



FOTOS: MARTIN HEIMANN

Die Jurypräsidentin des Swiss Economic Award Carolina Müller-Möhl: «Auffallend ist, dass sich viele Jungunternehmer früh international ausrichten und fähig sind, ihre Betriebsstrukturen laufend anzupassen.»

«Anerkennung für das bereits Erreichte»

CAROLINA MÜLLER-MÖHL Zwar lagen 2009 die Hürden für eine Firmengründung in der Schweiz höher als in den Vorjahren. Die Jungunternehmer-Szene hat die Wirtschaftskrise dennoch gut überstanden. Dies das Fazit von Carolina Müller-Möhl, Präsidentin der Jury des Swiss Economic Award.

INTERVIEW: PIRMIN SCHILLIGER

Eine vitale Jungunternehmer-Szene ist wichtig, damit sich die Wirtschaft laufend erneuern kann. Wie beurteilen Sie die Situation in der Schweiz: Haben wir genug unternehmerische Nachwuchskräfte mit erfolgsträchtigen Ideen?

Carolina Müller-Möhl: Natürlich kann es grundsätzlich nie genügend viele unternehmerische Nachwuchskräfte mit gut umsetzbaren Ideen geben. Rein statistisch steht die Schweiz aber gut da, denn allein im letzten Jahr wurden hier insgesamt 35365 Jungunternehmen gegründet, der dritthöchste Wert überhaupt und nur 4% weniger als im absoluten Boomjahr 2008. Wir liegen damit in Europa zusammen mit Norwegen und den Niederlanden an der Spitze. In China allerdings liegt die Gründerquote noch um den Faktor sechs höher – ein deutliches Zeichen der dortigen wirtschaftlichen Dynamik.

In welchen Bereichen ist die Jungunternehmer-Szene besonders stark?

Müller-Möhl: Der Trend zu mehr Dienstleistungsunternehmen auf Kosten des primären und sekundären Sektors widerspiegelt sich auch beim Swiss Economic Award. Von den 130 gültigen Bewerbungen in diesem Jahr – übrigens eine ausgezeichnete Beteiligung – entfielen 50% auf den Dienstleistungssektor, 30% auf Gewerbe/Produktion und 20% auf

«Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist offenbar für viele Frauen ein wichtiger Aspekt bei der Firmengründung.»

Hightech/Biotech. In sämtlichen Bereichen war die Qualität hervorragend. Auffallend ist weiter, dass sich viele Jungunternehmer früh international ausrichten und fähig sind, ihre Betriebsstrukturen laufend anzupassen, was ihnen ein rasches Wachstum erlaubt.

Wo ist die Szene eher schwach?

Müller-Möhl: Vor allem technologisch ausgerichtete Unternehmen zeigen manchmal eine übertriebene Produkt- und Innovationsverliebtheit, vernachlässigen aber die Bedürfnisse des Marktes. Aber es gibt auch schöne Gegenbeispiele wie die Firma Swiss Diamonds, die nun im Final steht. Dieses Jungunternehmen hat ein schon länger bestehendes Schweizer Produkt verbessert und äusserst erfolgreich wieder auf dem Markt lanciert.

Welche Rolle spielen eigentlich Jungunternehmerinnen in der Szene?

Müller-Möhl: Der Anteil der Frauen, die den Schritt in die Selbstständigkeit wagen, liegt bei 20%; das sind rund 5% mehr als vor zehn Jahren. 70% der Gründerinnen sind verheiratet, 36% haben Kinder – deutlich mehr als angestellte Frauen. Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist offenbar für viele Frauen ein wichtiger Aspekt bei der Firmengründung, umso mehr als interessante Teilzeitstellen rar sind. Im eigenen Unternehmen lässt sich die Zeit flexibler und familienfreundlicher einteilen. Festzuhalten ist, dass die Frauenunternehmen meist kleiner, mit weniger Fremdkapital finanziert und daher auch weniger konkursgefährdet sind.

Welche Spuren hat die Finanzkrise in der Jungunternehmer-Szene hinterlassen?

Müller-Möhl: Die Finanzierung ist klar anspruchsvoller geworden, was dazu führen kann, dass ein tolles Produkt nur sehr zögerlich vermarktet und so der Zeitvorsprung auf die Konkurrenten vielleicht verspielt wird. Bei den Investoren herrscht eine grössere Zurückhaltung und Vorsicht als vor der Krise. Am schwierigsten ist nach wie vor die Finanzierung ganz am Anfang, also in der Seed- und Early-Stage-Phase. Gewisse Unternehmen – vor allem im Hightech-/Biotech-Bereich – suchen den Ausweg, indem sie neben der Produktentwicklung sofort auch ein Dienstleistungs-Standbein aufbauen. Dies hat den Vorteil, dass die Cash-Burn-Rate viel kleiner wird und schnell Umsatz erzielt werden kann, was sich günstig auf die gesamte Finanzierung auswirkt.

Bekannte Risikokapitalgeber, wie sie zu Dotcom-Zeiten in grosser Zahl herum-schwirrten, sind heute grösstenteils von der Bildfläche verschwunden. Wer springt hier in die Bresche?

Müller-Möhl: Tatsächlich sind Private Venture Capitalists als Finanzierungsquelle für Jungunternehmen seltener geworden. In der ersten frühen Phase fliessen oft Gelder aus der Familie, von Freunden und Bekannten. Allenfalls helfen auch Business Angels, die Kapital, Kontakte und Coaching bieten. Erstaunlich häufig sind die Jungunternehmen auch klassisch über Banken finanziert. Trotzdem gibt es aber immer wieder auch Engpässe: Nebst der bereits erwähnten Schwierigkeit in manchen Fällen, den Start zu finanzieren, stehen bei den weiteren Finanzierungsrunden produzierende Unternehmen oft vor einer grossen Herausforderung. Sie sehen sich in der Regel mit hohen Vorinvesti-

tionen konfrontiert, und bis zu den ersten Umsätzen müssen sie allenfalls eine längere Durststrecke überstehen. Reine Dienstleister, die oft ohne viel Fremdkapital auskommen, haben es da meist etwas einfacher.

Braucht es spezielle neue Finanzierungsformen, um Jungunternehmern mit Kapitalbedarf auf die Beine zu helfen?

Müller-Möhl: Die Jungunternehmen sind auf jeden Fall innovativer als die Angebote im Finanzierungsbereich. Gerade in der Seed- und der Early-Stage-Phase ist es nicht einfach, an das nötige Kapital zu kommen und gleichzeitig die Mehrheit am Unternehmen zu sichern. Ich habe aber kein Patentrezept, wie dieses Problem gelöst werden könnte. Sicher würde es sich lohnen, neue Ideen zu prüfen und weiter zu verfolgen.

Nun sind mit der Verschuldungskrise im EU-Raum neue dunkle Wolken am Horizont aufgezo-gen. Wie wird sich das auf die Gründerszene Schweiz auswirken?

Müller-Möhl: Die Jungunternehmen sind ein Abbild der gesamten Wirtschaft. Und Rahmenbedingungen wie volatile Finanzmärkte, ein starker Schweizer Franken, inflationäre sowie deflationäre Tendenzen oder Investitionsstopps machen es natürlich auch für sie schwieriger. Aber zuverlässige Prognosen sind im Moment fast unmöglich. Ich hoffe das Beste für alle.

ZUR PERSON

Steckbrief

Name: Carolina Müller-Möhl
Funktion: VR-Präsidentin der Investmentfirma Müller-Möhl Group, VR-Mandate (Nestlé, Orascom, NZZ), Präsidentin der Jury des Swiss Economic Award

Alter: 41
Wohnort: Zürich
Ausbildung: Politologin (Studien an der Freien Universität Berlin, der Universität Heidelberg und der London School of Economics)

Karriere

Seit 2000 VR-Präsidentin der Müller-Möhl Group. Verschiedene Mandate als Verwaltungsrätin sowie Aufgaben in Stiftungen mit gesellschafts- und bildungspolitischen Schwerpunkt, so unter anderem als Co-Präsidentin des Forums Bildung.

Was ist bei der Verleihung des Swiss Economic Award, des begehrtesten Jungunternehmerpreises der Schweiz, die grösste Herausforderung für die Jury?

Müller-Möhl: Das Engagement als Jury-Präsidentin macht Spass, und ich bin leidenschaftlich dabei und immer gespannt darauf, die Finalisten kennenzulernen. Herausfordernd ist es aber, die laufende Weiterentwicklung des Verfahrens zu bewältigen. Inzwischen wenden pro Jahr alle Beteiligten zusammen über 1400 Stunden auf. Die Qualität der Finalisten ist mittlerweile auf einem hohen Niveau, und wir setzen uns mit jedem Dossier intensiv auseinander. Besonders schwierig wird es bei einem Kopf-an-Kopf-Rennen. Hier hätte man als Jurypräsidentin manchmal auch Lust, mehr als eine hervorragende unternehmerische Leistung auszuzeichnen.

Was gibt bei knappen Entscheiden den Ausschlag?

Müller-Möhl: Ein wichtiges Kriterium ist jeweils die Unternehmerpersönlichkeit. Bemerkenswert ist, dass die Jurymitglieder gerade in diesem Punkt unabhängig voneinander meistens zu einem übereinstimmenden Ergebnis kommen. Eine inspirierende energiegeladene Persönlichkeit kann letztlich bei einem sonst gleichwertigen Gesamtpaket den Ausschlag geben. Andererseits erlebten wir auch schon Fälle, wo eine zu engagierte Person sich «zu gut» verkaufen wollte. Dieses «Overselling» wurde von der Jury nicht goutiert.

Ist der Swiss Economic Award bereits eine Erfolgsgarantie?

Müller-Möhl: Wir sind überhaupt keine Erfolgsgarantie, und wir sind auch kein Investmentkomitee. Der Award ist eine schöne Wegmarke, eine Anerkennung für das bereits Erreichte. Aber den Gewinnern steht noch sehr viel Arbeit bevor, um die ehrgeizigen Ziele zu erreichen. Zusammen mit den Preisstiftern UBS, PricewaterhouseCoopers und Swisscom helfen wir mit, den Bekanntheitsgrad der Gewinner wesentlich zu erhöhen. Frühere Gewinner bestätigen uns, dass der Preis verschiedene Vorteile mit sich bringt: Bei der Finanzierung, der Suche nach den besten Mitarbeitern und der Akzeptanz bei den Kunden.

Apropos frühere Gewinner: Gibt es darunter auch solche, die später scheiterten?

Müller-Möhl: Zum Glück musste ich als Jurypräsidentin – und das bin ich seit 2006 – keine Enttäuschung erleben. Andererseits ist der Swiss Economic Award kein

Schutz vor dem Misserfolg, denn Jungunternehmertum heisst immer auch Risiko. Auf der Strecke blieb so zum Beispiel die im Jahr 2000 prämierte Firma Optospeed, die in der Dotcom-Blase wegen eines Klumpenrisikos auf der Kundenseite scheiterte.

Scheitern Start-ups immer wieder aus den gleichen Gründen? Was beobachten Sie?
Müller-Möhl: Ich zitiere einen bekannten Sanierer, der einmal sagte, der Hauptgrund des Scheiterns sei das Nichtent-

«Frühere Swiss-Economic-Award-Gewinner bestätigen, dass der Preis verschiedene Vorteile mit sich bringt.»

scheiden. Das stimmt sicher für Grossunternehmen. Bei Start-ups sind aber die Gründe vielfältiger: Am häufigsten wird die Zeit unterschätzt, die es braucht, bis ein Produkt oder eine Dienstleistung erfolgreich auf dem Markt eingeführt ist und endlich Geld in die Kasse fliesst. Durchhaltevermögen, Anpassungsfähigkeit, eine gründliche Marktklärung und eine realistische Gesamtschätzung bilden eine gute Basis für einen erfolgreichen Unternehmerweg.

Wie beurteilen Sie die Rolle der Hochschulen/Universitäten? Schaffen Sie ein inspirierendes Gründerklima? Oder versanden viele gute Ideen im Elfenbeinturm des wissenschaftlichen Betriebs?

Müller-Möhl: Gerne würde ich den Hochschulen und Universitäten ein Kränzchen. Aus dem Umfeld der ETH Zürich und der EPF Lausanne bewerben sich immer wieder eine erfreulich hohe Anzahl von Spin-offs für den Swiss Economic Award. In diesem Jahr haben wir ein schönes Beispiel mit der Dectris aus Baden, einem Spin-off des Paul-Scherrer-Instituts (PSI). Gespannt bin ich auf die Entwicklung des neuen Innovationszentrums Square an der EPFL. Persönlich erhoffe ich mir aber in Zukunft noch mehr Studienabgänger, die unternehmerische Herausforderungen und Risikobereitschaft den gut bezahlten Stellen in der Finanzindustrie vorziehen. Zudem sollte bereits auf schulischer Ebene das Bewusstsein geweckt werden, wie spannend es ist, ein Unternehmen zu gründen und zu entwickeln. Ein wichtiger Schritt dazu wäre die Einführung des Wirtschaftsunterrichts bereits auf der Volkshochschulstufe, wie wir das über den Verein Learn Money propagieren.