



30.10.2021, 04:00

Wieso so viele [L] [SEP] Start-ups ins Ausland abwandern

Gründertum Anita Jörg engagiert sich seit Jahren als Organisatorin, als Coach und als Jurymitglied in der Start-up-Szene. [L]
[SEP] Im Gespräch erzählt sie, wie sich eine Geschäftsidee verwirklichen lässt, warum die Region ein Hotspot dafür ist und wo es dennoch mit der Förderung hapert.



Bild 01_Joerg_Anita_30.10.jpg (8748974)

Interview: Manuela Habegger

WERBUNG

Anita Jörg, aktuell läuft das Bieler Start-up-Weekend. Seit Freitagabend werden im Switzerland Innovation Park Biel/Bienne in Teams nach Geschäftsideen gesucht und Konzepte und Prototypen entwickelt. Die Ergebnisse werden morgen der Jury vorgetragen. Ein Anlass für Hochschulabgänger und -abgängerinnen?

Anita Jörg:

Welche Voraussetzungen muss man denn mitbringen, um daran teilzunehmen?

Durchhaltevermögen und den Willen, mit Leuten etwas zu entwickeln, die man nicht kennt. Man muss nicht mit einer Idee ankommen, man kann sich auch einem Team anschliessen oder sucht gemeinsam ein Problem, das es auf dem Markt gibt, und entwickelt dafür eine Lösung. Das Start-up-Weekend ist eine frühe Phase im Start-up-Prozess. Dort geht es darum, wie man das Ganze angehen muss. Es geht um den Prozess.

Was ist dabei besonders wichtig beziehungsweise woran scheitern Start-up-Ideen oft?

Man stellt sich nicht die richtige Frage, beziehungsweise geht die Sache falsch an. In der Schweiz wird oft sehr technologie-getrieben entwickelt. Man will ein super Produkt haben und setzt viel Energie dafür ein. Dabei wird ganz vergessen, zu schauen, ob dafür überhaupt ein Markt da ist. Früher hat man beispielsweise Musik einfach auf einer Platte, einer Kassette oder einer CD aufgenommen. Doch die Frage ist viel mehr: Wie wollen die Leute Musik konsumieren, beim Joggen oder beim Haushalten? Man muss schauen, was der Markt braucht und dafür eine Lösung entwickeln. Das ist auch beim Start-up-Weekend zentral und wird stark gewichtet.

Wie können das die Teilnehmer in so kurzer Zeit herausfinden?

Die Teams müssen Feedbacks von potenziellen Kunden und Kundinnen einholen. Wenn zum Beispiel jemand eine App für Tierärzte machen will, muss er auch von Tierärzten Rückmeldungen haben, ob ein Bedürfnis für das Produkt da ist. Gibt es einen Markt und muss ich die Lösung vielleicht anpassen und wenn ja, wie? Dafür müssen die Teilnehmer und Teilnehmerinnen Antworten haben.

Wenn ich dann weiss, es gibt einen Markt und ich habe einen Prototypen parat. Wie gehe ich vor, um das Konzept weiterzuentwickeln?

Beim Start-up-Weekend ist es dann so, dass die Gewinnerteams in ein Drei-Monats-Programm von der Innovationsagentur Be-advanced aufgenommen werden. Das ist die erste Stufe, die Challenge-

Stufe. Sie werden mit Coachings begleitet und profitieren von einem Netzwerk an Know-how.

Und dann?

Wenn man die Challenge geschafft hat, kommt das Start-up bei Be-advanced in die Evolve-Stufe, wo man eine Strategie entwickelt, das Produkt marktfähig zu machen. Dann stellt man sich wieder einer Jury und hat die Möglichkeit, ins Highflyer-Programm aufgenommen zu werden. Wichtig ist immer, dass sich das Geschäftsmodell skalieren lässt. Auf der Highflyer-Stufe sitzen auch Investoren und weitere Förderer.

Was heisst das genau, skalieren?

Wenn man das Problem im Kleinen gelöst hat, ob das Konzept dann auch im Grossen funktionieren würde. Also umsatzsteigern ohne grössere Investitionen. Ein erfolgreiches Konzept eines Start-up-Weekends ist beispielsweise Appentura. Auf der App kann man für jemanden Erlebnisse zusammenstellen, und der oder die Beschenkte erhält dann Instruktionen. Zum Beispiel, was er oder sie anziehen oder wohin er oder sie gehen muss. Das testet man erst im Freundeskreis und schaut dann, ob das auch für ein breites Publikum funktioniert.

Wer sitzt denn da in der Jury, beziehungsweise wer sind die Investoren?

Das kommt darauf an, auf welcher Stufe man sich mit dem Start-up befindet. In der Region ist das beispielsweise die Stiftung für technologische Innovation (STI). Sie ist ideal für eine Frühfinanzierung. Die Stiftung gibt Gelder, um Prototypen zu entwickeln. Am Start-up-Weekend in Biel ist sie ebenfalls in der Jury vertreten. Auch der Start-up-Verantwortliche von Microsoft, die den Anlass als Sponsor mittragen, wird am Sonntag in der Jury mitwirken.

Und regionale Unternehmen, investieren die nicht?

Die Bieler Industrie und insbesondere die Uhrenbranche beteiligen sich meiner Meinung nach zu wenig an der regionalen Start-up-Szene. Ausländische Firmen beobachten das Geschehen laufend. Da hat es sicher noch Raum, sich mehr zu öffnen. Die regionalen Unternehmen machen meist selber exzellente Entwicklung. Es wäre aber nicht falsch, sich auch an den technologischen Entwicklungen der Start-up-Szene zu beteiligen.

Ist es für ein Start-up in der Region schwierig, sich zu entwickeln?

Der Kanton Bern hat sich in den letzten Jahren sehr gut aufgestellt. Da sind viele Gelder in den Aufbau eines Ökosystems geflossen, und die Organisationen haben auch den Auftrag, miteinander zu kommunizieren und zusammenzuarbeiten. Und das funktioniert auch wirklich. In anderen Regionen stehen die Gefässe oft in Konkurrenz miteinander.

Das heisst konkret?

Die Berner Innovationsagentur Be-advanced fungiert als Drehscheibe, sie zeigt das Ökosystem auf. Dort findet man alle Informationen und wird an die richtigen Stellen verwiesen. Oder man fragt beim Innovationspark an oder bei der STI und wird dann an die richtige Organisation weitergeleitet. Die Hotspots Zürich und Lausanne sind beispielsweise auch sehr ETH-getrieben,

dort hat es wenig Platz für Nischenbranchen. Das ist hier bei uns nicht so. Wir haben hier Organisationen, die eine breite Palette von Geschäftsideen unterstützen und mit der Berner Fachhochschule (BFH) auch viele unterschiedliche Kompetenzen.

Das heisst, das Coaching und das Netzwerk sind in der Region vorhanden, und auch die finanzielle Unterstützung findet man, abgesehen von den Bieler Unternehmern. Also alles gut?

Jein. Was die Frühfinanzierung anbelangt, da hat sich die Schweiz allgemein extrem verbessert. Die ersten Finanzierungsrunden findet man. Erst wenn es um die grossen Finanzierungsrunden geht, hat die Schweiz Nachholbedarf. Und das ist schlecht, weil genau dann, wenn eigentlich ein Business und Arbeitsplätze entstehen, die Start-ups aus der Finanzierungsnot heraus ins Ausland abwandern. Aber das Problem ist erkannt.

Was tut man dagegen?

Es gibt auf nationaler Ebene beispielsweise die Swiss Entrepreneurs Foundation (SwissEF). Eine noch junge Initiative mit dem Ziel, einen Fonds von 500 Millionen Franken zur Finanzierung der Start-ups in der Wachstumsphase zu haben. Man kann sich beispielsweise auch vorstellen, Pensionskassengelder anzuzapfen. Dort liegt sehr viel Geld brach. Finanzierungsrunden werden aber auch von Business Angels oder grossen Unternehmen finanziert. Es wäre gut, wenn wir noch mehr Leute hätten, die in Start-ups ihr Risikokapital investieren.

Dann bleiben für die regionalen Start-ups nur noch die Business Angels. Wer sind das?

Das sind oft Leute, die selber ein Start-up lanciert haben und mit viel Gewinn verkaufen konnten. Ein Business Angel bringt damit auch immer viel Wissen und Kontakte ins Jungunternehmen ein. Das sind Investoren und Investorinnen, die grundsätzlich viel Freude am Thema haben, weil sie auch selber einmal mit einem Start-up am Anfang standen, und sie unterstützen junge Start-ups beim Aufbau. Meist investieren sie in mehrere Start-ups und bauen sich so ein Portfolio auf. Dann haben sie vielleicht sieben Start-ups, die erfolgreich sind und drei nicht, das spielt dann aber nicht so eine Rolle, weil sie einen Mix haben. Das passiert im grossen Stil im Silicon Valley.

Gibt es die auch in unserer Region?

Es gibt sie. Nennen kann ich vielleicht das solothurnische Start-up Neeo. Neeo hat Smart-Home-Lösungen entwickelt und sich früh internationalisiert, hat das Projekt also auch im Silicon Valley vorangetrieben, und konnte das Unternehmen für viel Geld verkaufen. Gründer Raphael Oberholzer gehört nun zu den Business Angels, die in Start-ups investieren. Das sind natürlich tolle Vorbilder.

Damit wir mehr solche Business Angels haben, braucht es also auch mehr erfolgreiche Start-ups in der Region. Was müssen Jungunternehmer und Jungunternehmerinnen auf sich nehmen, damit sie es bis zum Schluss schaffen?

Mut, Durchhaltewillen und das Umfeld sind sehr wichtig. Wer ein Unternehmen gründen will, der muss viel Zeit aufwenden, phasenweise Tag und Nacht arbeiten, hat vielleicht keine Ferien. Das braucht ein Umfeld, das nicht zu viele Erwartungen an einen stellt und Verständnis für die Situation

zeigt. Wichtig ist auch, dass zumindest einer im Team sich voll und ganz um das Start-up kümmert. Es braucht den Fahnenträger, der voll dahinter steht. Das ist extrem wichtig.

Wie wichtig ist das Team?

Das macht ein Drittel des Erfolgs aus. Wenn bei uns im Start-up-Weekend eine Idee nicht funktioniert, aber das Team ist gut, dann sieht man die oft wieder. Teamfähigkeit, sich selber und andere richtig einschätzen, was kann ich und was kann der andere, das ist wichtig.

Können das ausländische Teams besser, wenn man sich die vielen erfolgreichen Start-ups in London, Berlin oder Stockholm anschaut?

Wir haben hier in der Schweiz vielleicht auch etwas weniger Leidensdruck. Sogar in Krisensituationen haben wir in der Schweiz viele Gefässe, um dennoch einen Lohn zu haben. Wir gründen nicht, weil wir einen finanziellen Druck haben. In anderen Ländern ist der Reiz grösser, durch ein Start-up an Wohlstand zu kommen, in einigen sogar ein Muss. Israel zum Beispiel. Und oft sind die Leute im Ausland offener und mutiger. So darf man auch mal scheitern und dann daraus lernen, um es das nächste Mal besser zu machen. In der Schweiz ist man oft sehr bedacht und auf Erfolg getrimmt, wobei Biel hier gute Voraussetzungen hat.

Wie meinen Sie das?

Biel ist nicht so wohlhabend wie andere Regionen und Biel ist eine Multikulti-Stadt. Wir haben verschiedene Sprachen, verschiedene Nationalitäten mit unterschiedlichen Mentalitäten. Die Leute hier sind offener, mutiger und auch kreativer als in anderen Regionen der Schweiz, das sieht man zum Beispiel an der Musikszene. Und wir sind eine Industriestadt mit viel Technologie und vielen Kompetenzen.

Wie sieht die Start-up-Szene in Biel aktuell aus?

Im Innovationspark sind wir aktuell bei ungefähr 40 Start-ups involviert. Mit einigen arbeiten wir intensiv in Forschungsprojekten, andere haben Zugang zu unseren Technologien und bei wieder anderen stellen wir die Flächen zur Verfügung, also die Coworking Spaces oder Lab-Infrastrukturen (Labore, die Red.). Bei den Forschungsprojekten haben wir uns in den Bereichen Industrie 4.0 spezialisiert, also wo es um die Digitalisierung in der Produktion geht, Energiethemen mit Schwerpunkt auf Energiespeicherung und Batterien, sowie Health-Tech, Lösungen für Medizinaltechnikprodukte und industriellen 3D-Druck.

Können Sie ein Beispiel nennen?

Das Start-up Stimit ist im Moment gut unterwegs. Das Team entwickelt ein neues Medizinprodukt auf der Basis einer nicht invasiven Technologie, um den wichtigsten Atemmuskel, das Zwerchfell zu stimulieren. Wir haben unter anderem dabei geholfen, den Prototypen zu entwickeln und die Anträge zu stellen. In der Medtechbranche mit hohen regulatorischen Anforderungen ist das ein grosser Aufwand.

Ein Start-up, das wegen Corona entstanden ist?

Nein, das Team hat schon vor Ausbruch der Krise mit der Entwicklung begonnen. Aber mit Corona haben sie jetzt sicher genau das richtige Thema.

Sie sind ja schon viele Jahre dabei. Wie hat sich die Themenwelt über die Jahre verändert?

Wir haben aktuell viele Nachhaltigkeits- und Energiethemen. Das nimmt stark zu. Medtech ist in der Region sehr wichtig, wobei dort eben die Anforderungen viel höher sind und es länger dauert, bis man etwas auf den Markt bringen kann. Vor zehn Jahren waren ICT-Themen im Trend, also Apps. Dort kann man sehr schnell etwas entwickeln.

Wie finden Sie eigentlich TV-Formate wie die «Höhle der Löwen», die mit prominenter Jury und teils kuriosen Geschäftsideen das Fernsehpublikum unterhalten? Da wurde beispielsweise kürzlich der «Pinky Glove», ein pinker Plastikhandschuh für Frauen, damit Sie während er Menstruation beim Einführen der Tampons sich nicht die Hände verschmieren.

Ich finde das eigentlich gut. Start-ups brauchen vor allem auch PR. Alles, was das Thema hervorbringt, ist gut. Man muss in der Schweiz mehr in Start-ups investieren. Man soll dafür sensibilisieren. Denn Gelder hat die Schweiz. In welchem Format PR betrieben wird, das ist Geschmacksache. Wichtiger ist aber, dass man drüber spricht.

Sie engagieren sich nun schon seit vielen Jahren mit Herzblut für Personen, die ein eigenes Geschäftsmodell realisieren möchten. Was fasziniert Sie eigentlich an Ihnen.

Die Begeisterung und das Herzblut, die diese Menschen mitbringen. Eine eigene Idee zu verwirklichen, das ist immer eine Herzensangelegenheit und wird mit viel Freude gemacht.

Zur Person

- geboren 1967
- hat an der **Hochschule für Wirtschaft in Zürich** studiert
- war Produkt- und Verkaufsmanagerin sowie Trendforscherin bei der **Swatch Group**
- Von 2010 bis 2016: Leiterin Marketing und Kommunikation bei der **kantonalen Innovationsförderung InnoBE AG** (heute Be-advanced AG) und Mitverantwortliche für Hightech-Start-ups
- Danach als Marketingverantwortliche und seit September auch als Betriebsleiterin beim **Switzerland Innovation Park Biel/Bienne** (SIPBB) tätig, Aufbau des Start-up-Weekends in Biel
- **verheiratet**, Mutter **zweier erwachsenen Kinder**
- wohnt in **Ipsach**
- aufgewachsen in Langenthal *mha*

JETZT MIT DER **ABOCARD** PROFITIEREN



Das Bielier Tagblatt verkauft acht handsignierte Trikots des EHC Biel - mit allen Unterschriften der Spieler!

Pictet & Engblatt
Vollständig informiert.

Gewinnen Sie eines der begehrten acht handsignierten Heimtrikots des EHC Biel!

Sie sind ein grosser Fan des EHC Biel? Wir verlosen unter allen Abonnentinnen und Abonnenten acht handsignierte Trikots von acht unterschiedlichen Spielern. Sie alle sind versehen mit den Unterschriften sämtlicher Spieler. Sichern Sie sich eines der begehrten Exemplare und nehmen Sie an unserer Verlosung teil!



VERLOSUNG
VON 8 SIGNIERTEN
HEIMTRIKOTS

Senden Sie bis spätestens am 2. November 2021, 12 Uhr, Ihren Namen, Vornamen, Adresse, Handy- und ABOCARD-Nummer mit dem Vermerk:
-Trikot EHCBI- per E-Mail an:
verlosung@tagblattgassmann.ch
Die Gewinner werden persönlich benachrichtigt.

EXKLUSIV
FÜR ABOCARD INHABER

www.gassmannmedia.ch

