

Andreas von Gunten, Parx AG: «Wir leben in einer vollkommen neuen Welt mit neuen Spielregeln.»

DIE NEUEN YUPPIES

Sie sind selbstverantwortlich, kreativ, hochmobil und mutig, und sie haben auch ein Herz – fünf Jungunternehmer und ihre Start-up-Karrieren.

Von Ursula von Arx

Young urban professional – Yuppies, das waren vor einiger Zeit noch Typen mit teuren Anzügen und teuren Autos. Sie waren schnell, nervös und seelenlos wie ihre Lieblingsdroge, das Kokain. Geld machten sie an der Börse oder mit Immobilien; ihr Ende waren Ende der Achtziger die Crashes von Börse, Bauboom und Nasenscheidewand, und es war nicht schade um sie.

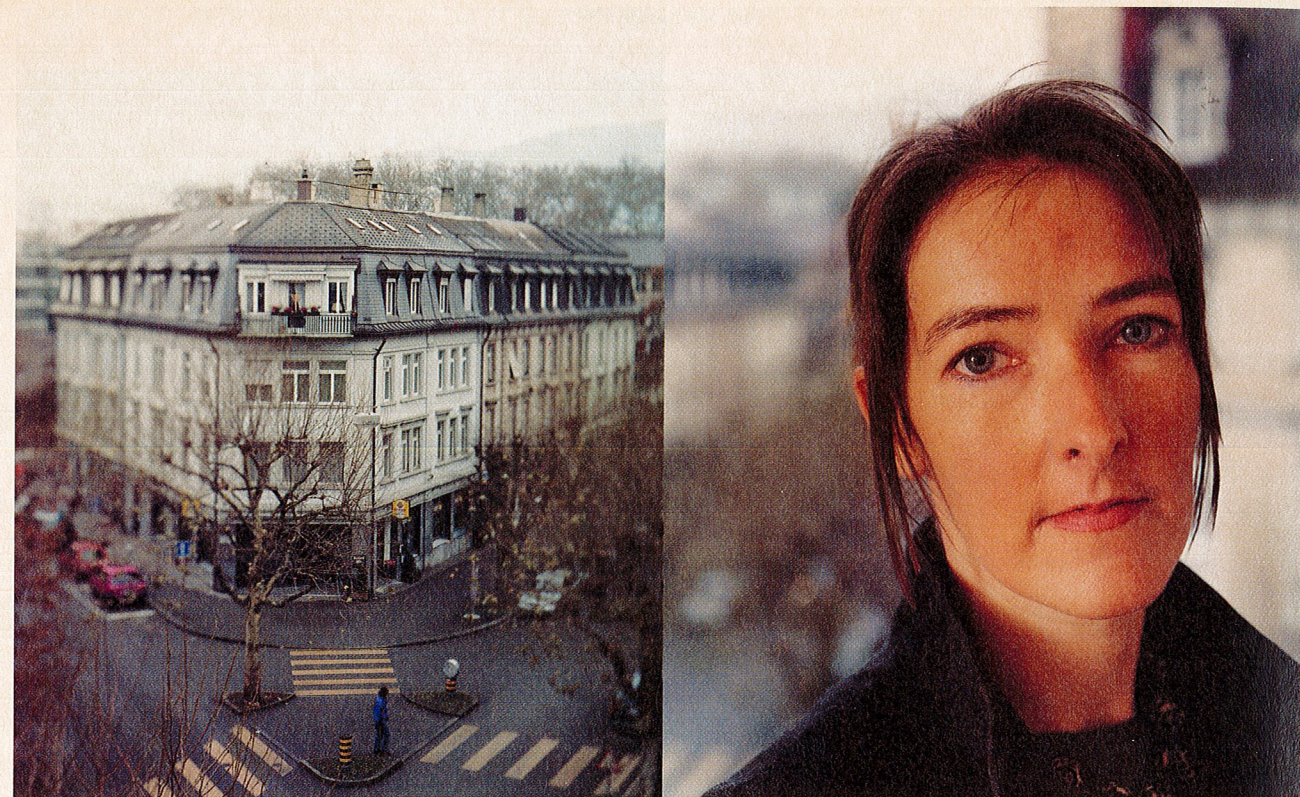
Ende der Neunziger ist das Trio jung, urban, professionell wieder auferstanden, allerdings in anderen Branchen und mit viel weniger Glamour. Man ist jetzt smart, clever, aber – da smarter und cleverer – auch sozial. Man ist hungrig nach Erfolg, aber man weiss, dass er nur mit Freunden wirklich Spass macht. Man braucht das Gehirn auch ausserhalb der Arbeit. Drogen sind Vitaminsäften gewichen, und was Konventionen betrifft: Man trägt Anzug und Deux-pièce – aber Hugo Boss und Co. sind kein Fetisch mehr, sondern ein Werkzeug.

Vor Risiko schrecken Schweizer zurück. Immerhin ist im Schnitt nur eine von zehn neugegründeten Firmen

erfolgreich, drei gehen wieder ein, sechs können sich gerade halten. In den USA wirken solche Zahlen nicht abschreckend, 75 Prozent aller Studierenden wollen sich dort nach dem Studium selbständig machen, in der Schweiz sind es 17 Prozent. Heute arbeiten hierzulande rund 150 000 Menschen auf selbständiger Basis.

Wo es aussergewöhnlich ist, sich selbständig zu machen, braucht es Aussergewöhnliches: eine Idee, ein Erweckungserlebnis, eine Berufung. Es braucht den Moment, wo Langeweile, ein Routinejob oder ein Verlegenheitsstudium und der Traum von einem interessanten Leben auf den Katalysator eines Inserats, eines Angebots oder eines Grossrechners trifft.

Mit Andreas von Gunten etwa, 32 Jahre alt und Gründer der seit Mai 1998 existierenden Parx AG, einer Firma, die auf Web-Applikationen spezialisiert ist und damit 1999 rund 1,2 Millionen Franken umsetzte, mit diesem Andreas von Gunten also war



Adrienne Légeret, comm power GmbH und LeadNet GmbH: «Das Lebendige darf nicht zu kurz kommen.»

«bis zwanzig gar nichts los». «Das einzige, was ich wusste, war, dass ich nicht werden wollte wie mein Vater, der dreissig Jahre lang in die Fabrik ging.»

Die Schule durchlief er desinteressiert, und das blieb er, bis er nach seiner Lehre als Radio-TV-Elektroniker Drucker reparierte in einer Firma, die auch Grossrechner hatte. Die Beschäftigung mit den Ungetümen weckte ihn. Er holte auf dem zweiten Bildungsweg die Matur nach, er trat in die SP ein, er spielte die Gitarre bei der Swissfolk-Band Familie Trüeb, trat am Jazz-Festival Montreux auf und lernte, wie man auf der Bühne Lebensfreude und Harmonie ausstrahlt, selbst wenn man sich untereinander am liebsten die Augen auskratzen würde. Er begann ein Philosophiestudium und schmiss es bald wieder («da passierte einfach nichts»). Endlich wurde er Marketingchef bei einer Computerfirma. Er war beliebt, erfolgreich – und irritiert: Auch der Job als Boss war nicht sein Ding.

Wie das? Von Angestellten hatte er genug, er wollte Gleichgestellte. Von Guntens Grundidee für Parx klingt, wie in der Informationszeitalter-Bibel «Wired» entworfen: Für ein konkretes Projekt sollen sich Selbständige zusammenschliessen und der virtuellen Firma die geleistete Arbeitszeit verrechnen. Büros soll es keine geben, die Members arbeiten in ihrer eigenen Umgebung und entscheiden selber, wieviel und wann. Das Projektmanagement wird hauptsächlich übers Internet abgewickelt, und zwar über eine Website, die nur mit einem Passwort zugänglich ist. Startkapital waren 20 000 Franken Ersparnes, zwei Bekannte gaben den für eine AG nötigen Rest.

Der Inhalt ist auch wie von «Wired»: Web-Applikationen. Firmen, die aufs Internet wollen, können von der Graphik über das Marketing bis hin zur Betreuung der Site alles für einen überzeugenden Auftritt in Auftrag geben. Für den Kontakt mit Kunden nimmt von Gunten seinen einzigen Anzug aus dem Schrank.

Ihn interessiert an seiner Firma vor allem das Modell, sagt von Gunten, eigentlich könnte er gerade so gut auch Haarspangen verkaufen. Wer allerdings behauptet, das Netz zerstöre die zwischenmenschlichen Beziehungen, bekommt von ihm einen leidenschaftlichen Verriss über die verschnarchten Europäer zu hören, die einfach die Genialität dieses Mediums nicht einsehen wollten. Einen ebenso leidenschaftlichen Monolog kriegt zu hören, wer von Gunten vorwirft, er zahle keine AHV. Denn schliesslich seien die Parx-Members alles Selbständigerwerbende, die auch entsprechend bezahlt würden und für ihre Altersvorsorge selber besorgt seien, das sei eine abrechnungstechnische Frage, keine moralische. Aber die Linke habe eben noch nicht gemerkt, dass wir in einer neuen Welt mit neuen Spielregeln leben.

Von Gunten ist für Chancengleichheit bei Geburt, von ihm aus könne man eine hundertprozentige Erbschaftssteuer einführen, sagt er und kichert fröhlich. Irgendwann müsse man sein Leben schon selbst in die Hand nehmen. «Schröder hat einmal gesagt, wir brauchten kein soziales Netz, sondern ein soziales Trampolin. Das fand ich sehr gut!»

Seine Members sucht von Gunten dort, wo sie arbeiten werden: im Netz. Bewerbungsgespräche finden



Alexander Seibt, Schauspieler und Mitgründer der Off-Off-Bühne: «Ich will das Wertvollste von mir geben.»

mangels Büro im Bahnrestaurants statt, Personalchef ist der eigene Bauch: der erste Eindruck entscheidet und das, was die Kandidaten trinken. Eine Stange etwa, das findet er sympathisch.

Sie ist perfekt. Sie ist jung, ehrgeizig, erfolgreich und adrett. Mit den grossen blauen Augen in dem feingeschnittenen Gesicht hat sie etwas von einer blassen Katze. Sie wirkt ruhig und kontrolliert und strahlt vor Kompetenz wie eine Ärztin. Ferner hat sie einen Mann (der als selbständiger Architekt zu Hause arbeitet) und zwei Kinder, was Organisationstalent verlangt. – Diese Art von Qualifizierung würde Adrienne Légeret, 33, der Geschäftsführerin von zwei auf Personalfragen spezialisierten Firmen, bestimmt missfallen: Die eine Firma, LeadNet GmbH, führt unter anderem Assessments zur Kaderselektion durch, die andere, comm power GmbH, entwickelt Beschäftigungsprogramme für Erwerbslose sowie Marketingkonzepte.

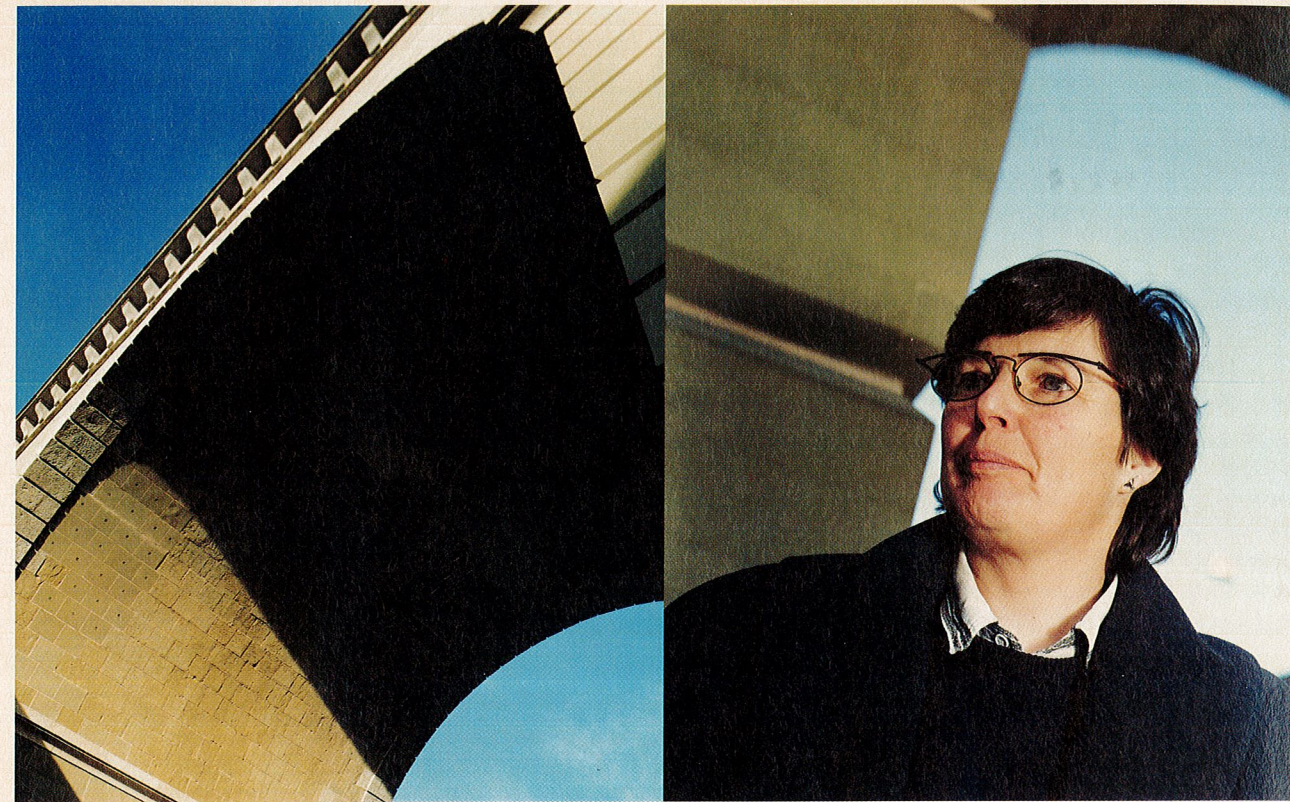
Légeret war Primarlehrerin und mit 23 Jahren Schulpflegerin. Die Elterngespräche, die Arbeit in der Schulkommission brachten sie auf den Geschmack: ABC ist gut, Organisation ist besser. Sie spürte «Vögel im Bauch». 1995 bewarb sie sich erfolgreich um eine befristete Stelle als Projektkoordinatorin beim Kanton Solothurn. Ihre Aufgabe bestand darin, soziale Institutionen zu finden, die sich jungen Arbeitslosen öffneten, und die Programme dann auch zu begleiten. Ihre erste Firma, comm power, ist die Weiterentwicklung dieser Arbeit auf privater Basis. Plötzlich musste Légeret für ihr Unternehmen Mitarbeiter einstellen – und sie miss-

traute dem Bauch als einzigem Entscheidungsträger. So entstand 1997 LeadNet, «das geniale System zur persönlichkeitsorientierten Personalselektion, Teamentwicklung und Laufbahnberatung», wie es der Firmenprospekt formuliert. Mit comm power allein hätte sie mit der Zeit nur noch Managementaufgaben gehabt, das Lebendige sei zu kurz gekommen. Mit LeadNet wurde das wieder anders, oft führt Légeret die Seminare selbst durch, in denen die Sozial- und Selbstkompetenz der Bewerber getestet wird. «Ich kann mich beruflich weiterentwickeln, ohne die Firma zu wechseln.»

LeadNet und comm power zusammen machten 1999 einen Umsatz von 4,8 Millionen Franken. Viele der fünfzehn Mitarbeiter arbeiten Teilzeit. «Wir legen Wert auf eine gute Durchmischung von der Lebenssituation, vom Geschlecht, vom Alter her.» Die Chefin selbst war lange Zeit die Jüngste. Hatte sie nie Autoritätsprobleme? «Ich nehme meine Mitarbeiter ernst und trage Sorge zu ihnen. Ich bin kollegial, aber klar. Es gab höchstens ein, zwei ältere Männer, die Schwierigkeiten mit mir hatten...»

Und bei Kunden? «Es gibt Fälle, da hat man nicht die gleiche Wellenlänge. Aber wenn es funkt, merkt man das jeweils sofort. Und das ist ein schönes Gefühl, das gibt Energie.» Energie tankt sie auch bei ihren Kindern: «Sie helfen einem abzuschalten, weil sie hundertprozentige Präsenz fordern. Da kann man nicht mogeln.»

Survival is survival of the fittest. Er hat mit Rauchen aufgehört, trinkt frischgepressten Orangensaft, trainiert regelmässig, achtet auf seine Kleidung. Seine 182



Christine Bläuer Böhm, BCD GmbH: «Ich mag ja sehr gerne Krimis, und meine Arbeit hat was Detektivisches.»

Zentimeter hat er voll unter Kontrolle, verlässlich oder schlaff scheinen sie, dann wieder leicht wie eine Handvoll Federn, dann hart mit Muskeln vollbepackt, ganz wie es beliebt. Seit rund zehn Jahren ist er Unternehmer. Das Produkt, das er verkauft? Sich selbst. Alexander Seibt (32) ist Schauspieler und Mitbegründer der freien Theatergruppe Off-Off-Bühne.

Von Anfang an pflegten die Off-Off-Leute einen sehr bewussten Umgang mit den Medien. Sie treten meistens zusammen auf, sie promoten sich gegenseitig, und wenn immer möglich handeln sie nach der Maxime: Medien wollen eine Geschichte. Also mach das, was du bist, zu einer Geschichte. Voilà, hier ist sie:

Vor rund sieben Jahren, nach einem abgebrochenen Philosophiestudium und drei Jahren Ausbildung an der Theaterwerkstatt Luzern, traf Alexander Seibt an der Aufnahmeprüfung zur Schauspielakademie Zürich Pascal Ulli. Das war der Beginn einer wunderbaren Zusammenarbeit. Keiner hatte Lust, den Weg durch den Kuchen zu gehen, sie bildeten lieber selber einen: Pascal Ulli hatte ein Stück, jetzt hatte er noch Alexander. Die beiden fanden eine Schauspielerin, Ingrid Sattes, die ihre sichere Stelle als Arbeitspsychologin schmiss, und sie fanden im dipl. Architekten ETH Igor Bauersima einen Autor-Regisseur, der ihre Stücke schreibt und inszeniert. Seither bringen die vier pro Jahr ein bis zwei Stücke heraus, sie wollen gutes Theater mit geringen Mitteln machen, sie arbeiten wie die Wilden, sie haben Erfolg. Daneben verfolgt jeder eigene Projekte. Sattes arbeitet beim TV, Ulli macht Soloprogramme und, wie auch Seibt, kleinere und grössere Spielfilme.

Dass die Off-Off-Leute sich offen über ihre Vermarktung Gedanken machen, unterscheidet sie grundsätzlich von Schauspielern, die im Geiste von 68 gross geworden sind. Es ist noch nicht so lange her, da war die Theaterwelt klar geteilt in E und U, in Kunst und Kommerz. Ein ernstzunehmender Schauspieler lehnte den Erfolg beim grossen Publikum ab. «Tatort»? Werbung? Nie! «The message» war das Zauberwort.

Wenn heute Botschaft immer noch wichtig ist, dann, weil der Markt das verlangt. «Du machst nicht jeden Scheiss – das ist auch ein Wert, ein Marktwert», sagt Seibt. «Es gab die Zeit, da mein Tisch voller Mahnungen war. Da kam das Angebot: sehr, sehr viel Geld für einen halben Tag Werbung. Es gibt tolle Werbung. Aber jener Spot war sehr dumm. Ich tigerte einen harten Tag in meiner Wohnung herum.» Seibt lehnte ab.

Eine Zusage, da ist er überzeugt, hätte ihm das Publikum vielleicht verziehen, aber nie vergessen. Denn: «In so vielen Soaps und Talks wird vermittelt, der Mensch sei eine Wurst, ich aber sage: Der Mensch ist keine Wurst! Er ist wunderbar, intelligent und zu Tiefe fähig.» Und: «Ich will das Wertvollste von mir geben.» Und: «In einem Lebenslauf müsste auch stehen, wozu man Nein gesagt hat, das sagt genausoviel, wie was man gemacht hat.» Und: «Gute Schauspieler sind Projektionsflächen, aber dazu darf man nicht zuviel von ihnen wissen. Menschen in Unterhosen sind immer enttäuschend.» Und: «Mit der Schauspielerei habe ich gewählt, was ich am wenigsten gut kann: mich in grosse Gefühle stürzen.»

Bei all diesen Sätzen strahlt Seibt Aufrichtigkeit aus. Er scheint ein Herz zu haben gross wie ein Haus. Seine



Peter Schüpbach, Miracle Holding: «If you can dream it, you can do it.»

Augen leuchten manchmal wie die Kerze neben ihm. Ist das jetzt Schauspielerei? Aber bevor die Zuschauer ihn lieben können, müssen ihn zuerst Agenten, Casting-Agenten, Regisseure lieben. Wie bringt man die soweit?

«Beim Casting will ein Regisseur vor allem herausfinden, ob er dich mag, und ob du mit deinem Stil in den Stil des Filmes, den du gar nicht kennst, passt. Mit anderen Worten: Du hast keine Chance. Castings sind archetypische Situationen, verbunden mit stärksten Emotionen: Du bist der Affe, der ins Rudel will. Du bist verführbar. Also sage ich mir vorher ganz fest: Du bekommst mich. Aber so, wie ich bin. Take it or leave it.»

Soviel zur ursprünglichsten Form des Marktes: der Selbstvermarktung.

Bei dem, was Christine Bläuer Böhm anzubieten hat, nützt Werbung praktisch nichts. Reich wird sie mit ihrer Arbeit nie werden, obwohl sie sich in ihren Kreisen einen Namen geschaffen hat. Und im Gegensatz zu Leuten wie den Parx-Members kann sie nicht einmal immer jede Stunde geleisteter Arbeit verrechnen, das wäre ihren Auftraggebern zu teuer.

Bläuer ist Conservation scientist, Konservierungswissenschaftlerin. Ursprünglich hat sie eine Lehre als Hochbauzeichnerin gemacht, dann Mineralogie studiert und eine Dissertation über die Verwitterung des Berner Sandsteins geschrieben. Es folgten Forschungsprojekte in Hannover und Köln. Das Wissen, das Bläuer hat, ist ein Produkt von Erfahrungen, Selbststudien, Kongressbesuchen. Weil es dafür keine Stelle gibt, musste sie sich eine schaffen. Im Juli 1995 gründete sie mit zwei Kolle-

ginnen das Büro für Expertisen von Boden, Wasser, Gestein und Baudenkmälern, die BCD GmbH (Bode Chempe Dänkmau). Für das D ist Bläuer zuständig.

Wenn sie, in ihren robusten Kleidern und ihrer kollegial-bodenständigen Art, mit den achtziger Yuppies definitiv nichts gemein hat, dann teilt sie mit den Neunzigern mindestens die Begeisterung: Sie bringt diesem «Brösmeli», das da von irgendeiner deutschen Wand aus dem 16. Jahrhundert unter ihr Mikroskop gelangt ist, ein fast emotionales Interesse entgegen. Dieses Brösmeli wird einer Malschichtstratigraphie unterzogen. Und dann? «Dann weiss ich, wie das Brösmeli zusammengesetzt ist. Vielleicht ist obendrauf eine Kruste Gips zusammen mit Dreck, so dass es schwarz aussieht, darunter aber entdecke ich womöglich eine rote Malschicht, wahrscheinlich Ölfarbe.» Das würde bedeuten? «Dass die Wand nicht mehr mit jedem Konservierungsmittel behandelt werden kann.» Und was sind sonst so ihre Aufgaben? «An einer fünfhundertjährigen Wand werden Salzausblühungen festgestellt. Da mache ich eine Schadenanalyse, eine Schadendynamikanalyse, sowie Vorschläge, wie man den Schaden begrenzen könnte, solches halt. Ich mag ja sehr gerne Krimis, und meine Arbeit hat was Detektivisches. Das gefällt mir.»

Das Telefon läutet. Wie sie den Hörer wieder auflegt, sagt sie mit freudiger Überzeugung: «Man hat es einfach mit gmögigen Leuten zu tun in meiner Branche!»

Jetzt ist das Geld da. Letztes Jahr ging Peter Schüpbach mit seinem 1986 gegründeten Unternehmen für betriebswirtschaftliche Standardsoftware, der Miracle

Holding, an die Börse; das Going public brachte dem Jungunternehmen 140 Millionen, und inzwischen wird Miracle an der Börse mit rund 450 Millionen bewertet; eine stattliche Summe für eine Firma, die bis anhin nur Verlust gemacht hat und mit rund 200 Mitarbeitern im letzten Jahr nach Schätzungen etwas über 33 Millionen Franken umsetzte. Trotz vielen Tiefs hat Peter Schüpbach durchgehalten. Das unterscheidet ihn am augenfälligsten vom Yuppie der achtziger Jahre.

Auf Firmenfotos sieht Schüpbach, geboren 1962, sehr aufrecht und auf Optimismus getrimmt aus. In natura wirkt er entspannt, fast locker. Erfolg bedeutet für ihn, «mit anderen zusammen etwas zu vollbringen, was niemand für möglich gehalten hätte».

Schüpbach war ein «lausiger Schüler», nach einer Banklehre ging er in die USA, kam zurück und machte zuerst einmal im Militär weiter, bis hin zum Bataillonskommandant-Stellvertreter. «Damals hiess es, nur Akademiker seien zum Weitermachen befähigt. Das spornte mich an.» Er studierte an der Fachhochschule Bern Betriebswirtschaft, aber nicht fertig; Kollegen wollten eine Firma gründen und baten ihn um Hilfe für einen Businessplan. Da war sein Unternehmergeist geweckt.

Mit einer «Rieseneuphorie» stürzten sie sich ins Abenteuer. Als Startkapital dienten ihnen ihre Studentendarlehen: 30 000 Franken. Tatsächlich waren es dann nur noch 20 000. Einer von ihnen, ihr «Hirni», hatte nämlich geglaubt, ein System zum Knacken der Spielbank gefunden zu haben... Zusätzlich verkauften sie aus Taiwan importierte PCs. Alles Geld wurde in die Softwareentwicklung gesteckt. In den ersten vier, fünf Jahren arbeiteten sie wie besessen, vor morgens um zwei ging keiner nach Hause. Am Tag band sich Schüpbach die Krawatte um und machte Kundenpräsentationen, nachts wurde getüftelt. Lohn zahlten sie sich in dieser Zeit keinen aus, alle wohnten noch bei den Eltern.

Selbstverständlich gab es Spannungen («Wie viele Taiwanger-PCs sollen wir einkaufen?»), manche Programme hatten Kinderkrankheiten. Aber die Firma wuchs schnell. Alles, was sie verdienten, investierten die Teilhaber weiterhin in die Firma, sie nahmen Kredite auf, sie verschuldeten sich privat.

Eine wirklich schwierige Entscheidung trafen Schüpbach und seine Leute 1994/95: ihre Standardsoftware Miracle war ein Erfolg. Aber sie merkten: in zehn Jahren wäre sie, in deren Entwicklung sie so viel Zeit, Geld und Herzblut investiert hatten, veraltet. Was tun? Sie entschieden sich, alles über den Haufen zu werfen und ganz von vorne anzufangen. Viele schüttelten den Kopf, sie verloren Kunden, und ob es mit der Neuentwicklung klappen würde, stand in den Sternen. Das Risiko war gross, der Weg hart. Doch dann kam nach intensiven Forschungsarbeiten 1998 miracle xrp auf den Markt.

Peter Schüpbach hat nicht zufällig ein amerikanisches Motto: «If you can dream it, you can do it.» Die Schweizerische Variante davon lautet «'s isch ja nur es chlises Träumli gsii...» – und ist ein Lied des Verzichts.

Young, urban, professional – der Weg, seine Träume zu verwirklichen, erfordert Kredite, viel Arbeit, viel Mut, Talent, Glück und nicht zuletzt den Glauben an eine Welt, die auf einen wartet. Die sozialen Vitamin-drink-Yuppies sind das, was die Theoretiker der Globalisierung fordern: selbstverantwortliche, kreative und hochmobile Humaneinheiten.

Im Gegensatz zu den stabilen Vorrezessionsjahren, in denen man fast automatisch Karriere machte und die Phantasielosen mehr Geld verdienten als die Phantasievollen, haben Winner heute den interessanteren Lebenslauf als Loser. Das ist ungerecht. Oder etwa nicht?

Der Fotograf Mike Frei lebt in Zürich.

OFFICE INNOVATION

Burdick is back
Die Werkbank des Managers

- designorientiert
- flexibel
- repräsentativ

büro-fürer
office design

Büro+Licht Center Zürich Würzgrabenstrasse 5 8048 Zürich-Altstetten Tel. 01-439 49 49	Office Design Center Basel Aeschenvorstadt 55 4010 Basel Tel. 061-272 86 86	Office Design Center Bern Effingerstrasse 11 3001 Bern Tel. 031-382 28 29
--	--	--

hermann miller www.fuerrer-design.ch