

## Erfolg dank Innovation

Zwei Unternehmen – die Walliser Mimotec und die Tessiner Riri – zeigen, wie sie dank Innovationen den Markt eroberten.

«Den Unternehmergeist hat man in sich», meint Hubert Lorenz, Chef der Mimotec SA in Sitten. «Er erwacht, wenn sich eine Chance bietet.» Die Gelegenheit kam, als Hubert Lorenz vor neun Jahren an der ETH Lausanne an seiner Dissertation arbeitete. Einerseits wusste er, dass seine Anstellung an der Hochschule auslief. Und andererseits erfuhr er, dass seine Arbeit in der Wirtschaft auf grosses Interesse stiess. Denn der Wissenschaftler entwickelte zusammen mit dem Ingenieur Nicolas Fahrni ein Verfahren, mit dem sich Formen für winzige Teilchen herstellen liessen. Es diente auch der Produktion der Mikrokomponenten von mechanischen Uhrwerken, wie auch der Walliser Hightech-Unternehmer Victor Bruzzo erkannte. Bruzzo ist mit seiner Sittener Indtec SA ein Konkurrent der Swatch Group im Bereich der Herstellung elektronischer Bauteile.

### Hilfe vom Business Angel

Bruzzo war denn auch der erste Förderer von Lorenz und Fahrni, indem er für die Arbeit eines Entwicklungsingenieurs aufkam. Ausserdem regte er die beiden jungen Wissenschaftler dazu an, ihre eigene Firma zu gründen. Er beteiligte sich, neben einem Business Angel und den beiden Jungunternehmern, auch als Aktionär. Und er bot dem Start-up als erster Kunde auch Sicherheit.

Das war für die Jungfirma überlebenswichtig, wie Hubert Lorenz betont: «Ende 1998, als wir unser Unternehmen gründeten, herrschte ja noch gar kein günstiges Klima für Start-ups. Erst ein Jahr später brach das Fieber an der Börse aus, da begannen auch die Banken die Jungunternehmen zu fördern.» Ebenfalls kam der Mimotec von Lorenz und Fahrni zugute, dass die Förderagentur für Innovation des Bundes (KTI) 18 Monate lang einen Ingenieur bezahlte, um die Machbarkeit des Verfahrens zu beweisen. Und dass ihr die Indtec von Victor Bruzzo von Anfang an Aufträge gab: So entstand eine Spiralfeder, die den jahrhundertealten Bau von mechanischen Uhrwerken revolutionierte.

### Verlässlicher Kunde

«Es ist riskant, ein Unternehmen nur auf einer Technologie aufzubauen», weiss Hubert Lorenz, nachdem seit dem Millenniumswechsel Tausende von Start-ups vor allem im Internet- und im Elektronikgeschäft gescheitert sind. «Eine Jungfirma braucht Produkte und Kunden – ein Produkt und ein Kunde genügen, aber ohne geht es nicht.» Dank dem Verfahren von Mimotec, bei dem durch eine Maske geschicktes Ultraviolettlicht einen selbst entwickelten Fotolack härtet, lassen sich Metallteilchen mit einer bisher nicht erreichbaren Präzision herstellen: Neben den Spiralfedern sind dies vor allem auch andere Komponenten von mechanischen Uhren für höchste Ansprüche. Dank dem verlässlichen Kunden Victor Bruzzo schloss die Jungfirma schon den ersten Auftrag mit schwarzen Zahlen ab. «Wir hatten in der Anfangszeit eine Burn-Rate (Verbrauch von Eigenkapital) von 15000 Franken im Monat», erinnert sich Hubert Lorenz. «Angesichts der Millionen, die Internetfirmen nur mit einer Technologie, aber ohne Produkt verbrannten, ist das lächerlich.»

So entwickelte sich die Jungfirma auch finanziell günstig. Auch der Swiss Economic Award, den Mimotec 2001 als am meisten versprechendes Jungunternehmen am Swiss Economic Forum in Thun gewann, brachte der Firma einige interessierte Investoren. So konnte der Bank ein grosser Kredit zurückgezahlt werden, wie Hubert Lorenz betont: «Wir sind heute nicht mehr von Kreditgebern abhängig.» Der Firmenchef arbeitet aber seit 2001 mit UBS zusammen: Beratung, Kontokorrentführung und vor allem das Leasing für den Maschinenpark werden von UBS abgewickelt: «UBS gewährte uns sehr gute Konditionen, als wir in Sitten unsere neuen Fertigungsanlagen einrichteten.» Dass Mimotec das bestmögliche Rating für ein Unternehmen dieser Grösse erhielt, wie Hubert Lorenz stolz anmerkt, hat einen einfachen Grund: Die Jungfirma hätte ihre Maschinen auch in Cash bezahlen können.

### **Zehn Prozent Wachstum**

Für das Unternehmen, das heute 17 Personen beschäftigt und einen Umsatz von drei Millionen Franken erzielt, soll es denn auch erfreulich weitergehen. Mimotec beliefert inzwischen nicht nur Victor Bruzzo, der mit seiner Société de finance et technologie (SFT) den Weltmarkt für Uhrwerke aufmischt, sondern auch die Swatch Group, die dieses Geschäft bisher fast als Monopolistin beherrschte. Die Gigantin droht denn auch bereits damit, selber ein vergleichbares Verfahren zu entwickeln – Hubert Lorenz aber fürchtet sich nicht: «Es ist doch gut, wenn sich unser Verfahren in allen Unternehmen der Swatch Group verbreitet; so wächst der Markt auch für uns.» Neben der Uhrmacherei setzt Mimotec aber zunehmend auch auf Medizinaltechnik und Biotechnologie: Die feinsten Kanäle mit einem kleineren Durchmesser als ein Haar, durch die Flüssigkeiten in den Mikrolabors auf Chips fließen, lassen sich beispielsweise mit ihrem Verfahren anlegen. Zehn Prozent Wachstum plant das Unternehmen im laufenden Jahr – schon haben ausländische Kunden aus der Pharmabranche ihr Interesse an den Produkten aus dem Wallis angemeldet.

Der 38-jährige Firmenchef Hubert Lorenz ist denn auch guter Mutes. Er blickt erfreut auf den Aufbau eines ebenso innovativen wie soliden Unternehmens zurück: «Wenn die Leute auf dem Boden bleiben, funktioniert es normalerweise.» Und er glaubt auch daran, dass es Jungfirmen mit einem überzeugenden Produkt schaffen können, selbst unter den härteren Bedingungen, die gegenwärtig herrschen: «Ich würde es noch einmal versuchen.»

### **Innovation aus dem Tessin**

Nichts deutet auf das Wirtschaftswunder hin. Neben den alten Mauern des Hauptsitzes gackern Freilandhühner, Züge ignorieren den Bahnhof, und auch sonst geht es im beschaulichen Mendrisio eher gemütlich zu und her. Doch das Traditionsunternehmen Riri ist Weltklasse. Und während sich Firmen mit vergleichbarer Geschichte auf ihren Lorbeeren ausruhen, hat die Reissverschlussproduzentin vor allem die Zukunft im Visier. Trotz der ungemütlichen Wirtschaftslage verdoppelte sie den Umsatz in den vergangenen fünf Jahren. 2005 werden in Mendrisio und dem italienischen Tirano mehr als 70 Millionen Franken erwirtschaftet. Noch erstaunlicher: Ein neuer Reissverschluss soll in drei Jahren zusätzliche 20 Millionen Franken Umsatz bringen. Er trotzt jedem Unwetter, heisst deshalb Storm™ und schlägt ein wie der Blitz.

### **Alinghis wasserdichter Reissverschluss**

Als das Schweizer Boot Alinghi 2003 den «America's Cup» gewann, stand neben den Namen der Sponsoren Audemars Piguet und UBS auch jener von Riri unterhalb des Segels. Über der Brust der Crew-Mitglieder baumelte das Firmenlogo am Reissverschluss der Jacke. Für Riri war der Härtestest in der weltweit bedeutendsten Segelregatta die Krönung eines Engagements, das 2001 als Entwicklungszusammenarbeit begonnen hatte. Jeder Hersteller möchte den Traum vom wasserfesten Reissverschluss umsetzen. Für Riri wurde er Realität. Die neue Produktlinie ist bis zu einem Druck von 1,7 Bar und bei einem Biegeradius von bis zu 15 Millimetern wasserdicht. Die Materialien kennen keine Korrosion, widerstehen UV-Strahlen und ertragen Temperaturen von minus 30 bis plus 70 Grad Celsius. Um diese Pionierleistung zu erbringen, spannten sich die Ingenieure mit der Fachhochschule Tessin in Manno zusammen. Dank deren Werkstoffspezialisten konnten die Riri-Leute ihre Tests auf eine kleine Selektion von in Frage kommenden Materialien konzentrieren.

### **Storm™ wird in New York ausgestellt**

«Storm™ ist unser innovativstes Produkt», sagt Livio Cossutti, Riris Präsident. Die Entwicklung bringt der Firma auch ausserhalb der Kundenkreise internationale Anerkennung. Im April wird Cooper-Hewitt, New Yorks National Design Museum, die Ausstellung «Extreme Textile: High-Performance Designer» eröffnen. Storm™ wird als einziger Reissverschluss zu bewundern sein. Und das noch bevor er den Siegeszug um die Welt so richtig angetreten hat.

«Wir sind nicht teurer als unsere Mitbewerber, wir sind sogar viel teurer», sagt Livio Cossutti und lächelt. Was anderen Firmenchefs kalte Schauer über den Rücken jagt, bringt ihn nicht aus der Fassung. Er weiss, weshalb Riri trotz der hohen Preise erfolgreich ist. «Was immer die Kunden brauchen, unsere sieben Ingenieure entwickeln es für sie.» Zum illustren Käuferkreis gehören Prada, Bogner oder Mammut. La Sportiva setzt die Reissverschlüsse in ihren Stiefeln ein. Riri zeigt sich auch in der Produktion äusserst flexibel. Mal braucht es gemäss Cossutti nur fünf, dann wieder 300000 Reissverschlüsse einer Serie. Wenn es hoch zu und her geht, arbeitet die Produktion auch mal zwei oder drei Schichten.

### **Der Chef fliegt auf innovative Ideen**

Riri – «Rippe und Rille» – existiert seit bald 70 Jahren. Nachdem ein gewisser Martin Winterhalter das europäische Patent für die Reissverschlussproduktion gekauft hatte, gründete er das Unternehmen 1936. Seither liefert die Firma Topprodukte. Livio Cossutti ist stolz darauf, dass sie der Konkurrenz stets voraus sind: «Innovation steckt in Riris DNA.» Auch für die Zukunft fordert er Erfindergeist. Die neueste Produktgeneration fokussiert auf Schutzkleidung. Diese muss beispielsweise feuerresistent sein oder im Armeeeinsatz gegen biochemische Waffen schützen.

Das Risiko, in Selbstzufriedenheit zu verfallen, besteht bei Livio Cossutti nicht. Zu sehr richtet er sein Unternehmen nach stets neuen und individuellen Kundenwünschen aus, zu stark beschäftigt er sich mit dem Aufbau neuer Märkte in China, Brasilien und Russland. Ständig ist er auf Achse. Dabei bleibt er auch geistig in Bewegung. «Ich rede viel mit Kollegen auf der ganzen Welt. Und die besten Ideen kommen mir im Flugzeug.»

### **So hilft die Bank**

- Als Mimotec zwei Jahre nach der Unternehmensgründung eigene Geschäftsräume bezog, finanzierte UBS mit einem Darlehen die Einrichtung des Reinraumes. Dies aufgrund des exzellenten Eindrucks, den die Bank von Management, Businessplan und Technologie der Jungfirma gewonnen hatte.
- Gegenwärtig steht Mimotec ein Betriebskredit von UBS zur Verfügung, der sich für Kontokorrent, Garantien und Akkreditiv einsetzen lässt.
- Darüber hinaus least Mimotec Anlagen und Maschinen. Das Leasing, das UBS anbietet, erlaubt den Unternehmen, ihre Kosten, und damit das Cash-Management, präzise zu planen.

### **So hilft die Bank**

Während vier Jahren gehörte Riri der englischen Investmentbank Schroeder. Dann sollte sie wieder in privaten Besitz übergeführt werden. «UBS half uns, die früheren Schulden zu restrukturieren, die wir vor zwei Jahren abzahlen konnten. Das war harte Arbeit», sagt Livio Cossutti. In das Projekt waren mehrere Institute involviert, UBS koordinierte und führte den Prozess. Sie war es auch, die Cossutti und Riri in Kontakt gebracht hatte. «UBS sah in mir und meinem Team von Anfang an das Potenzial und vertraute uns, dass wir den Schuldenabbau hinkriegen.»