



Zürcher
Kantonalbank

Zürcher Kantonalbank KMU Spezial

Beilage zum Zürcher Wirtschaftsmagazin 4/2011

Der Weg zur eigenen Firma

Nina Geib, Gründerin
der Virometix AG, erzählt

Umweltaktion

So profitieren Umwelt und KMU





Liebe Leserinnen, liebe Leser

Die Schweizer Wirtschaft lebt nicht zuletzt von Innovationen. Die aktuellen Herausforderungen – z. B. der starke Franken – haben dies einmal mehr in Erinnerung gerufen. Mit ihrer Initiative «Pionier» investiert die Zürcher Kantonalbank seit mehreren Jahren in innovative Start-ups und Projekte mit neuartigen Technologien.

Damit wirkt sie im Wirtschaftsraum Zürich als eine Drehscheibe zwischen Wissenschaft und Wirtschaft. Ein Engagement, das wir noch verstärken wollen.

Auch für Jungunternehmen aus traditionellen Branchen sind wir ein verlässlicher Finanzierungspartner. Die Sorge für eine sich immer wieder verjüngende Unternehmenslandschaft gehört mit zu einer nachhaltigen, zukunftsorientierten Geschäftspolitik. Unser ganzheitliches Engagement für eine nachhaltige Entwicklung zielt natürlich auch auf die Umwelt. Mit der ZKB Umweltaktion für KMU vergünstigen wir Investitionen von kleinen und mittleren Unternehmen in umweltfreundliche Technologien. Lesen Sie mehr dazu in diesem Heft.

Heinz Kunz

Leiter Firmenkunden, Zürcher Kantonalbank



Inhalt

Drei Wege zur eigenen Firma

So starten Limmex, GetYourGuide.com und Virometix ins unternehmerische Abenteuer

06

Mehr Risikokapital für innovative Start-ups

07

Aktuell

08

ETH-Technologie als Wettbewerbsvorteil.
Dr. Matthias Hölling von ETH Transfer im Interview

10

Blütenpracht ohne Klimabelastung

Drei Wege zur eigenen Firma

Wie man von einer Idee zum eigenen Unternehmen kommt, ist in jedem Fall wieder speziell und einzigartig, auch wenn die Erfolgsfaktoren dieselben bleiben. Drei Beispiele, wie es gelingen kann. *Von Andreas Minder; Fotos: Jürg Waldmeier*



Pascal Koenig mit seiner Limmex-Notruf-Uhr.

Die Limmex AG hat eine Notruf-Uhr auf den Markt gebracht

Ende 2009 glaubte Limmex-Geschäftsleiter Pascal Koenig, es sei geschafft. Die Notruf-Uhr hatte in einer Pilotstudie bestens abgeschnitten. Es gab viel Schulterklopfen und die Marktreife schien zum Greifen nah. Ein Irrtum, wie sich herausstellen sollte. Vom «handgelöteten» Prototyp zum produktions- und verkaufsfähigen Serienprodukt war noch ein weiter Weg. Sehr viel miniaturisierte Technik musste in einer eleganten Armbanduhr untergebracht werden und die Träger auf Knopfdruck mit Personen ihrer Wahl oder einer Notrufnummer verbinden. In Tausenden von Arbeitsschritten wurde der Empfang verbessert, dem Akustiksystem das Pfeifen ausgetrieben und der Akku langlebiger gemacht. Es dauerte fast zwei Jahre und brauchte viel Geld, bis Koenig und sein inzwischen zehnköpfiges Team ihre Uhren im Oktober 2011 auf den Markt bringen konnten.

Die erste unternehmerische Erfahrung von Koenig war nicht von Erfolg gekrönt gewesen. Er hatte im Jahr

2004 beim Start-up Cardiosafe angeheuert. Die Firma hatte ein Monitoringsystem entwickelt, das die Herz-tätigkeit laufend überwacht und bei lebensbedrohlichen Werten Alarm schlägt. Der Markt erwies sich als so schwierig, dass die Firma liquidiert werden musste. Die Zeit bei Cardiosafe hat Pascal Koenig vieles gelehrt. Erstens kam er auf den Geschmack der Selbständigkeit. Zweitens erfuhr er, dass eine gute Technologie noch lange keinen Markterfolg garantiert, und drittens hatte er ein faszinierendes Gebiet näher kennengelernt: gesundheitliche Risiken und neuartige Methoden, damit umzugehen.

Zusammen mit Sven Carlson, der auch bei Cardiosafe dabei gewesen war, und dem Uhrenunternehmer Pascal Stübi entwickelte Koenig die Idee der Notruf-Uhr. Vorerst auf eigene Kosten und ohne Lohn. Erste finanzielle Unterstützung erhielten sie von zwei Stiftungen aus dem Altersbereich. «Sie kamen zu einem Zeitpunkt, als sonst noch niemand bereit war zu investieren», erinnert sich Koenig. Auch noch in der Frühphase griff die Zürcher Kantonalbank den Jungunternehmern unter die Arme: «Ihr Engagement war bei der Suche nach weiteren Geldgebern sehr hilfreich.» Trotzdem blieben noch unzählige Klinken zu putzen, bis die Millionen für Entwicklung und Markteintritt beschafft waren. «Das braucht viel Energie. Es gibt so viele Gründe, bei einem neuen Projekt nicht mitzumachen.»

Das zähe Ringen um Geld und Fortschritte ist eine Seite des unternehmerischen Alltags. Die andere, die inspirierende Seite sei es, zu sehen, wie die Firma, wie ein Team wachse, sagt Koenig. «Es entwickelt sich etwas, das selbständig funktioniert.» Das motiviere ebenso wie die unerwarteten Glücksfälle, die zur Geschichte eines erfolgreichen Start-ups gehörten. Ein Beispiel: Als bei der Akustik der Uhr Probleme auftauchten, suchte Limmex den Kontakt zum Hörgerätehersteller Phonak. Dessen damaliger Verwaltungsratspräsident Andy Rihs zeigte sich angetan vom Projekt und unterstützte es mit Know-how und Geld. Heute gehört er zum prominent besetzten Verwaltungsrat der Limmex AG. Und trug dazu bei, dass mit der Limmex Notruf-Uhr nun ein Produkt auf dem Markt ist, das viele Menschenleben retten kann. ▸

Flexibel, aber nicht zu sehr

Bei GetYourGuide.com kann man online Führungen und Ausflüge buchen – auf der ganzen Welt. Am Anfang von GetYourGuide steht eine persönliche Erfahrung von CEO Johannes Reck. Er war in Peking, wollte in seiner Freizeit etwas unternehmen und scheiterte an der Sprache. Am nächsten Tag traf er seinen chinesischsprachigen Freund und späteren Mitgründer Tao Tao, der ihn herumführte. Der Aufenthalt wurde zum Erlebnis. Daraus entwickelten die fünf GetYourGuide-Männer ihre Geschäftsidee: Sie wollten im Internet ein weltweites Verzeichnis von Personen aufbauen, die sich kostenlos als Fremdenführer zur Verfügung stellten. Touristen könnten sich von Einheimischen die Attraktionen einer Destination zeigen lassen. Im Gegenzug würden sie bei sich zu Hause den Guide spielen.

Die fünf programmierten eine Plattform – und wurden herb enttäuscht: Die Hobby-Guides wollten nicht anbeissen. Stattdessen meldeten sich einige Tour-Organisatoren. Die GetYourGuide-Crew entschied sich, den Businessplan anzupassen und auf professionelle Veranstalter zu setzen. «Diese Änderung des Business-Plans machten wir erst nach langen Diskussionen», erinnert sich Pascal Mathis, der im Start-up für die Finanzen zuständig ist. In dieser Zeit wurde die Zürcher Kantonalbank auf GetYourGuide aufmerksam. Ihr Finanzierungsangebot war einer der Gründe, weshalb die Jungunternehmer schliesslich voll in die Firma einstiegen, erzählt Mathis.

Die Abkehr von den Hobby-Guides löste bald die nächste grundlegende Debatte aus. Es zeigte sich, dass die Profi-Veranstalter nur teilweise bereit waren, ihr Angebot selber zu bewirtschaften, d. h. Tourenbeschreibungen und Preise einzugeben. Das war in der Branche üblicherweise Sache des Portal-Betreibers. «Diesmal beschlossen wir, bei unserem Modell zu bleiben», sagt Mathis. Eine riskante Entscheidung, weil nicht klar war, wie die Anbieter reagieren würden. Und tatsächlich: «Am Anfang kamen sie nur tröpfchenweise.» Reck und Mathis klapperten unermüdlich Tourveranstalter ab, um sie für GetYourGuide zu gewinnen. Sie reüssierten schliesslich, immer mehr Anbieter präsentierten sich auf dem Portal. «Wenn man eine gewisse Masse hat, geht es dann fast von selbst», sagt Mathis. Heute beschäftigt GetYourGuide 30 Mitarbeitende in Zürich, Berlin und Las Vegas und offeriert die weltweit grösste Auswahl an Touren. Das Geld kommt von den Veranstaltern, die eine Kommission von 20 Prozent auf den gebuchten Touren abliefern.



Pascal Mathis präsentiert GetYourGuide.com.

«Es ist entscheidend, das richtige Mass an Flexibilität an den Tag zu legen», lautet Mathis' Fazit. Dass dies GetYourGuide gelungen ist, führt er auch auf das stabile Team der Gründer zurück. Sie waren alle von Anfang an dabei und als es im Sommer 2009 richtig losging, gaben sie ihre Jobs auf und steckten Geld ihrer Eltern in das Unternehmen. Ein etwas «mulmiges Gefühl» sei das schon gewesen, sagt Mathis. Als risikofreudiger Mensch könne er das jedoch relativ gut wegstecken. Wenn er im Hallenbad Oerlikon auf der Zehn-Meter-Plattform steht, geht es ihm nicht anders: «Vor jedem Sprung hat man Angst», sagt er. «Aber wenn man es schafft, ist es ein tolles Gefühl!»

Die Virometix AG entwickelt synthetische Impfstoffe

Die Nähe der Virometix AG zur Universität ist unüberhörbar. CEO Nina Geib führt den Besucher zum Gespräch in die Mensa der Uni Irchel. Im Stimmengewirr kaffeetrinkender Studierender erzählt sie die Geschichte ihrer Firma. Nach dem Chemie-Studium in Marburg kam Geib 2005 für ihre Dissertation nach Zürich. In der Gruppe von Professor John Robinson lernte sie Arin Ghasparian kennen, der ebenfalls an seinem Doktorat arbeitete. Er entwickelte ein Verfahren mit, das es ermöglicht, Fragmente von Krankheitserregern wie Viren oder Bakterien nachzubilden. Werden diese synthetisch konstruierten, dreidimensionalen Molekülansammlungen injiziert, sollten sie eine Immunreaktion auslösen. Chemisch hergestellte Impfstoffe haben gegenüber biotechnologisch produzierten den Vorteil, dass sie ohne Hilfsstoffe auskommen und dass das Risiko von Verunreinigungen kleiner ist. Beides kann Nebenwirkungen auslösen. Ein weiterer Trumpf des neuen Verfahrens: Die Impfstoffe lassen sich relativ billig produzieren.

Gründe genug, um das Abenteuer einer eigenen Firma zu wagen? «Wir haben lange überlegt», sagt Geib. Es hätte für sie durchaus berufliche Alternativen gegeben. Doch schliesslich überwog die Risikofreude und die einmalige Gelegenheit: «Die Möglichkeit, eine eigene Firma zu gründen, bietet sich selten.» Ein wichtiger Faktor war zudem das eingespielte Team: Gegenseitiges Vertrauen und eine gemeinsame Vision verbinden Geib und Ghasparian. Und so gründeten sie zusammen mit ihrem Doktorvater 2009 die Virometix AG. Geib übernahm die Funktion des CEO, Ghasparian die wissenschaftliche Leitung. «Wir hatten beide keine Erfahrung im Management», sagt Geib rückblickend. Sie nahmen deshalb an den Start-up-Förderprogrammen der Kommission für Technologie und Innovation (KTI) teil. Darin wird vom Management-Know-how über Coaching und Finanzierung bis zu den unverzichtbaren Netzwerken alles vermittelt, was es braucht, um in der Business-Welt zu bestehen. Nina Geib ist vom Gebotenen überzeugt: «Man wird dort abgeholt, wo man steht.»

Darüber hinaus machte Virometix bei Businessplan-Wettbewerben mit. Das sei PR für Investoren, sagt Geib. Über den Erfolg beim ETH-Wettbewerb «Venture» etwa entstand 2010 der Kontakt zum Start-up-Finance-Team der Zürcher Kantonalbank. «In dieser frühen Phase war diese Unterstützung für uns wichtig.»

Inzwischen hat die Virometix einen Impfstoff an Tieren getestet. Bewährt er sich, wird anschliessend die Wirkung auf den Menschen untersucht. Die späteren klinischen Testreihen übersteigen allerdings die Möglichkeiten einer kleinen Firma. «Das Standard-Businessmodell sieht vor, einer grossen Pharmafirma eine Lizenz für den Wirkstoff zu erteilen oder die Firma zu einem späteren Zeitpunkt zu verkaufen», sagt Geib. Noch ist das Zukunftsmusik und das Scheitern der Virometix aus technischen oder ökonomischen Gründen nicht ausgeschlossen. Eine Schreckensvision? «Ein Konkurs der Firma wäre äusserst schade, aus wirtschaftlicher Sicht für uns aber keine Katastrophe», sagt Geib. Sie hätten bisher noch nicht viel Geld «verbrannt». «Und die Erfahrungen, die wir machen, wären in jedem Falls sehr wertvoll.» □



Virometix-CEO Nina Geib produziert Impfstoffe.

Mehr Risikokapital für innovative Start-ups

Seit dem Start der Initiative «Pionier» vor sechs Jahren hat die Zürcher Kantonalbank rund 60 Millionen Franken in über 120 innovative Start-ups investiert. Neu erhöht die Bank das geplante jährliche Investitionsvolumen von 10 auf 15 Millionen Franken.

Von Erika Puyal Heusser, Leiterin Start-up Finance, Zürcher Kantonalbank



Die Zürcher Kantonalbank investiert in innovative Start-ups.

Das geplante jährliche Investitionsvolumen soll von 10 auf 15 Millionen Franken gesteigert werden.

Im Rahmen des Leistungsauftrages stellt die Zürcher Kantonalbank mit ihrer Initiative «Pionier» Jungunternehmen mit neuen, innovativen Geschäftsideen bereits in einer frühen Phase des Unternehmenszyklus Risikokapital zur Verfügung. Als innovativ gilt, wer ein Produkt, eine Dienstleistung oder ein Vertriebsmodell anbietet, das bisher noch nicht am Markt existiert. Inzwischen hat die Zürcher Kantonalbank rund 60 Millionen Franken Risikokapital in über 120 Unternehmen aus den Branchen «IT, Kommunikation und Mikrotechnologie», «Life Sciences und Medizintechnologie» sowie «Automation, Sensoren und Materialien» investiert. Dabei stellt die erste Branchengruppe mit rund der Hälfte der Investments den grössten Anteil. Bisher war die Investitionssumme im Einzelfall

auf 500'000 Franken beschränkt. Neu wird der Rahmen flexibilisiert und auf bis zu eine Million Franken ausgeweitet. Das geplante jährliche Investitionsvolumen soll von 10 auf 15 Millionen Franken gesteigert werden.

Für Start-ups mit völlig neuen Produkten oder Dienstleistungen eignen sich klassische Formen der Fremdfinanzierung nur bedingt, insbesondere vor dem Markteintritt, wenn es darum geht, einen Prototyp zur Serienreife weiterzuentwickeln und erste Kunden zu akquirieren. Beteiligungen am Eigenkapital sowie eigenkapitalähnliche Finanzierungsformen entsprechen in diesem Fall den Bedürfnissen weit besser. Daher erfolgen die Investitionen der Zürcher Kantonalbank in erster Linie in Form von Eigenkapital und Wandelanleihen. In rund einem Fünftel der Fälle kommen partiarische Darlehen zum Zuge.

Das Pionier-Portfolio entwickelt sich mit einer Ausfallquote von 10 bis 15 Prozent erfreulich stabil. Das ist nicht selbstverständlich. Die Beurteilung der Chancen und Risiken der Investition muss besonders sorgfältig erfolgen. Seitens der Bank werden hauptsächlich die Kriterien Produkt, Markt, Management und Finanzen geprüft. Dabei ist der Faktor Management mit Abstand am wichtigsten. Leicht überspitzt gesagt, gilt der Grundsatz: Ein ausgezeichnetes Management mit einem durchschnittlichen Produkt wird Erfolg haben. Ein durchschnittliches Management mit einem ausgezeichneten Produkt wird hingegen scheitern – denn kein Produkt verkauft sich von alleine. Daher ist es zentral, dass neben der fachlichen auch die unternehmerische Seite im Management von Anfang an in genügender Weise abgedeckt ist und dass der Ausarbeitung eines überzeugenden Business-Modells genügend Beachtung geschenkt wird. Nur so wird der Unternehmensstart gelingen. □

Mehr Infos finden Sie unter: www.zkb.ch/start-ups

Aktuell

ZKB Nachhaltigkeitspreis für KMU

Preisverleihung 2012 und Ausschreibung 2013

Mit einer Preissumme von insgesamt 150'000 Franken prämiert die Zürcher Kantonalbank am **30. Januar 2012** bereits zum dritten Mal kleine und mittlere Schweizer Unternehmen, welche im Rahmen ihrer unternehmerischen Tätigkeit einen herausragenden Beitrag im Bereich der nachhaltigen Entwicklung leisten. Der ZKB Nachhaltigkeitspreis für KMU soll den Preisträgern neben der Belohnung und Anerkennung ihrer Leistung einen Publizitätsgewinn bringen und weitere KMU motivieren, Nachhaltigkeit in ihren Unternehmen umzusetzen. Die nächste Ausschreibung beginnt am 2. Februar 2012. Einsendeschluss ist Montag, 16. April 2012.

Die aktuellen Teilnahmebedingungen und Bewerbungsunterlagen finden Sie ab Ausschreibungsbeginn unter: www.zkb.ch/nachhaltigkeitspreis



KMU-Strategiebarometer 2011

Standortbestimmung für Schweizer KMU

Die Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften (ZHAW) hat mit Unterstützung des Verbands Schweizerischer Kantonalbanken (VSKB) die Studie «KMU-Strategiebarometer 2011» verfasst. Die Studie basiert auf einer Befragung von 323 zufällig ausgewählten Unternehmen aus sieben Branchenclustern. Die Unternehmen wurden zu ihrer strategischen Ausrichtung sowie zur Strategiearbeit im Unternehmen, aber auch zum aktuellen Wettbewerbsumfeld befragt. Die europäische Schuldenkrise und die Frankenstärke betreffen die Schweizer KMU sehr unterschiedlich. Je nach Branche und Exportorientierung stehen der zunehmende Rentabilitätsdruck beziehungsweise die Gewinnung qualifizierter Arbeitskräfte als wichtigste aktuelle Herausforderungen im Zentrum. In etwas mehr als einem Drittel der Unternehmen kommt ein regelmässiger, systematisierter Strategieprozess zum Einsatz – eine zentrale Voraussetzung, um langfristig im Markt bestehen zu können. Die Publikation macht deutlich, dass der Strategiearbeit in vielen KMU noch zu wenig Beachtung geschenkt wird. Die praxisbasierte Studie liefert fundierte Erkenntnisse über die strategischen Stossrichtungen von KMU in der Schweiz, erforscht die veränderten Wettbewerbsbedingungen und ist eine Standortbestimmung von Schweizer Klein- und Mittelunternehmen.

Den «KMU-Strategiebarometer 2011» finden Sie als PDF unter: www.kantonalbank.ch oder unter: www.sml.zhaw.ch

ETH-Technologie als Wettbewerbsvorteil

Die ETH hat den gesetzlichen Auftrag, ihre Forschungsergebnisse zu verwerten. Ein Weg, das zu tun, sind Firmengründungen von Absolventen und Mitarbeitern. Matthias Hölling, Gruppenleiter «Spin-off-Gründungen» bei der Technologietransferstelle der ETH, erklärt, wie die Hochschule Jungunternehmer unterstützt. *Das Interview führte Andreas Minder; Fotos: Meinrad Schade*

Wann gilt eine Firma als ETH-Spin-off und kann von Ihrem Support profitieren?

Matthias Hölling: Mindestens ein Gründer muss aus der ETH kommen und die Firma sollte Forschungsergebnisse verwerten, die aus der ETH stammen: Know-how, ein Patent oder Software. Damit wir sie unterstützen, müssen zwei weitere «weiche» Kriterien erfüllt sein: Der Businessplan muss nachhaltig sein und die Gründer sollten ein gewisses unternehmerisches Flair mitbringen. Wenn jemand eine Software geschrieben hat und gerade mal drei Forschungsgruppen kennt, die daran interessiert sind, dann sehe ich nicht, wie daraus ein Business werden soll. Ähnlich ist es, wenn der typische Forscher, der zehn Jahre lang verschiedene Postdoc- oder ähnliche Stellen besetzt hat, nun eine Firma gründen will. Dann empfehlen wir schon, dass er sich zumindest ein Teammitglied sucht, das etwas näher am Markt ist.

Müssen Sie oft Leute abweisen?

Nein, das ist sehr selten. Wenn wir das Gefühl haben, dass die Business-Mechanik noch nicht klar oder das Produkt nicht griffig ist, dann versuchen wir im Gespräch, das Projekt in eine erfolgversprechende Richtung zu lenken, allenfalls mit externen Coaches. Seit einem Jahr bieten wir ausserdem die «Pioneer Fellowship» an. Wenn jemand ein Forschungsergebnis hat und ein Marktpotenzial vermutet, geben wir ihm die Möglichkeit, anderthalb Jahre lang weiterzuforschen und die Produktentwicklung voranzutreiben. Wenn den Gründern die unternehmerische Erfahrung fehlt, legen wir ihnen nahe, Kurse zu besuchen. Im Young Entrepreneur Program (YEP) haben wir uns mit der Kommission für Technologie und Innovation (KTI) zusammengetan. Das Programm ermöglicht allen angehenden Gründern, sich wenigstens einmal mit einem Coach zu treffen. Die meisten Ausbildungsangebote sind jedoch extern. Wir sehen uns in der Rolle des Vermittlers und sagen den Leuten: Da könnt ihr hingehen und euch unternehmerisches Wissen aneignen.



«Wenn jemand ein Forschungsergebnis hat und ein Marktpotenzial vermutet, geben wir ihm die Möglichkeit, anderthalb Jahre lang weiterzuforschen und die Produktentwicklung voranzutreiben.»

Matthias Hölling

Welche Bedeutung haben Businessplan-Wettbewerbe?

Wir organisieren «venture» mit, einen Businessplan-Wettbewerb, der sich durch viel Coaching und Workshops auszeichnet. Es gibt auch Preisgelder, die sind aber nicht so hoch, dass man damit ein halbes Jahr eine Firma führen könnte. Generell ist bei diesen Wettbewerben die Visibilität für die Gründer sehr wichtig. Bei «venture» ist am Schluss ein Investor's Day geplant, an dem die Jungunternehmer sich mit Investoren unterhalten können.

Bietet die ETH den Jungunternehmern auch finanzielle Unterstützung?

Wir vermieten Infrastruktur und Räume zu günstigen Konditionen. Das ist auf maximal drei Jahre beschränkt. Wenn die Firma etwas lizenzieren muss, berücksichtigen wir ihren Cashflow. Das heisst, dass sie am Anfang nicht 50'000 oder 100'000 Franken für die Nut-

zung des geistigen Eigentums auf den Tisch legen muss. Wir können zudem Kontakte zu Kapitalgebern wie z. B. zum Start-up-Finance-Team der Zürcher Kantonalbank, zu dem wir einen guten Draht haben, vermitteln.

Wie viele Gründungen gibt es pro Jahr?

Seit 2007/08 sind es jedes Jahr etwa 20 Firmen, ungeachtet der wirtschaftlichen Entwicklung. Dass die Zahl bei schwächerer Konjunktur nicht zurückgeht, hat wohl damit zu tun, dass dann auch der Arbeitsmarkt für ETH-Absolventen nicht ganz so attraktiv ist. Ich glaube, dass sich die Leute dann sagen: «Mach ich's eben selbst.»

Woran liegt's, wenn eine Firma scheitert?

Es gibt unheimlich viele Gründe, manchmal ist es auch einfach nur Pech. Relativ häufig sind personelle Probleme. Die Gründer sind nicht wirkliche Unternehmer oder sie vertragen sich im Team nicht. In der Vergangenheit hatten es auch Firmen relativ schwer, die eine Plattformtechnologie vermarkten wollten. Also eine Technologie, die vielfältig einsetzbar, aber schwer zu erklären ist. Wenn man dem Kunden sagen muss: Wir haben ein Material, aber du musst selber sehen, wie du das in dein Produkt einbaust, wird es schwierig.

Welche Angebote haben Erfolg?

Alle, die Consulting machen oder Dienstleistungen anbieten. Solche Firmen wachsen nicht wahnsinnig, aber es ist selten, dass jemand den Laden wieder zumachen muss. Die Informations- und Kommunikationstechnologie läuft auch gut. Ein Viertel bis ein Drittel der Firmen stammt aus diesem Bereich. Die Anfangsinvestitionen sind hier nicht so hoch. Ich muss nicht zuerst ein Labor oder eine Fabrik einrichten. In letzter Zeit liefen sogar vereinzelt Produkte für den Endkundenmarkt gut. Allerdings brauchen die Gründer dort einen strategischen Partner. Es ist gewaltig, wie viel man in diesem Bereich in Logistik und Marketing stecken muss.

Wie hoch ist die Überlebensquote der ETH-Spin-offs?

2008 haben wir bei einer Untersuchung festgestellt, dass 88 Prozent der Firmen nach fünf Jahren noch gelebt haben. Das ist eine gute Quote, schweizweit liegt sie bei unter 50 Prozent. Die Technologie der ETH generiert eine «Unique Selling Proposition», einen Wettbewerbsvorteil, den ein Coiffeursalon nicht hat. □



Dr. Matthias Hölling leitet seit 2010 das Spin-off-Programm der ETH Zürich. Er hat an der Universität Karlsruhe Elektrotechnik studiert. Nach dem Doktorat an der ETH Zürich arbeitete er als Projektleiter im IT-Bereich. Seit März 2005 ist er im Team von ETH transfer, der Technologietransferstelle der ETH, wo er zunächst hauptsächlich für Patente und Lizenzen zuständig war.



Blütenpracht ohne Klimabelastung

Die Meyer Pflanzenkulturen AG ist die führende Orchideengärtnerei der Schweiz. Seit kurzem erfolgt die Produktion der «Königin der Pflanzen» nahezu klimaneutral – mit Unterstützung durch die Umweltaktion für KMU der Zürcher Kantonalbank.

Von Stephan Aregger

Bis die Pflanzen mit ihren aussergewöhnlichen Blüten in ihrer ganzen Pracht leuchten, braucht es Zeit und nicht zuletzt das richtige Klima. Rund zwei Jahre verbringen die Orchideen in den Gewächshäusern der Meyer Pflanzenkulturen AG und benötigen dabei konstant warme Temperaturen. Auf einer Fläche von 16'000 Quadratmetern produziert der Orchideenspezialist in Wangen bei Dübendorf mehr als eine halbe Millionen Orchideen pro Jahr. Die Jungpflanzen wachsen zunächst während rund eines halben Jahrs bei feuchtwarmen 26 Grad heran. Anschliessend gelangen sie für ein Jahr in den mit 28 Grad wärmsten Raum, bevor sie ins kühlere Gewächshaus wechseln, wo nur noch Temperaturen von knapp 20 Grad herrschen. «Erst dieser Temperaturwechsel bringt die Pflanzen zum Blühen», erklärt Hanspeter Meyer, seit 2002 in dritter Generation Eigentümer und Geschäftsführer der Gärtnerei.

Moderne Holzschneitzelheizung statt Öl

«Wir sind bestrebt, so ökologisch wie möglich zu produzieren», sagt Hanspeter Meyer. So hat er in den

letzten Jahren mehr als 25 Massnahmen umgesetzt, um den Verbrauch fossiler Brennstoffe für das Heizen der Gewächshäuser systematisch zu reduzieren. Seine jüngste und grösste Investition konnte im November dieses Jahres in Betrieb genommen werden: eine neue Holzschneitzelheizung nach modernsten ökologischen Standards mit einem Investitionsvolumen von rund 1,5 Millionen Franken. Neben dem Bund und der Klimastiftung Schweiz unterstützte die Zürcher Kantonalbank das energieeffiziente Grossprojekt mit einem Förderbeitrag in der Höhe von 10'000 Franken aus der Umweltaktion für KMU (siehe Kasten). Zudem beteiligte sie sich als langjährige Hausbank mit einer Hypothek an der Finanzierung der Anlage.

Verbrannt werden in der Heizung Holzschneitzel aus der Region. Zusammen mit der 2007 installierten Grundwasserwärmepumpe kann die Gärtnerei nun über 95 Prozent ihres Bedarfs mit erneuerbaren Energien abdecken. Die Ölheizung kommt nur noch im Ausnahmefall zum Einsatz – bei sehr tiefen Temperaturen von unter –10 Grad oder bei einem technischen



Defekt. «Die Grundwasserwärmepumpe hat bereits zu einer Einsparung von 240'000 Litern Heizöl geführt», hält Hanspeter Meyer mit berechtigtem Stolz fest. «Mit der Holzschnitzelheizung sparen wir nochmals 500'000 Liter Öl ein. Das entspricht zusammen einer Reduktion des CO₂-Ausstosses von weit über 2'000 Tonnen jährlich.» Die Investition lohnt sich nicht nur für die Umwelt. «Wir haben damit in den nächsten Jahren auch stabile Energiekosten», beschreibt er den wirtschaftlichen Nutzen für sein Unternehmen.

Nachhaltigkeit als Leitmotiv

Die Idee der Nachhaltigkeit zieht sich wie ein roter Faden durch den Betrieb. So erfolgt die Wasserversorgung selbständig mit eigenem Regenwasser. Der Verbrauch von Dünger und chemischen Pflanzenschutzmitteln ist auf das Minimum beschränkt; wo möglich setzt die Meyer Pflanzenkulturen AG biologische Massnahmen um. Vor gut zehn Jahren schloss sich die Gärtnerei mit fünf europäischen Partnern zum New European Orchids Network (NEON) zusammen. Die NEON-Gruppe arbeitet insbesondere in



Die Meyer Pflanzenkulturen AG in Wangen bei Dübendorf produziert jährlich mehr als 500'000 Orchideen in über 200 verschiedenen Sorten. Der innovative Schweizer Betrieb arbeitet in der NEON-Gruppe mit fünf spezialisierten Gärtnereien in Dänemark und Deutschland zusammen. Er beliefert unter anderem zahlreiche Fachgeschäfte in der ganzen Schweiz und beschäftigt rund 40 Angestellte.

Meyer Pflanzenkulturen AG | Roswies 14 |
8602 Wangen bei Dübendorf | Telefon 044 833 24 01 |
info@swissorchid.ch | www.swissorchid.ch

Umweltaktion für KMU der Zürcher Kantonalbank

Mit der Umweltaktion für KMU vergünstigt die Zürcher Kantonalbank Investitionen von KMU in Umweltfördermassnahmen. Dafür setzt sie rund 1,6 Millionen Franken aus der Rückerstattung der Lenkungsabgabe auf fossile Brennstoffe ein und lässt diese so wieder vollständig der Umwelt zugutekommen. Die Umweltaktion für KMU umfasst drei Angebote zugunsten von KMU und der Umwelt:

Umweltaktion Förderbeitrag: Sie investieren in eine betriebliche Massnahme zur Reduktion des Energieverbrauchs und/oder in die Nutzung von umweltfreundlichen Energien – die Zürcher Kantonalbank unterstützt Sie mit bis zu 10'000 Franken.

Umweltaktion ZKB Leasing: Sie investieren in ein emissionsarmes Nutzfahrzeug zum Personen- oder Lastentransport – die Zürcher Kantonalbank vergünstigt Ihnen das ZKB Leasing mit bis zu 1 Prozent.

Umweltaktion ZKB Festkredit: Sie investieren in Anlagen zur Nutzung umweltfreundlicher Energien – die Zürcher Kantonalbank vergünstigt Ihnen den ZKB Festkredit mit bis zu 1 Prozent.

Weitere Informationen zu Voraussetzungen und Konditionen der Aktion erhalten Sie bei Ihrem Kundenbetreuer oder unter: www.zkb.ch/umweltaktion

der Produktentwicklung und im Marketing eng zusammen und pflegt einen intensiven Erfahrungsaustausch. «Mit neuen, innovativen Sorten haben wir den europäischen Markt in den letzten Jahren stark bewegt», so Hanspeter Meyer. Er ist denn auch von den Zukunftschancen seiner Firma überzeugt. «Wir streben nicht Wachstum um jeden Preis an, sondern wollen das Unternehmen durch kontinuierliche Verbesserungen noch nachhaltiger und werthaltiger machen», bringt er seine Vision auf den Punkt. □



Neue Erfahrungen sammeln:
Wir sind mit dabei.

Besuchen Sie uns auf www.zkb.ch

Wer Neuland betreten will, muss auch unruhige Gewässer durchqueren. Nichts gibt dabei so viel Sicherheit wie ein erfahrener Partner.

Die nahe Bank



Zürcher
Kantonalbank