführen. Mit dem Wissen, der Erfahrung und der Freude aus vier Generationen Hotel- und Restaurationsleidenschaft übernahm er 1979 von seinem Vater die Leitung des Bahnhofbuffets Zürich. 1999 wurde aus der Einzelfirma die *Candrian Catering AG* gegründet, die heute rund 30 Restaurants, sieben Take-aways, einen Catering Service und zwei Hotels umfasst. «Work hard and have fun», gab er denn auch zum Schluss den anwesenden Jungunternehmern als Empfehlung mit auf den Weg.

Guido Honegger, *Solution.ch AG*,
vormals Green.ch AG

Guido Honegger, Gründer und bis vor kurzem auch CEO und Besitzer des Schweizer Internet-Providers *Green.ch*, zeigte auf, wie er sein Unternehmen mitten in der eigentlichen Internetwelle gründete und den Absatz mittels positiver Hebelwirkung ankurbelte. *Green.ch*, die im Frühjahr dieses Jahres mit *TIC The Internet Company* fusionierte, ist mittlerweile zu einem der



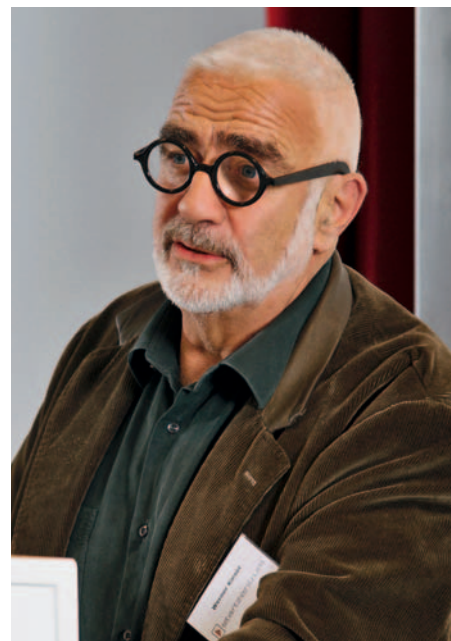
Guido Honegger, Solution.ch AG

Top-5-Player im Markt für KMU-Internetdienstleistungen angewachsen. Guido Honegger weiss, wovon er spricht, wenn er sagt, jeder Jungunternehmer solle seine eigene «unique selling proposition» stets in den Mittelpunkt stellen: Er selbst verkaufte vor Jahren seine Geschäftsidee – damals

noch *Agri.ch* – und kaufte die Firma später, als sie nicht lief, wieder zurück. Anschliessend benannte er das Unternehmen um, machte es wieder erfolgreich und verkaufte es abermals. Guido Honegger ist der Ansicht, dass Finanzen «Chefsache» seien und ein Basis-Know-how in diesem Bereich bei jedem Jungunternehmer Pflicht. Dazu gehöre auch, in der Krise unter Umständen mutige Entscheide zu treffen. «In Gefahr und grosser Not, bringt der Mittelweg den Tod.» Nicht viel hält er von Bankkrediten als Starthilfe sowie schnellen Investitions- und Personalentscheiden. «Ziehen Sie keinen Berater bei, den Sie nicht wirklich kennen», warnte er zum Schluss seines Referats.

Werner Kieser, Kieser Training AG

«Spezialisieren Sie sich auf das, was Sie gerne tun», empfahl Werner Kieser, Präsident des Verwaltungsrats und CEO der *Kieser Training AG*, zu Beginn seiner Ausführungen. Seit über 40 Jahren verfolgt der Schweizer Diplomtrainer und Unternehmer seine Mission: Die Welt davon zu überzeugen, welche Vorteile ein starker Körper bringt. Und der Erfolg gibt ihm Recht. Was



Werner Kieser, Kieser Training AG

mit einem ersten Kraftstudio in Zürich begann, ist heute ein international florierendes Unternehmen, das auf der Grundlage wissenschaftlich gesicherter Erkenntnisse gesundheitsorientiertes Krafttraining als präventive und als therapeutische Massnahme anbietet. Werner Kieser hat in allen diesen Jahren dazugelernt. Als er 1967 sein erstes Kraftstudio in Zürich eröffnete, betrieb er gleich noch Sauna und Solarium. *Tempi passati*, denn solche Dinge lenkten nur vom Kräftigen ab. «Verzichten Sie auf Diversifikation.» Sein Training lebt daher heute von Reduktion. Werner Kieser schont seine Mitbewerber nicht, wenn er etwa über nutzlose Apparaturen lästert, die Muskeln ohne eigenes Zutun trainieren sollen: «Es bewegt sich also nicht mehr der Mensch, sondern der Mensch wird bewegt. Still steht nur der Verstand.» Die eigene Zielgruppe zu finden und Prozesse frühzeitig zu standardisieren, waren rückblickend weitere entscheidende Erfolgsfaktoren. «Sei der

Sind Sie ein Unternehmertyp?

Das 1999 für Jungunternehmer gegründete StartZentrum Zürich bietet mit Partnern und der Unterstützung der Stiftung Enterprise in der ganzen Deutschschweiz einen Persönlichkeitstest mit einer kostenlosen Beratung an. Dieser Selbsttest ermöglicht eine Selbsteinschätzung, die in der anschliessenden Beratung diskutiert wird. Passt das Persönlichkeitsprofil auf die Geschäftsidee? Welche Massnahmen können getroffen werden, um die Erfolgchancen zu erhöhen? Wie kann mit den eigenen Schwächen umgegangen werden? Solche und ähnliche Fragen werden geklärt, denn die ideale Unternehmerpersönlichkeit gibt es nicht. Entscheidend sind das Erkennen von Schwächen und Stärken und der konstruktive Umgang damit.

StartZentrum Zürich



Maya Reinshagen, Mayoris AG

Erste oder kreierte eine neue Kategorie.» In Bezug auf Kapitalbeschaffung behielt er stets die Stimmenmehrheit. «Finanzleute sind keine Unternehmer. Wenn sie ins Produkt eingreifen, wird es gefährlich.»

Maya Reinshagen, Mayoris AG

Mayoris heisst das Unternehmen, das die Ökonomin Maya Reinshagen zusammen mit Boris Chiavi vor 4 Jahren gegründet hat. Die Idee: ein benutzerfreundliches und professionelles Redaktionssystem, um mehrsprachige Newsletter-Kampagnen zu erstellen, zu versenden und auszuwerten. «Immer das Beste geben – und noch ein bisschen mehr», lautet daher ihr Credo. Ihr Produkt verspreche nicht deshalb Erfolg, weil es neu, sondern weil es anders sei. «Wir haben das Auto nicht neu erfunden, aber unseres fährt und parkiert selbst», erklärte sie dazu. Begeisterung, Ehrlichkeit, Geduld und Ausdauer sind für sie klar die Tugenden eines Jungunternehmers. Dass auch

Hilfsbereitschaft in der Regel Herzen und Türen öffnet, erlebe sie selbst immer wieder von neuem. «Wer gern hilft, dem wird geholfen.» Erfolg ist daher für sie kein Zufall, sondern eine logische Folge für jenen, der sowohl quantitativ wie qualitativ mehr Einsatz zeigt als der Durchschnitt. Ist Maya Reinshagen eine Perfektionistin? Sie selbst sieht es pragmatisch: «Lorbeeren sind nicht da, um sich darauf auszuruhen.» Der Realitätssinn und die Bescheidenheit dürfen nie verloren gehen, zeigt sie sich überzeugt. Klar, dass auch einmal Fehler passieren. Doch statt diese allzu lange zu bereuen, sollte besser daraus gelernt werden, um dann wieder nach vorne zu schauen. Ab und zu müssten auch kurzfristige Ziele verfolgt werden, denn «Erfolg passiert (meist) nicht über Nacht».

Daniel Ammann, U-blox AG

Dass Daniel Ammann, Leiter Software-Entwicklung und Mitbegründer der U-blox AG, mit seinen Erkenntnissen zu «Do's and Dont's» für Jungunternehmern bislang richtig gelegen ist, beweist die Erfolgsstory der 1997 gegründeten und seit letztem Jahr börsenkotierten Firma. U-blox entwickelt und vermarktet innovative Satellitennavigationstechnologien (GPS und Galileo). Mittlerweile ist U-blox ein international operierendes Unternehmen mit Hauptsitz in der Schweiz und Verkaufsgesellschaften für Amerika, Europa und Asien bzw. Pazifik. «Choose the right people» lautete Daniel Ammanns wichtigster Tipp. Guten Mitarbeitenden sollen nicht nur Aufgaben abdelegiert, sondern auch entsprechende Kompetenzen und Verantwortungen eingeräumt werden. Wichtig sei zudem eine realistische Projektplanung, denn erfahrungsgemäss brauchen Projekte immer mehr Zeit und Geld als ursprünglich angenommen. Es gebe aber auch unzählige weitere Fehler-



Daniel Ammann, U-blox AG

quellen, erklärte er. Nützlich könnten da eine ganzheitliche Optik sowie eine gute Portion Zuversicht sein. In diesem Zusammenhang zitierte er Les Brown, der einmal sagte: «Shoot for the moon, because even if you miss, you'll land among the stars». Daniel Ammann warnte aber auch davor, übermütig zu werden («stop immediately, if you have bad feelings»), denn dies gehe letztendlich zulasten des Kunden («don't cut back on quality»). ■

Claudia Schaufelberger