

# Catwalk im Big Apple

**USA** Es muss nicht immer das Silicon Valley sein: Schweizer Start-ups kommen nach New York, um ihre Firmen-Ideen voranzutreiben.

NELE HUSMANN

**U**nten brummt der Verkehr von Manhattans 23. Strasse, oben im Raum stehen einige Leuten um eine quadratische Maschine: Hinein geht eine Aluminiumkapsel, heraus kommt nach wenigen Sekunden eine frisch gebackene Tortilla: «Amazing», sagt eine Verkosterin. «Besser als alles, was es hier in New York zu kaufen gibt», schwärmt ein anderer Testesser.

In der Schweiz zu sein, war für den Erfinder und Firmengründer des Tortilla-automatenherstellers Flatev, Carlos Ruiz, entscheidend, um auf die Idee für sein Start-up zu kommen. «Eine autentische Tortilla habe ich extrem vermisst», sagt der gebürtige Mexikaner, der mit 19 Jahren zum Studium nach Kanada und dann in die Schweiz kam. Jetzt kann seine Firma ohne einen grossen, internationalen Markt nicht weiterkommen – zu wenige Schweizer würden ihr Brot dauerhaft gegen einen Taco tauschen: «New York ist das richtige Pflaster für den Praxistest», erklärt der 31-jährige Ruiz. «Und die Reaktionen waren überwältigend positiv.»

Entscheidend für den schnellen Einstieg von Flatev in die New Yorker Food-Szene war Swissnex, die staatliche Förderstelle für Schweizer Unternehmen im Ausland. Deren Bostoner Büro machte erst vor einem halben Jahr ein Satellitenbüro in New York auf: «New York macht sich rasant schnell zu einem wahren Ökosystem für Innovation», sagt Pierre Dorsaz, der das New Yorker Office für die Swissnex Boston leitet. «Hier zu sein, hilft vielen Schweizer Unternehmen weiter.»

Grund für das Erblühen der New Yorker Start-up-Landschaft sind teilweise staatliche Bemühungen wie die geplante Eröffnung eines Technologie-Campus der Cornell-Universität. Erfolgreiche Technologie-Start-ups ziehen weitere Start-ups an. Zu den erfolgreichsten New Yorker Gewächsen gehört die Blogging-Website Tumblr, den Yahoo für 1,1 Milliarden Dollar kaufte, die Shopping-Websites Gilt Groupe und Fab.com, die Online-Anzeigenplattform AppNexus sowie Etsy, eine Plattform für den Verkauf von Selbstgemachtem.

## Acht Milliarden Dollar investiert

2012 lag die Zahl von in New York gegründeten Start-ups mit 127 auf Augenhöhe mit den im Silicon Valley eröffneten Jungunternehmen. Risikokapitalgeber investierten seit 2008 in 1200 Deals 8 Milliarden Dollar in Start-ups mit Sitz in New York. «Wir sehen eine Verlagerung von der Westküste nach New York», sagt Eric Hippeau von dem Risikokapitalgeber Lerer Ventures. «Der Start-up-

Boom in New York bleibt. Und New York macht nicht etwa das Silicon Valley nach – New York macht, was es traditionell gut kann: Medien, Handel, Marktplätze.»

Mit Zkipster hat sich bereits ein Schweizer Start-up erfolgreich in New York angesiedelt. Die App vereinfacht den Check-in-Prozess bei Veranstaltungen und wird bereits von der «New York Times», dem Fernsehsender HBO, dem Whitney Museum und dem Oscar-Soiree von Elton John eingesetzt. «Zkipster ist ein globales Produkt, aber unsere Idee hat ihren Markt zuerst hier in New York gefunden», sagt Gründer David Becker, ein Schweizer, der in New York lebt. «Zkipster in der medien-dichten Stadt New York zu testen, war entscheidend, um ihr Erfolgspotenzial weltweit auszuprobieren.»

Auch Taha Bawa, ein 23-jähriger Schweizer mit Eltern aus Sri Lanka, sieht New York als Testmarkt schlechthin: «Hätte Twitter in Zürich angefangen, wäre es gescheitert. Die Schweiz ist einfach zu klein», sagt der Gründer von Goodwall, einer an LinkedIn angelehnten Social-Media-Plattform, auf welcher junge Leute auf ihrem Profil ihr soziales Engagement darstellen und für ihre Uni-Bewerbungen als Referenz nutzen können. Bawa beobachtet, dass Amerikaner und insbesondere New Yorker Neuem gegenüber sehr aufgeschlossen sind und keine hohen Erwartungen in Sachen Perfektion stellen: «Die Schweizer sind keine Early Adopters. Für sie muss ein Produkt voll ausgereift sein.» Seit Februar haben sich 200 000 Menschen auf Goodwall eingetragen – hauptsächlich in



Team des Tortilla-Automatenherstellers Flatev (kleines Bild): «New York ist das richtige Pflaster für den Praxistest.»

## 20 Start-ups

**Ausland** Die Schweizer Start-up-Förderung Swissnex öffnet für junge Schweizer Unternehmen im Ausland die Türen. Die staatlich finanzierte Stelle versteht sich als Wissenschafts-Konsulat. Zunächst machte sie in den USA in Boston als klassischem Standort für Pharma und Biotechnologie im Jahr 2000 die Türen auf. 2003 folgte San Francisco. Im September 2013 öffnete die Swissnex Boston ein Satellitenbüro in New York. Die Finanzmetropole ist inzwischen in der Start-up-Welt für Mode, Medien und Konsumgüter unvermeidlich geworden.

**BootCamp** Die Swissnex ist global tätig und unterhält Stellen in Bangalore, Schanghai, Singapur und Rio de Janeiro. Allein in den USA haben in der vergangenen Dekade 250 Schweizer Unternehmen von Swissnex-Angeboten profitiert. Swissnex bietet Unternehmen, die beim CTI Market Entry Camp mitmachen, Büroflächen in New York, San Francisco oder Boston. Einmal im Jahr werden 20 handverlesene Start-ups zum BootCamp eingeladen, wo sie in zwei Wochen an Seminaren zum Thema Firmengründung, Rechtslage und Investorensuche teilnehmen.

den USA, Grossbritannien und Kanada. Mithilfe von Swissnex traf Bawa in New York und San Francisco Mitarbeiter aus den Zulassungsstellen von Universitäten, um deren Zahlungsbereitschaft für vollen Zugang zu den Goodwill-Informationen zu testen: «Sie signalisierten mir grosses Interesse.»

Gian Reto Saner, ein Schweizer Telekommunikationsexperte, hat mit seinem Unternehmen Pessoss auch die Entwicklungshilfe im Visier. Er entwickelte eine App nicht etwa für Smartphones, sondern für altherkömmliche Handys, mithilfe deren Daten selbst aus ländlichen Gegenden in Dritte-Welt-Ländern per SMS eingesammelt werden können. «Mein Aufenthalt in den USA war eine echte Horizontenerweiterung», schwärmt er, «in der Schweiz gibt man 20 000 Franken für die Gründung einer GmbH aus, in den USA nur 500 Dollar.»

## Zwei Wochen Schulung

Einmal im Jahr organisiert die Swissnex ein zweiwöchiges Besuchsprogramm für handverlesene Schweizer Unternehmen. Hier erhalten sie Schulungen zum Thema Rechtslage, Businessplan, Marketing und Investorensuche. Auch Patrick Thevoz, Microingenieur von der ETH Lausanne und Gründer des Start-ups Flyability, nimmt teil. Er entwickelte eine kleine Drohne, die an Fluginsekten angelehnt ist und bei Katastrophen oder in Tanks eingesetzt werden könnte. «Die Hälfte der Leute, die wir treffen, sagen uns, dass wir mit unserer Idee in die USA gehen sollen», sagt Thevoz.

Ruiz ist wieder in Zürich angekommen und arbeitet am Fine-Tuning seines Geschäftsmodells: «In New York habe ich gesehen, dass die mexikanische Community nicht das nötige Geld für mein System hat. Sich morgens, mittags und abends Tortillas mit unserer Pod-Maschine zu machen, wäre zu teuer.» Stattdessen fokussiert Ruiz seinen Marketingansatz jetzt auf anspruchsvolle junge Foodies aus der Millennial-Generation. Ausserdem brachte Ruiz sich ein Souvenir mit Potenzial aus New York mit: Die Swissnex vermittelte ihm ein Treffen mit einem New Yorker Risikokapitalgeber, von dem Ruiz sich eine Finanzspritze erhofft: «Der ist sehr begeistert von unserer Idee.»

ANZEIGE

Lucerne University of Applied Sciences and Arts

**HOCHSCHULE LUZERN**

Wirtschaft

Master of Advanced Studies

**MAS Risk Management**

Info-Veranstaltungen

25. Juni und 16. September 2014

an der Hochschule Luzern – Wirtschaft, direkt beim Bahnhof

[www.hslu.ch/risk](http://www.hslu.ch/risk)

FH Zentralschweiz

Start im Februar 2015