

# Ein Gewinn an Bekanntheit und Bedeutung

Die ersten sieben «Neuunternehmer des Monats» ziehen weitgehend positive Bilanz zum Projekt

Sieben innovative Firmen sind bislang in der Südostschweiz mit dem Titel «Neuunternehmer des Monats» ausgezeichnet worden. Was hat ihnen die Teilnahme an diesem Projekt gebracht? Ein Rückblick.

• VON HANS BARTSCH

Recht einheitlich lauten die Antworten auf die Frage, was die Präsentation des Unternehmens in den Medien (nebst der SO ist auch Tele Südostschweiz, TSO, beteiligt) bewirkt hat. Zuerst einmal die Glückwünsche von Partnern, Kunden, Bekannten. Mit der Medienpräsenz habe die Bekanntheit gesteigert werden können – «sogar landesweit», wie die Astalavista Group meldet. Schierle Multimedia freute sich über die sehr gute Vorstellung der Produkte und den nachdrücklichen Hinweis auf deren Qualität. Die objektive Einschätzung von ausserstehenden Fachpersonen (gemeint ist der Beirat) habe geholfen, mit potenziellen



**Innovative Köpfe:** Die bisher ausgezeichneten Jungunternehmer haben mit dem Projekt «Neuunternehmer des Monats» vor allem gute Erfahrungen gemacht. In der unteren Bildhälfte das Büro der Firma Clus; einer ihrer Mitarbeiter ist tageweise in Zürich tätig – dank moderner Technik (Kamera, Mikrofon, Videobeamer) ist die Präsenz dennoch garantiert.

Bildmontage Barbara Fahrner

«Neuunternehmer des Monats» sicherlich einfacher. Ivo Frei von Deep findet es für das ganze Projekt wichtig, dass die Firmen aus unterschiedlichen Branchen kommen. Diversifikation sei auch hier gefragt. Natürlich zähle dies nicht für die Bewerber, sondern vielmehr für den Beirat. «Das Projekt lebt von der Vielfaltigkeit», ist Frei überzeugt.

In die Zukunft gerichtet ist der Vorschlag von Castle Coiffure Cristina: Jürg Rötheli schlägt die Bildung eines «Neuunternehmer-Clubs» vor, der sich periodisch trifft. Die Idee dahinter: Das Netzwerk festigen und erweitern, neue Leute kennen lernen, Ideen entwickeln und austauschen, Kunden «unter sich» akquirieren.

## Alle Sieben auf einen Blick

hb.- Folgende sieben Firmen erhielten seit dem Start des Projekts im letzten Frühling die Auszeichnung «Neuunternehmer des Monats»:

- **Schierle Multimedia**, Parpan (Gerd Schierle), CD-ROMs Bike-Explorer/Trainingscamps für Biker, Tel. 081 356 22 44, [www.bike-explorer.ch](http://www.bike-explorer.ch);
- **Clus GmbH**, Chur (Kajo Bächle, Olivier Chauillac), Werbeagentur, Tel. 081 250 64 35 [www.clus.ch](http://www.clus.ch);
- **Deep AG**, Chur (Ivo Frei), Web-Lösungen, Tel. 081 258 56 86 [www.deep.ch](http://www.deep.ch);
- **Astalavista Group GmbH**, Chur (Pascal Mittner, Ivan Schmid), Netzwerk-Sicherheitsdienste, Tel. 081 250 44 44, [www.astalavista.ch](http://www.astalavista.ch);
- **AHA - Mode & Alles für die Handarbeit**, Rhäzüns (Adriana Meier-Pianegonda), Laden/Versandhandel, Tel. 081 641 18 35, [www.aha-mode.ch](http://www.aha-mode.ch);
- **Exigo AG**, Chur (Merens Decasper, Retus Sgier), Internet-Service-Provider, Tel. 081 254 20 50, [www.exigo.ch](http://www.exigo.ch);
- **Castle Coiffure Cristina**, Flims Waldhaus (Jürg und Veronica Rötheli), Coiffeurgeschäft, Tel. 081 911 16 18, [www.castle-coiffure.ch](http://www.castle-coiffure.ch).

Kunden und Partnern ins Gespräch zu kommen, heisst es von Seite der Firma Exigo. Und: Bestehende Kunden seien in der Wahl ihres Providers bestärkt worden. Viele hätten vorher nicht gewusst, was hinter «dem kliina Lädali» steckt, erzählt die Inhaberin von AHA-Mode. Nach der Vorstellung in den Medien «wurde unsere Arbeit höher bewertet als vorher».

## Bis 50 neue Kunden

Bezüglich neu gewonnenen Kunden wurden unterschiedliche Erfahrungen gemacht, sicherlich bedingt auch durch die Art der Produkte beziehungsweise Dienstleistungen. Die Antwort reicht von «keinem» oder «Wir haben keinen direkten Einfluss auf den Geschäftsgang festgestellt» (Exigo) über «einige» bis «bisher etwa 50» (AHA-Mode). Einzelne Unternehmen konnten nicht genau eruieren, ob neue Kunden aufgrund des «Neuunternehmers des Monats» zu ihnen gestossen sind. Bei Deep haben sich weniger neue Kunden als Bewerbungsschreiben gehäuft.

Den Nutzwert der Aktion beurteilen wiederum alle Sieben positiv. «Unser Nutzwert besteht darin, aus Neukunden Stammkunden zu machen. Wenn uns das gelingt, dann hat sich die Aktion doppelt gelohnt», meint etwa AHA-Mode. Exigo hatte die Möglichkeit, ihre Produkte und das Firmenkonzept diverse Male vorzustellen. «Dies kann für zukünftige Geschäfte

von entscheidender Bedeutung sein.» Die auf der eigenen Homepage abgelegten Beiträge von SO und TSO seien auch «ein Jahr später noch eine gute Unterstützung, um den Kunden zu überzeugen», so Schierle Multimedia bezogen auf seine CD-ROMs namens Bike-Explorer.

Für Clus wurden «bestehende Kunden bestätigt, die richtige Agentur gewählt zu haben». Bei Deep wird der Nutzen «in der Art der Öffentlichkeitsarbeit» geortet. «Der Zeitungsartikel war sehr gut für die Bekanntheit des Labels 'Deep'.» Auf den TSO-Bericht habe es hingegen sehr wenig

men auch negative Reaktionen erfahren? Von durchwegs positivem Echo berichten vier der sieben Firmen. Bei Astalavista habe es kritische Stimmen gegeben wie «Man muss sich nur anmelden um zu gewinnen». Bedenkenswert die Antwort von Deep: «Leider wurden unsere Ideen ab dem Druckdatum des Artikels relativ zügig von Konkurrenten kopiert. Nicht abgekupfert, sondern 1:1 kopiert. Das geht von Homepage-Texten über die Web-Strukturen bis hin zu Slogans und Produkte-Definitionen, die absolut identisch mit unseren sind.» Eher zum Schmunzeln das Feedback von zwei Feministinnen auf den AHA-Artikel. Diese hätten sich über den Satz «Ein Mann ist jedoch für das Unternehmen enorm wichtig...» ausserordentlich geärgert. Endlich die erste Frau als Neuunternehmerin, und dann gehe es doch nicht ohne Mann!

Ob sie nach ihren Erfahrungen anderen Neuunternehmern empfehlen können, sich ebenfalls für den «Neuunternehmer des Monats» anzumelden, lautet die Antwort durchs Band Ja. «Wie schafft man es sonst, dass die 'Südostschweiz' auf einer Seite über die eigene Firma berichtet?» merkt Exigo an. Clus meint: «Junge Unternehmen brauchen Publicity. Das Projekt 'Neuunternehmer des Monats' bietet eine Plattform dafür. Unbedingt mitmachen!» Schierle Multimedia glaubt, eine gute Idee unter die Leute zu bringen und deren Vertrauen zu gewinnen, werde durch die Auszeich-

Neuunternehmer  
des Monats  
[www.neuunternehmer.ch](http://www.neuunternehmer.ch)  
DIE SÜDOSTSCHWEIZ

Feedback gegeben. Castle Coiffure Cristina konnte im Nachgang zur Veröffentlichung in der SO in der «Arena Alva» einen weiteren redaktionellen Bericht platzieren. Und mit einem Separatdruck der Seite wollte sich Castle in Hotels und Ferienwohnungen in Flims und Umgebung zur Auflage der Geschäftskarten empfehlen.

## Ideen 1:1 kopiert

Haben die porträtierten Unterneh-

## «Marketing-Gedanke ist noch entwicklungsfähig»

Hanspeter Weibel ist der Initiator des Projekts «Neuunternehmer des Monats». Der Inhaber eines Büros für Unternehmensberatung bei Basel zur Frage, welche Qualitäten Jungunternehmer im Raum Südostschweiz aufweisen und wo es noch Mängel gibt.

• MIT HANSPETER WEIBEL SPRACH HANS BARTSCH

**Herr Weibel, Sie haben das Projekt «Neuunternehmer des Monats» in verschiedenen Regionen lanciert. Wie läuft es aus Ihrer Warte in der Südostschweiz?**

**Hanspeter Weibel:** Wir konnten bis heute einige interessante Neuunternehmer vorstellen, die – auch im Vergleich mit anderen Regionen – ein sehr gutes Potenzial aufweisen. Die Qualität der Anmeldungen ist vergleichbar mit anderen Regionen.

**Gibt es grundlegende Unterschiede zu andern Regionen?**

**Hanspeter Weibel:** Sicherlich zahlt

sich die Bündner Hartnäckigkeit auch für den Unternehmer aus, denn auch hier muss dranbleiben, wer Erfolg haben will. Dennoch ist eine gewisse Zurückhaltung bezüglich Auftritt in der Öffentlichkeit spürbar. Da ist der Marketing-Gedanke noch entwicklungsfähig. Unternehmen, die näher am Thema «Öffentlichkeitsarbeit» sind (Internet, Werbung usw.) gehören erfahrungsgemäss zu den ersten, die sich anmelden. Bezüglich Anzahl bin ich überzeugt, dass die Südostschweiz über entsprechendes Potenzial verfügt. Da kann ich die Unternehmer nur auffordern, sich zu melden.

**Wie beurteilen Sie, pauschal gesagt, die «Neuunternehmer-Qualitäten» in der Südostschweiz?**

**Hanspeter Weibel:** Wer sich in der Südostschweiz selbständig macht, hat ein im Vergleich zu Zentrums-Regionen geringeres Kundenpotenzial oder er hat grössere Distanzen zum Kunden zu überwinden und muss sich dabei das eine oder andere einfallen lassen. Bei entsprechender Qualität braucht er aber auch nicht allzu viel Konkurrenz zu befürchten. So gesehen bin ich vom Innovationsgrad und dem unternehmerischen Mut positiv überrascht.



Hat den «Neuunternehmer des Monats» ins Leben gerufen: Hanspeter Weibel ist Inhaber eines Consulting-Büros. Bild Theo Gstöhl

**Gibt es Branchen, die im positiven Sinne herausstechen?**

**Hanspeter Weibel:** Mir gefällt, dass sich auch Unternehmer anmelden, die in an und für sich traditionellen Branchen Innovatives leisten. In der Pipeline haben wir überdies Unternehmen, die gewisse Standortnachteile voll ausnutzen und einen Vorteil daraus machen. Wem es zudem gelingt, sein

Marktpotenzial via Internet zu multiplizieren (z. B. AHA-Mode in Rhäzüns), der schafft den Spagat zwischen lokaler Produktion und «weltweitem» Handel. Und dies ohne grosse Verkaufsorganisation.

**Gibt es auch Branchen, die im Vergleich zu andern Regionen eher hinterherhinken?**

**Hanspeter Weibel:** Gerade in einer Region, die stark vom Tourismus lebt, haben wir uns aus dieser Ecke interessante und innovative Neuunternehmer erhofft; davon haben wir bis jetzt wenig zu sehen bekommen. Aus den Bereichen Biotech oder Medizinaltechnologie haben wir bis jetzt erwartungsgemäss keine Anmeldungen und gewisse Branchenschwächen der Region sind auch bei den Neugründungen sichtbar. Hingegen stossen wir immer wieder auf interessante Nischenanbieter, die zum Teil mit ihren Spezialitäten einen Weltmarkt beliefern, in der Region aber nur Insidern bekannt sind.

**Gibt es einen Grund für einen Jungunternehmer bzw. eine Jungunternehmerin, sich nicht am Projekt «Neuunternehmer des Monats» zu beteiligen?**

**Hanspeter Weibel:** Nein, denn neben einer qualifizierten Beurteilung durch den Beirat winken dem Neuunternehmer Publizität in verschiedenen Formen und Wiederholungen und damit in vielen Fällen der gewünschte Kundenkontakt. Dazu kommt der Kontakt zu einem Netzwerk, von dem er im Einzelfall ebenfalls profitieren kann. Die 30 Minuten für die Anmeldung sind eine sehr gute Investition. Klar ist: Ohne eigene zusätzliche Aktivitäten bleibt der Erfolg bescheiden.

**Was wünschen Sie sich für die Fortsetzung des Projekts?**

**Hanspeter Weibel:** Dass viele Neuunternehmer, die sich und ihr Angebot für innovativ halten und in den nächsten Jahren Potenzial zur Schaffung von Arbeitsplätzen sehen, sich unter [www.neuunternehmer.ch](http://www.neuunternehmer.ch) anmelden, um damit von den Möglichkeiten des «Neuunternehmers des Monats» zu profitieren. Und dass etablierte Firmen durch ihr Engagement im Projekt oder als Mitglied des Fördervereins mithelfen die Finanzierung sicherzustellen. Da schliesse ich auch mit grossem Dank die Beiratsmitglieder, die SO und Hewlett Packard mit ein, die seit Beginn mitmachen und eine aktive Supporterrolle übernommen haben.