



Windows-Logo von Microsoft: Der US-Konzern hat neuerdings Angestellte in Dübendorf.

Amerikanischer Traum

IT-Startups Auf der Einkaufsliste von US-Giganten wie Google, Facebook und Co. stehen immer wieder Schweizer Unternehmen. Erst kürzlich schluckte der Software-Riese Microsoft die Kleinfirma Netbreeze.

LUKAS HEIM UND MARCEL SPEISER

Es ist ein bisschen wie in einer Wohngemeinschaft. François Rüf greift nach einer schmutzigen Kaffeetasse auf der Holzablage, räumt sie in die Spülmaschine und fragt in die Runde, wer gerne einen Kaffee möchte. Der 40-jährige Rüf gründete 1998 das Software-Unternehmen Netbreeze und landete den grossen Coup. Vor kurzem wurde seine Firma vom amerikanischen Giganten Microsoft übernommen.

Der Kauf einer schweizerischen Firma aus der ICT-Branche (Informations- und Kommunikationstechnologie) ist immer noch nichts Alltägliches. Microsoft griff letztmals vor sieben Jahren zu. Und doch schaffen es immer wieder hiesige Unternehmen auf die Einkaufsliste von Google, Facebook & Co. Denn in den letzten 20 Jahren kam viel Dynamik in die Schweizer ICT-Branche.

Dynamische Gründerbranche

Die Hälfte der 2012 gegründeten Unternehmen stammen im weitesten Sinne aus dem IT-Bereich. Gemäss dem «Swiss Start-up Monitor» waren es letztes Jahr 62 Neugründungen. 2005 wurden lediglich 10 ICT-Startups gezählt, wie Dominik Wensauer vom Institut für Technologie-

management der Universität St. Gallen erläutert. «Das Wachstum ist klar überproportional», sagt Beat Schillig. Der Gründer des Instituts für Jungunternehmen in St. Gallen ist ein langjähriger Kenner der Schweizer Startup-Szene.

Für das Fieber gibt es viele Erklärungen. Professionelle Anlaufstellen würden die Entwicklung begünstigen, sagt Wensauer. Ebenso die diversen Gründer-Auszeichnungen und Startup-Initiativen mit guten Preisgeldern, die in letzter Zeit entstanden. Zudem habe sich in der Schweiz mittlerweile ein Netzwerk von sogenannten Business Angels gebildet. Diese erfahrenen Unternehmer und Investoren stehen den Startups mit Geld, Rat und Kontakten zur Seite. «Ein solches Ökosystem gab es vor zehn Jahren noch nicht», sagt Schillig. Das ist für ICT-Jungunternehmen eine wichtige Motivation, denn meist fallen keine grossen Anfangsinvestitionen an. «Die Einstiegshürden sind massiv tiefer», so Schillig.

Er sieht aber noch andere Gründe für den ICT-Boom. «Andere Industrien wie die Biotech-Branche brauchen länger, bis sich ihre Forschung und Entwicklung kommerzialisieren lässt.» Zudem hätten Internet, Smartphones und Tablets ganze Industrien umgepflügt. Das biete für gute Ideen viele Geschäftsgelegenheiten.

Eine solche Chance nutzte André Wattenhofer mit seiner Firma Sunbay mit Sitz in Rüslikon am Zürichsee. Ihre Software Netsnapper löst eines der grossen Probleme von Telekomkonzernen und Netzwerkanbietern. Sie erweitert durch innovative Software-Technologien die Kapazitäten von Mobilfunk- und Festnetzwerken um ein Vielfaches. Das erlaubt den Kunden, mehr Daten über ihre Netze zu leiten und die Datenübertragung massiv zu beschleunigen. Vereinfacht gesagt sorgt Sun-

Die ICT-Gründerszene hat sich dynamisiert. Die Hälfte der Startups kommt aus diesem Segment.

bay auf den notorisch verstopften Strassen der virtuellen Welt für flüssigen Verkehr. Sunbays Entwicklung ist weltweit einzigartig und wird zum Beispiel von Telefonica und China Mobile eingesetzt. Die Firma arbeitet mit Partnern wie Google, IBM, Microsoft und Samsung zusammen. In den letzten Jahren hat das Unternehmen den Umsatz jeweils verdoppelt. «Dieses Jahr werden wir voraussichtlich die Grenze von 100 Millionen Franken erreichen», sagt Wattenhofer.

Die Riesen der internationalen ICT-Branche haben aber nicht nur Sunbay auf dem Radar. Housetrip, Getyourguide oder Routerank sorgen weltweit für Aufsehen. Housetrip ist laut Auskunft von Startup-Experte Schillig aktuell die erfolgversprechendste Schweizer ICT-Neugründung. Das Unternehmen hat von Investoren insgesamt rund 60 Millionen Franken erhalten. Es vermittelt tageweise Ferienwohnungen auf der ganzen Welt. «Housetrip hat das Potenzial, für den ersten Schweizer Milliarden-Exit zu sorgen», sagt Schillig. Firmenchef Arnaud Bertrand kommentiert das nicht, bestätigt aber seinen Ehrgeiz. «Wir sind nicht auf das schnelle Geld aus. Wir wollen ein Milliarden-Unternehmen aufbauen, das die Ferienwohnungsbranche verändert.» Erst wenn er diese Vision verwirklicht habe und Weltmarktführer sei, denke er über einen Exit nach. «Alle Optionen sind auf dem Tisch.»

Bereits weltweit führend ist Getyourguide. Das ETH-Spinoff vermittelt Reisenden lokale Touren – vom Veloausflug durch Paris bis zum Allrad-Trip in Thailand. Insgesamt sind über 19000 Touren in gegen 2000 Destinationen buchbar. «Wir bekommen fast wöchentlich Angebote grosser ICT-Firmen, sagt Mitgründer Pascal Mathis. «Doch in den nächsten zwei Jahren ist das für uns noch kein Thema.»

Jochen Mundiger von Routerank führte bereits Gespräche mit den Grossen. Das Unternehmen bietet seinen Firmenkunden einen Routenplaner an, der mehrere Verkehrsmittel berücksichtigt und den Reisenden von Tür zu Tür begleitet. Routerank berücksichtigt bei der Suche nicht nur den Preis, sondern auch andere Kriterien wie etwa die Umweltfreundlichkeit. Ein Exit ist für Mundiger derzeit aber kein Thema: «Der Fokus liegt ganz klar auf dem Operativen.»

Ebenfalls Offenheit brauchten die beiden Gründer von Netbreeze. «Wir wollten einfach versuchen, unsere Idee umzusetzen», sagt Rüf. In den späten 1990er-Jahren wurde das Internet zu einem Massenphänomen. Millionen von Blogs, Newsseiten und Chatrooms generierten ohne Unterbruch eine riesige Menge an Daten. Auf diese hatten es die Gründer von Netbreeze abgesehen. Sie wollten sie erfassen, organisieren, auswerten – und für Unternehmen nutzbar machen.

Rüf investierte sein Hochzeitsgeld in die Firma. Sein Patenonkel, der einen

kleinen Software-Betrieb im Dübendorfer Industriequartier hatte, mietete einen zusätzlichen Raum für die beiden Jungunternehmer. Der Götti hatte bereits dem 13-jährigen Rüf mit einem Schmunzeln versprochen: «Wenn du dich dann einmal selbstständig machst, dann stelle ich dir ein Jahr lang ein Büro zur Verfügung.» Er hielt Wort. Noch heute sind die Mitarbeiter von Rüf im gleichen Gebäude zu Hause.

Image-Überwachung in Echtzeit

Die entscheidende Wende kam 2008 mit dem Einstieg der deutschen Risikokapitalfirma Ammer Partners. Sie ermöglichte es Netbreeze, schneller zu wachsen. Rüf und seine Mitarbeiter begannen sich auf die Entwicklung von Produkten für das Monitoring von Sozialen Medien wie Facebook oder Twitter zu spezialisieren. Das Unternehmen ermöglicht es seinen Kunden, in Echtzeit die Internet-Temperatur für bestimmte Produkte, Marken und das Unternehmen zu fühlen. Es bietet eine Art Presseclipping für das digitale Zeitalter.

Mit dem Einstieg eines Investors 2008 war klar, dass irgendwann der Ausstieg kommen würde. Er kam mit der Übernahme durch Microsoft vor einigen Wochen. Bob Stutz, Vizepräsident von Microsoft Dynamics Customer Relations Management, ist der Meinung, die Technologie von Netbreeze sei einzigartig. Sie analysiere den Inhalt Sozialer Medien in 28 verschiedenen Sprachen – darunter Deutsch, Englisch, Arabisch, Chinesisch, Japanisch und Russisch – mit neuesten Methoden der Computerwissenschaften.

«Vor der Übernahme waren wir weniger als 50 Mitarbeiter», sagt Rüf. Mehr zu Kennzahlen darf er nicht mehr sagen. Auch zum Verkaufspreis ist mit dem US-Riesen Stillschweigen vereinbart worden.

«Klar, Netbreeze ist mein Baby», antwortet er auf die Frage, ob es ihm nicht schwergefallen sei, sein Startup zu verkaufen. «Aber es hängt immer auch davon ab, wie der Exit aussieht.» Für ihn stimmt es. Microsoft hat nicht nur die Technologie von Netbreeze eingekauft. Rüf und seine Mitarbeiter bleiben in Zürich und tüfteln weiter am Produkt – einfach als Mitarbeiter von Microsoft. Und Rüf darf seinen Leuten weiterhin Kaffee bringen und ihre Tassen abwaschen.

SOFTWARE, TELEKOM UND IT

Wo die Giganten schon zugeschlagen haben

Tech-Perlen Netbreeze ist nur das jüngste aus einer ganzen Reihe von Beispielen von Schweizer Startups, die von international aktiven Informatikunternehmen übernommen wurden. Zu den bekanntesten zählt Day Software. Gegründet 1993, gehörte das Basler Unternehmen zu den Schweizer Internet-Stars der 1990er-Jahre. Day entwickelt Content Management Software, womit Unternehmen ihre Webseiten programmieren und pflegen. 2010 kaufte der US-Software-Konzern Adobe das Unternehmen. 2012 übernahm Google Wildfire. Das 2008 vom Schweizer Ex-Profisnowboarder Alain Chuard mitgegründete Unternehmen hat eine Software programmiert, die es Unternehmen erlaubt, über Soziale Medien gezielt jene Personen respektive



Virtuelle Filmkulisse: Das ETH-Spin-off Procedural ist Spezialist für 3D-Grafiken.

Zielgruppen zu erreichen, die sie ansprechen wollen. Wildfire hat 21000 zahlende Kunden, darunter 30 der 50 wertvollsten Marken der Welt.

ETH-Spin-off Vom US-Unternehmen für Geo-Informationssysteme ESRI wurde

2011 das Schweizer ETH-Spin-off Procedural gekauft. Es bietet 3D-Grafiksoftware für die Planung von Städten und für virtuelle Filmkulissen. Weil es neben Disney Research in Zürich bereits ein grösseres Labor für 3D gibt, baut ESRI Zürich zum Forschungszentrum aus. In einem ähnlichen Bereich ist Libero Vision aktiv, die 2010 an die norwegische Vizrt verkauft wurde. Die Software von Libero Vision analysiert auf Basis von Live-Fernseh Bildern zum Beispiel kontroverse Offside-Szenen im Fussball. Diverse TV-Stationen setzen das Tool ein. Der Cloud-Speicherdienst Wuala wurde 2009 durch die französische Hardware-Firma Lacie gekauft. Media-Streams, welche sich auf Telefonie über das Internet spezialisiert, wurde bereits 2005 von Microsoft übernommen.