

Innovation auf den Zahn gefühlt

In Krisenzeiten sollte man einfallsreich bleiben. Aber gleichzeitig drückt das ungewisse Umfeld auf die Motivation. Die Redner am Schweizer KMU-Tag in St. Gallen plädierten dafür, trotzdem etwas zu tun – auch wenn nicht alles planbar sei.



Zahnmedizin als Schweizer Markenartikel: Die Zahnärztinnen Haleh (links) und Golnar Abivardi aus Zürich.

THORSTEN FISCHER

ST. GALEN. Einzelne Klein- und Mittelunternehmen (KMU) schauen zwar optimistisch in die Zukunft. Doch das gesamte wirtschaftliche Umfeld bleibt anfällig und zerbrechlich. «KMU in fragilen Zeiten» hatte sich denn auch der Schweizer KMU-Tag in St. Gallen als Motto auf die Fahnen geschrieben. Wie sich das Wirtschaftsumfeld in den kommenden Monaten entwickeln wird, konnte niemand der Gastreferentinnen und Gastreferenten voraussagen. Stattdessen bekamen die über 1000 Teilnehmer des KMU-Tages etwas anderes vorgezsetzt: Lebhaften Anschauungsun-

terricht, dass es sich lohnen kann, trotz Widrigkeiten eine Idee weiterzuverfolgen.

So wie etwa die Schwestern Haleh und Golnar Abivardi. Beide haben Zahnmedizin studiert und ab 2003 mit einem neuartigen Klinikkonzept zuerst den Schweizer Markt aufgerollt – was in der Branche nicht nur Freude ausgelöst hat. Am Anfang stand die Idee, Kunden den Zahnarztbesuch angenehmer zu gestalten. Bevor allerdings das wie eine Wellness-Oase gestaltete Zahnärzteezentrum in Zürich öffnen konnte, mussten in aufreibender Suche Risikokapitalgeber gefunden wer-

den. Eine Kleinbank habe ihnen schliesslich den ersten Kredit gegeben, sagte Haleh Abivardi.

Schnelle Expansion

Der nach der Eröffnung einsetzende Erfolg überraschte selbst die beiden Schwestern. Ihre Idee,



Marketing- und Geschäftskonzepte aus anderen Branchen auf die Zahnmedizin zu übertragen, zahlte sich offensichtlich aus. Dazu gehören neben einem entspannenden Ambiente grosszügige Öffnungszeiten, eigene Mundpflege-Produkte oder die Möglichkeit, eine Zahnbehandlung via Leasing abzugelten. Das Konzept unter der Marke «Swiss Smile» liess sich zudem überraschend einfach ins Ausland übertragen. Nach einer Niederlassung in London wird jetzt ein Zahnbehandlungszentrum im indischen Bangalore eröffnet. Heute zählt das Unternehmen – nur sechs Jahre nach seinem Start – laut eigenen Angaben 55000 Kunden. Das Tempo der Innovation werde zum Teil von aussen bestimmt, räumte Golnar Abivardi ein. So müsse man der Konkurrenz, die erfolgreiche Ideen rasch kopiere, immer einen Schritt voraus sein.

Dass schnelle Expansion und Ruhm auch negativ wirken können, mussten die Abivardis feststellen, als Berichte auftauchten, das Zahnunternehmen stecke in Zahlungsschwierigkeiten. Laut den beiden Schwestern sei es im Kern darum gegangen, dass man bei den AHV-Leistungen mit der Behörde für einen gewissen Zeitraum eine Zahlung in Raten statt als Ganzes vereinbart habe. Die Überzeugung, dass es nach Rückschlägen immer wieder aufwärts geht, liessen sich die beiden dadurch aber nicht nehmen: Als nächstes entstehen nach dem gleichen Konzept Zahnzentren speziell für Kinder.

Neben Mut auch Glück

Ein Pionier, der in der Medienbranche gleich mehrfach Strukturen aufgebrochen hat, ist Roger Schawinski. Dabei hatte er kurz nach seinem Studium an der HSG gar nicht im Sinn, Unternehmer zu werden, wie er am KMU-Tag sagte. Dass es während der letzten Jahrzehnte doch dazu gekommen ist, lag daran, dass Schawinski

eine Chance nach der anderen packte – und hin und wieder von glücklichen Umständen profitierte. «Um Erfolg zu haben, müssen viele Dinge zusammenpassen», sagte Schawinski. Das gelte auch für das als Piratensender gestartete Radio 24. Es feiert dieser Tage sein 30jähriges Bestehen. Dass 1979 überhaupt von Italien aus privat in die Schweiz gesendet werden konnte, lag daran, dass der südliche Nachbar gerade sein Radio- und TV-Gesetz gekippt hatte. Technisch habe man davon profitiert, dass sich die UKW-Wellen besser als erhofft ihren Weg über die Alpen bahnten, wie Schawinski verdeutlichte. In den 90er-Jahren forderte er mit seinem Privatfernsehen (TeleZüri/Tele24) die etablierten Schweizer Medienstrukturen ein weiteres Mal heraus. 2003 wurde er Manager des deutschen Fernsehkonzerns ProSiebenSat1 – und verliess ihn nach drei Jahren wieder. Warum? «Zum Erfolg gehört auch, im richtigen Moment loszulassen und etwas Neues zu wagen», erklärte er. Aktuell ist dies der Sender Radio 1, den Schawinski seit 2008 in Zürich betreibt.

Mehr Zeit zum Nachdenken

Trotz aller Unwägbarkeiten scheinen es Unternehmer in einem Punkt aber einfach zu haben, zumindest einfacher als Schiedsrichter, wie Urs Meier aufzeigte. Der Schweizer Ex-Schiedsrichter hat Fussballmatches an der Weltmeister- und Europameisterschaft gepfiffen. «Unternehmer haben für ihre Entscheide mehr Zeit und können sie detailliert abwägen», sagte er. Auf dem Spielfeld müsse der Unparteiische in inert Sekunden eingreifen – und die Reaktion des Publikums sei manchmal ebenso schwierig abzuschätzen wie bei einem Entscheid in der Wirtschaft.