

# Ausgeschlafene Ideen

**DÜBENDORF.** Knapp drei Jahre nach der Gründung hat sich das Forschungszentrum Glatec in Dübendorf beweisen können. Das erste Start-up verlässt den «Brutkasten», junge Firmen rücken nach.

STEFAN KRÄHENBÜHL

Der «Business Incubator Glatec» an der Empa in Dübendorf unterstützt Forscher beim Aufbau des eigenen Jungunternehmens. Der Leiter des Glatec Mario Jenni hilft ihnen bei Marktabklärungen, berät sie bei Verhandlungen mit potenziellen Investoren und bereitet die Start-ups so auf ihre Unabhängigkeit vor. Das war bei der Gründung vor rund drei Jahren so – und daran hat sich bis heute nichts geändert. Mit einem Unterschied: Heute weiss man, dass das «Konzept Glatec» funktioniert.

Im August wird die Firma Optotune – das erste Glatec-Unternehmen notabene – dem Empa-Areal den Rücken kehren und nach Dietikon ziehen. Optotune hat sich in den vergangenen drei Jahren von einem frischen Projekt zu einem aussichtsreichen Unternehmen entwickelt. Der Hersteller von optischen Linsen arbeitet seit geraumer Zeit mit einem internationalen Mobiltelefonunternehmen zusammen, hat Vertriebspartner in der ganzen Welt und beschäftigt bereits zwanzig Mitarbeiter. Der Platzbedarf von Optotune ist von zwei Büros auf 350 Quadratmeter angewachsen.

## Kompetente Firma gesucht

Im Glatec stehen vier weitere Start-ups bereit, um an den Erfolg von Optotune anzuknüpfen: Compliant Concept, Decentlab, Qualysense und Micos Engineering. «Interessenten haben wir sehr viel mehr», sagt Jenni. «Seit der Gründung des Glatec wollen diverse Forscher ein Spin-off-Unternehmen gründen. Vor allem an der Empa ist die Motivation zur Selbständigkeit gestiegen.» Bevor aus einem Projekt eine Firma werden kann, muss es vor dem Glatec-Beratungsausschuss bestehen. Erst dann entscheidet die Empa-Direktion über die Aufnahme in ihren «Brutkasten», wie das Glatec intern oft genannt wird.

In einer spannenden Phase steckt zurzeit die Firma Compliant Concept. Das Spin-off der Empa stellt spezielle Therapiebetten her, die das Wundliegen verhindern sollen. Mittels eines

beweglichen Lattenrosts wird die pflegebedürftige Person im Schlaf langsam und sanft umgebettet – ohne dabei aufzuwachen. Bereits hat das Unternehmen erfolgreiche Versuche im Paraplegikerzentrum Nottwil unternommen, die erste Finanzierungsrunde ist abgeschlossen. Doch bei der Wahl der Partnerfirma ist man wählerisch. «Wir schauen uns potenzielle Firmen genau an», sagt Andrin Maggi, Leiter Elektronik. «Das Unternehmen muss kompetent sein, schliesslich werden wir eng mit ihm zusammenarbeiten.»

Wie schon Optotune wird die Compliant Concept bei den Gesprächen von Mario Jenni betreut. Seit Anfang

2010 ist das Unternehmen Teil des Glatec. Die Kontakte zu Jenni liefen aber schon ein Jahr vorher. «Wir haben bereits vor der Gründung als Empa-Mitarbeiter an den Therapiebetten geforscht», sagt Maggi, «und haben die Idee eines Start-ups in einem längeren Prozess mit Mario Jenni reifen lassen.» Inzwischen ist die Jungfirma auf fünf Mitarbeiter angewachsen.

## Forschung für den Weltraum

Mit Innovation besticht auch die Micos Engineering GmbH. Das ABB-Spin-off entwickelt optische Instrumente für die Raumfahrt. Ihr Produkt: hochkomplexe Komponenten für Satelliten, die beispielsweise den Schadstoffgehalt in der Atmosphäre messen. Mit dem Einzug im März ist die Firma das jüngste Glatec-Küken.

Auch wenn die Micos ihre Wurzeln nicht bei der Empa hat, kommt ihr die Nähe zu den Materialwissenschaften zugute. Einerseits, weil die Firma mit belastbarem Material arbeiten muss und vom Know-how der Empa profitieren kann. Und andererseits, weil just innerhalb der Empa eine Forschungsgruppe die Satellitendaten auswertet, um beispielsweise mit Modellierungen Tendenzen in der Schadstoffbelastung der Atmosphäre festzustellen.

Damit Projekte wie diejenigen von Compliant Concept und Micos Engineering nicht brachliegen, hält Glatec-Leiter Mario Jenni auch in Zukunft die Fühler nach innovativen Ideen ausgestreckt. «Potenzial ist reichlich vorhanden», sagt er. «Nur stapeln wir Schweizer oft etwas tief. Wir sind innovativ – aber leider nicht halb so selbstbewusst.»



Mit Therapiebetten erfolgreich unterwegs: Stéphane Kaus (links) und Andrin Maggi von Compliant Concept. Bild: Imre Mesterhazy

## Uster Technologies auf Erfolgskurs

**USTER.** Optimismus bei Uster Technologies. Der Hersteller von Produkten für die Textilindustrie will früher als erwartet zur Umsatzstärke von vor der Finanzkrise zurückkehren. Wie das Unternehmen in einer Mitteilung schreibt, sollte die weltweit anhaltende starke Nachfrage der Textilmärkte dies erlauben. «Aufgrund der heutigen Marktaussichten sind wir zuversichtlich, im laufenden Geschäftsjahr Umsatz- und Gewinnergebnisse in der Grössenordnung des Rekordjahrs 2007 zu erwirtschaften», sagt CEO Geoffrey Scott.

Hauptgrund für die hohen Erwartungen ist vor allem die hohe Nachfrage in den asiatischen Märkten. Zudem setzt Uster Technologies Hoffnungen in eine neue Generation von Garnreinigern: das Uster Quantum 3. Nach der Lancierung im dritten Quartal 2010 habe das Produkt Rekordverkäufe verzeichnet, schreibt das Unternehmen weiter.

Die Aussichten auf das laufende Geschäftsjahr wurden von den Investoren positiv aufgenommen. Am frühen Montagmorgen legte die Aktie um rund 3 Prozent auf 39,65 Franken zu. Bis Handelsschluss am Montagabend pendelte sich der Kurs jedoch wieder auf dem alten Niveau ein. (stk)

## Die Region in der Flasche

**EFFRETIKON.** Die Effretiker Firma Eurodrink lanciert mit Bachtelwasser ein Tafelwasser für das Oberland. Das Produkt ist die regionale Variante des Zürcher Erfolgsprodukts Aquì.

STEFAN KRÄHENBÜHL

Knapp zwei Jahre ist es her, seit Hans-Jürg Gehri von der Effretiker Firma Eurodrink AG mit der Lancierung des Aquì-Wassers ein Stück Zürcher Getränktradition wiederbelebt hat (wir berichteten). Inzwischen hat sich das Tafelwasser auf dem Markt etabliert. «Die Verkaufszahlen sind innerhalb der Erwartungen», sagt Gehri. Und er fügt lächelnd hinzu: «Und das heisst, sie sind sehr gut.»

Zumindest was den Absatz in Zürich angeht. Denn trotz Bemühungen hat sich Aquì im Oberland nie zu einem erfolgreichen Produkt entwickelt. «Ich habe es versucht», sagt Gehri. «Aber die Oberländer können sich einfach nicht mit Aquì identifizieren.» Die logische Konsequenz: Wenige Wochen nach Lancierung des Wassers gab Gehri den Oberländer Markt auf.

Es war zu der Zeit, als Gehri, ganz der gewiefte Geschäftsmann, der er ist, auf die Idee kam, den Oberländern ein eigenes Wasser zu kredenzen. Bachtelwasser sollte es heissen und «ein emotional verbindendes Produkt» sein», wie Gehri es formuliert. Dass es sich dabei um dasselbe Wasser handelt, das auch in den Aquì-Flaschen schlummert, stört ihn nicht. «Es geht weniger um das Wasser selbst als um die Botschaft, die es transportiert», sagt er.

## Werbung für das Oberland

Die Botschaft wird spätestens beim Betrachten der Flaschen klar. Auf der Vorderseite prangt ein Foto des Bachtels. Auf der Rückseite hat Gehri einen Werbetext für das Oberland anbringen lassen, in dem das «touristische, kulturelle, sportliche und kulinarische Freizeitparadies Züri Oberland» angepreist wird. Ein geschickter Marketingtrick? «Ich möchte mit dem Bachtelwasser Werbung für unsere Region machen», sagt Gehri. «Um Bewohnern und Gästen vor Augen zu führen, wie schön es hier ist.»

Sein Aquì- und Bachtelwasser bezieht Gehri aus einer Quelle in Zell im Tössstal. Zwar liegt die Gemeinde knapp hinter den Grenzen des Zü-

cher Oberlandes, «das Wasser stammt aber aus der Region Bachtel», so Gehri. In rund 12 Meter Tiefe wird das Bachtelwasser gefasst und in Tankwagen gespeist. Von Zell aus wird das Wasser nach Knutwil zum Abfüllen transportiert. Weil es nicht vor Ort abgefüllt wird, muss Gehri sein Produkt als «Tafelwasser» verkaufen. «Was mir fehlt, ist ein Investor», sagt Gehri. «Ich würde im Tössstal sofort eine Mineralquelle bauen.»

## Kein Produkt für Grossisten

Wasser, zu dem er ohnehin einen Zugang hat, auf regionalem Markt als regionales Produkt zu verkaufen, könnte sich für Hans-Jürg Gehri auszahlen. Sofern das Getränk sich etabliert. Um das sicherzustellen, hat Gehri alle Kontakte mobilisiert. 45 Getränkehändler aus der Region hat er angeschrieben.

Produktionsziele gibt es keine. «Ich will ein Produkt, das läuft», sagt Gehri. «Und ich werde so produzieren, wie der Markt es zulässt.» Angst vor einem übersättigten Markt hat er nicht. Denn: Mit dem Bachtelwasser will er eine Nische bedienen. «Kein Billigwasser», wie er betont. Entsprechend werden die Flaschen kaum je bei Grossverteilern und Discountern erhältlich sein.

## GELDTIPP



Jean-Jacques Gueissaz  
Generalagent der  
Mobililiar in Uster

## Todesfall: Wenn alles anders kommt

Stellen Sie sich vor: Sie haben eine Hypothek und möchten, dass Ihre Familie nach Ihrem Tod das Haus behalten kann. Oder Sie und Ihr Geschäftspartner wollen sich gegenseitig finanziell absichern, damit das Unternehmen auch nach einem Todesfall weitergeführt werden kann. Der Tod: Ein Thema, über das niemand gerne spricht. Trotzdem ist es je nach Lebenslage sinnvoll, sich mit einer Risikoversicherung auseinanderzusetzen. Diese Versicherung sichert Ihre Lieben finanziell ab oder hilft, die Schulden zu tilgen, falls Ihnen etwas zustösst.

## Lösungen für jede Situation

**Situation 1:** Ihre finanziellen Verpflichtungen wie beispielsweise Hypotheken oder für Kinder, die ihre Ausbildung abschliessen, nehmen laufend ab. Hier eignet sich eine Todesfallversicherung, deren anfänglich versicherte Summe von Jahr zu Jahr um einen gleichbleibenden Betrag abnimmt.

**Situation 2:** Sie haben regelmässig wiederkehrende Ausgaben wie beispielsweise Ausbildungskosten oder Miete: In dieser Situation wählen Sie am besten eine Todesfallversicherung in Rentenform. Die versicherte Rente bleibt während der ganzen Vertragsdauer konstant.

**Situation 3:** Sie möchten einen sich verändernden Kredit absichern: Dafür gibt es einjährige Todesfallversicherungen. Das anfänglich versicherte Kapital kann von Jahr zu Jahr Ihrem Bedarf angepasst werden.

**Situation 4:** Sie möchten eine gleichbleibende Kreditsumme absichern, zum Beispiel, um den Fortbestand Ihres Unternehmens sicherzustellen: Dafür gibt es Todesfallversicherungen mit konstantem Kapital. Die anfänglich festgelegte Summe bleibt während der gesamten Vertragsdauer gleich.

## Säule 3a mit Steuervorteilen

Die gebundene Vorsorge mit der Säule 3a bietet Steuervorteile, während die freie Vorsorge der Säule 3b weniger gesetzliche Vorschriften kennt. Wenn Sie eine Todesfallversicherung mit der Säule 3a wählen, können Sie die Prämien direkt dem steuerbaren Einkommen abziehen. Die Abzugsmöglichkeiten bei der Säule 3b sind kantonal verschieden. Lassen Sie sich deshalb beraten, bevor Sie sich entscheiden.

## Nibe hält 85 Prozent an Schulthess

**BUBIKON.** Zwei Monate nach Bekanntgabe der geplanten Übernahme der Wolfhauser Schulthess Group AG hat die schwedische Industriegruppe Nibe gestern Dienstag das provisorische Zwischenergebnis zum freiwilligen öffentlichen Kauf- und Tauschangebot für die Namenaktien veröffentlicht. Nibe wurden bis zum Ablauf der Angebotsfrist am Montag 5750892 Aktien angedient, wie es in einer Mitteilung heisst. Das entspricht 54,13 Prozent aller Namenaktien der Schulthess. Zudem hat Nibe am 10. April mit fünf Aktionären der Schulthess Aktienkaufverträge über den Erwerb von 31,13 Prozent aller kotierten Aktien abgeschlossen. Damit erreicht das schwedische Unternehmen eine Beteiligungsquote von insgesamt 85,26 Prozent an der Schulthess Group AG. (zo)