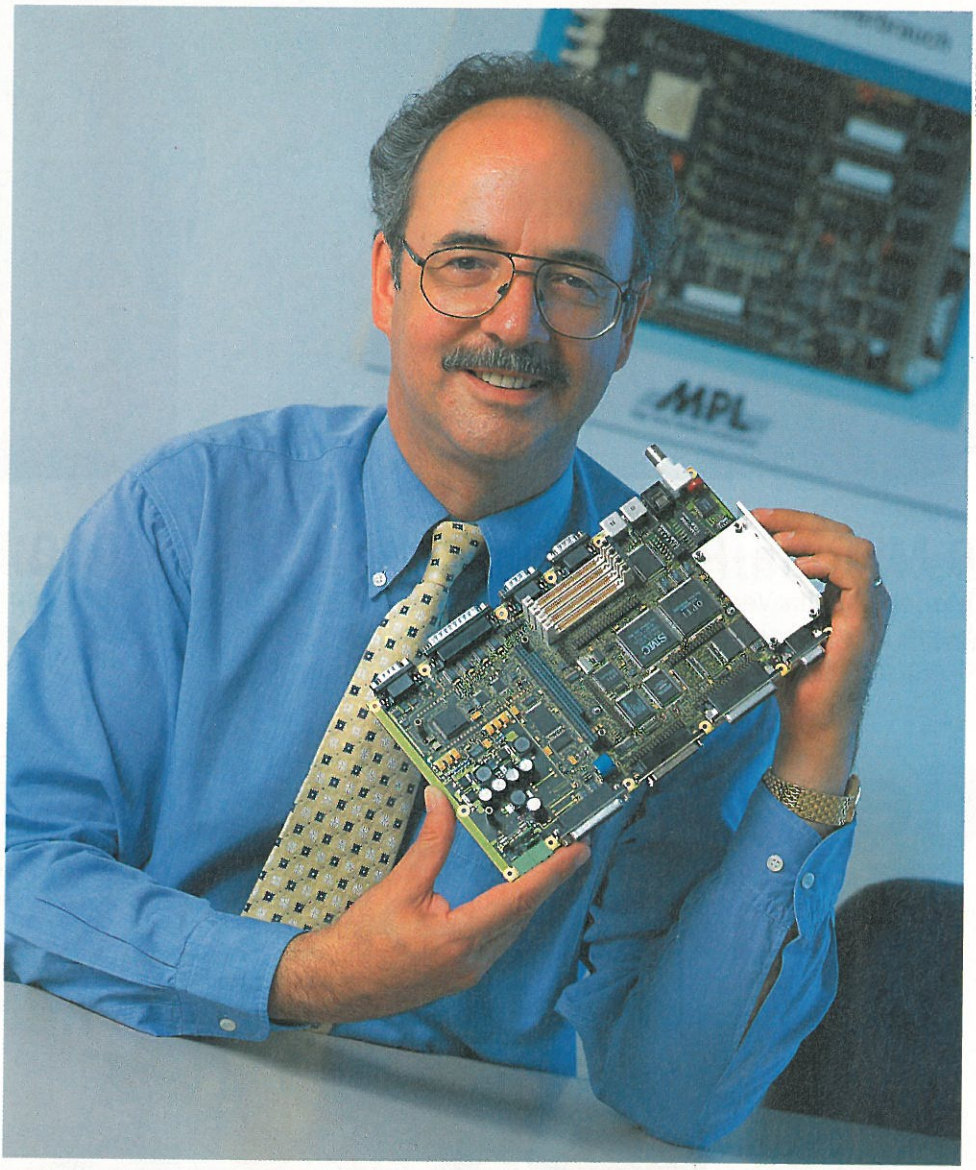
Die Stimme für die Kleinen

Rudolf Hug macht mit High-Tech gutes Geld. Doch das genügt dem Inhaber der MPL nicht: Der Erfolgsmann kämpf jetzt politisch für die Anliegen der Klein- und Mittelbetriebe.



HORST PFINGSTTAG

RUDOLF HUG, Inhaber der MPL, hat nicht nur als Unternehmer Erfolg, sondern auch politisch.

Von CLAUS NIEDERMANN

WER IN DER REGION BADEN EINE Geschäftsidee hat, kann bei der Stiftung BusinessPool anklopfen. Die neue Anlaufstelle will Ideenträgern unter die Arme greifen. «Wir sorgen dafür, dass innovative Projekte rasch realisiert werden können», sagt Mitgründer Rudolf Hug. Und er weiss exakt, wie man Ideen erfolgreich am Markt umsetzt. Schliesslich hat er in den letzten fünfzehn Jahren ein eigenes kleines Firmenkonglomerat mit fünf Unternehmen und insgesamt 30 Mitarbeitern aufgebaut. Notabene alles High-Tech-Perlen, die mit hochstehender Industrieelektronik Bombengeschäfte machen.

Dabei hält Hug nichts von rücksichtsloser Gewinnmaximierung. Wer aus einem Unternehmen nur immer mehr Geld herauspressen wolle, der sitze irgendwann auf dem trockenen, philosophiert der heute 48jährige. Statt kurzfristig Toprenditen zu generieren, erhöhte Hug lieber laufend die Investitionen in die Forschung und Entwicklung.

Der Erfolg gibt ihm recht. Seine Produktionsfirma MPL konnte sich mit der Verbindung von Qualität und Innovation im schnellebigen Elektronik-Business international einen Namen machen und verfügt heute über so hochkarätige Kunden wie die US-Regierung, die Nasa, IBM, Hewlett Packard, Associated Press, Kodak oder ABB. Die MPL-Erfolgsprodukte sind Lese- und Schreibgeräte für PC-Cards und Mikroprozessoren-Boards, die wenig Energie verbrauchen und äusserst robust sind.

Der clevere Marktnischen-Player hat bescheiden angefangen. Seinen ersten Erfolg verbuchte der gelernte Fernmeldetechniker und Sohn eines Briefträgers vor 30 Jahren als Gewinner des Wettbewerbs «Schweizer Jugend forscht». Dann arbeitete er sich über verschiedene Anstellungen in die Manager-Position hoch. Im Zentrum seiner Aktivitäten stand immer die Entwicklung von kundenspezifischen Mikroprozessoren-Boards inklusive Software. Den Schritt in die Selbständigkeit vollzog er durch die Gründung einer Engineering-Firma. Weil sein Lieferant ausstieg, gründete er 1985 mit der MPL auch eine Produktionsfirma.

Nun hat es Hug geschafft. Jahr für Jahr steigerte er Umsatz, Cash-flow und Gewinn. Weil er die Abwicklung des Alltagsgeschäftes an Geschäftsleiter Remy Loertscher delegiert hat, kann er jetzt das

Business ruhiger angehen. Doch der Erfolgsunternehmer verbringt seine Zeit nicht auf dem Golfplatz und besitzt auch keine Jacht. Seine neuen Steckenpferde sind die Jungunternehmerförderung, Investitionen in Venture-capital-Projekte und die Politik.

Hug ist eine Ausnahmeerscheinung, zumal gerade für waschechte Unternehmer die politischen Mühlen meist viel zu langsam mahlen. «Wir brauchen in der Politik neben den Juristen, Lehrern, Staatsangestellten, Verbandsvertretern und Hausfrauen unbedingt mehr Unternehmer», kommentiert Hug. Und so ist er in den politischen Reihen einer der wenigen Vertreter aus dem High-Tech-Business.

Das zentrale Ziel seiner Aktivitäten ist die Stärkung der Klein- und Mittelbetriebe. Hug ist kein hemdsärmliger Haudegen und Polterer. Er agiert behutsam, strategisch durchdacht und entsprechend effizient. Wie er früher für seine Firmen Schritt für Schritt ein feingliedriges Netzwerk aufbaute, macht er das gleiche nun für die KMU in der Wirtschaftspolitik. In der Aargauer FDP gehört er bereits der Parteileitung an und wurde vor Jahresfrist in den Grossen Rat des Kantons Aargau gewählt. Und jetzt beginnt er gesamtschweizerisch seine Fäden zu spannen – mit fast missionarischem Eifer. Mit gutem Grund, denn Hug ist überzeugt: «Die exportorientierten KMU brauchen eine Stimme, die ihre Anliegen konsequent vertritt.» ■

MPLs Erfolgsfaktoren

Mit einer gezielten Marktnischenpolitik agiert die MPL in Bereichen, wo Qualität und Innovation zählt, und umschifft so den enormen Preisdruck, dem andere High-Tech-Firmen ausgesetzt sind.

Selber gemacht wird nur, was zu den Kernkompetenzen gehört. Als beispielsweise ein US-Abnehmer 10 000 Geräte für PC-Cards bestellte, wurde die eigene Produktion nicht etwa ausgebaut, sondern eine Lizenz abgegeben.

Innovationen gehören zur Firmenstrategie, aber nur, wenn die direkte Umsetzung möglich ist. Hugs Kommentar: «Wir sind schliesslich kein Forschungsinstitut.»

Neuentwicklungen werden als Serienprodukte konzipiert. Dadurch kann die Wertschöpfung pro Innovation markant gesteigert werden.

Fitnessprogramm für morgen

HUNDERTTAUSEND FRANKEN KÖNNEN viel bewirken. Damit kann eine junge Firma angeschoben werden, wie dies die De-Vigier-Stiftung mehrmals pro Jahr macht. Das schafft Arbeitsplätze, vielleicht zwei oder drei, manchmal zehn oder zwanzig, in Ausnahmefällen gar hundert und mehr. Auch der Bund investiert in die Firmengründer. Dafür ist die Kommission für Technologie und Innovation oder kurz KTI zuständig. KTI Start-up heisst das Fitnessprogramm für Neuunternehmen, das Jungunternehmern bisher fünf Millionen Franken zur Verfügung stellte. Damit wurde für Studenten, Doktoranden und Professoren der Schritt ins Unternehmertum geebnet.

MARTIN RUTSCHI

CLAUS NIEDERMANN
KMU-Spezialist

Mit Erfolg, wie kürzlich Bundesrat Pascal Couchepin stolz verkündete. Das Resultat der Aktion sind 13 neue Firmen, die insgesamt 50 Mitarbeiter beschäftigen. Rein rechnerisch betrachtet kostete ein Arbeitsplatz exakt 100 000 Franken. Effektiv investierte der Bund aber weit mehr. Da es sich fast ausnahmslos um die Marktumsetzung von Forschungsergebnissen handelt, flossen weitere Millionen über die Forschungsförderung in die Projekte. Somit investierte der Bund in jeden der 50 neuen Arbeitsplätze ein Mehrfaches der 100 000 Franken der KTI-Start-up-Aktion. Trotzdem: Das ist nur eine Momentaufnahme. Gelingt den Jungfirmen der Durchbruch, so werden die 13 Unternehmen dereinst Hunderte von Personen beschäftigen.

NOCH VOR WENIGEN JAHREN WAGTE sich hierzulande kaum jemand an solche Projekte. Es gab zwar Ausnahmen, wie die Highflyer Esec, Disetronic, Phonak und Komax beweisen. Dass heute Neuunternehmen, die über ein grosses Marktpotential verfügen, gleich dutzendweise lanciert werden, zeugt von einer neuen Denkweise. Die Schweiz hat den Glauben an die Zukunft wieder gefunden. Und nicht nur Stiftungen und der Staat sind aktiv, sondern auch private Investoren. Davon profitiert beispielsweise die Chamer Firma Axintermedia, die ab Herbst pro Jahr etwa sechs Millionen bespielbare Compact Discs produzieren will. Die Realisation eines solchen Projektes war noch vor kurzer Zeit hierzulande unvorstellbar. Jetzt wollen der aus Bulgarien stammende Atanas Zafirov und seine beiden Partner Andreas Kühne und Beat Güttinger beweisen, dass es möglich ist, in der Schweiz eine Massenproduktion für den europäischen Konsummarkt aufzuziehen. Die Firma ist startklar und will innerhalb dreier Jahre mit der Marke Vivastar zur Nummer eins in Europa werden.

DOCH ALLER EUPHORIE zum Trotz: Die Nachwehen der Rezession sind noch nicht vorbei. In den ersten vier Monaten von 1998 stieg die Zahl der Firmenkonkurse auf Rekordhöhe. Zwischen Januar und April schlitterten über 1500 Firmen in den Konkurs. «Die Krise ist noch nicht ausgestanden», warnt Roland Nydegger, Verbandssekretär des Schweizerischen Gewerbeverbandes (SGV). Und für die Liquidation der angeschlagenen Betriebe nahmen die Banken Rückstellungen in der Höhe von mehreren zehn Milliarden vor und kamen prompt in Clinch mit dem SGV. Verhandlungen am runden Tisch zwischen der Schweizerischen Bankiervereinigung und dem Gewerbeverband brachten keine Lösung.

Jetzt will der SGV retten, was noch zu retten ist. In diesen Tagen werden erstmals auf breiter Front Manager als Sanierer ausgebildet, die den angeschlagenen KMU mit Wachstumspotential aus der Patsche helfen sollen. Doch alle schlingernden Firmen sind nicht zu retten. Um so wichtiger sind die «Aufforstungsaktionen» für Neuunternehmen, wie sie derzeit stattfinden.