

Handelszeitung
8021 Zürich
043/ 444 59 00
www.handelszeitung.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 37'909
Parution: hebdomadaire

N° de thème: 999.056
N° d'abonnement: 1086739
Page: 60
Surface: 157'910 mm²

Export Award Sechs Firmen sind in zwei Kategorien für den Schweizer Aussenwirtschaftspreis nominiert.

Die Besten des Jahres

ROBERT WILDI UND NORMAN C. BANDI

Anlässlich des 13. Aussenwirtschaftsforums von Switzerland Global Enterprise (S-GE), vormals Osec, am 23. April 2015 in der Messe Zürich wird der Export Award zum achten Mal an Unternehmen verliehen. Als Finalisten nominiert sind in der Kategorie «Step-in» Geosatis, Ppura und Winterthur Instruments. Um die Trophäe in der Kategorie «Success» konkurrieren Amberg Technologies, Duagon und InSphero.

Der seit 2007 jährlich verliehene Aussenwirtschaftspreis würdigt Projekte schweizerischer und liechtensteinischer Firmen, die in den letzten Jahren eine erfolgreiche Strategie für den Markteintritt im Ausland ausweisen konnten. Als Kriterien für die Selektion gelten der Schwierigkeitsgrad, sprich die Komplexität und Herausforderung im Zielmarkt, und die Überzeugungskraft des Projekts, das bedeutet Logik, Effizienz und Entschlossenheit des Konzepts. Originalität und Innovationsgrad gelten ebenfalls

als wichtige Kriterien. Dazu kommt der Erfolgsnachweis: Ein bis zwei Jahre für die Kategorie «Step-in», zwei bis drei Jahre für die Kategorie «Success». Für S-GE müssen sich die Finalisten durch systematisches Vorgehen, ein klares Konzept sowie innovative Ideen ausgezeichnet haben und erste Erfolge vorweisen können.

Der Export Award wird von einer unabhängigen Jury verliehen, die aus Persönlichkeiten der hiesigen Wirtschaft und Wissenschaft besteht: Pascal Ihle, stellvertretender Chefredaktor der «Handelszeitung» im Verlag Axel Springer Schweiz, Zürich; Peter E. Naegeli (Jury-Präsident), Partner und Verwaltungsratspräsident von Abegglen Management Consultants, Zürich; Martin Naville, Geschäftsführer der Swiss-American Chamber of Commerce (AmCham), Zürich; Emanuel Probst, Geschäftsführer von Jura Elektroapparate, Niederbuchsiten; Winfried Ruigrok, Rektor der Executive School of Management, Technology & Law an der Universität St. Gallen (ES-HSG), St. Gallen; Ralph P. Siegl, Geschäftsführer von Confiseur Läderach, Ennenda; Nicola Thibaudeau, Geschäftsführerin von MPS Micro Precision Systems, Biel; und Monika Walser, Partnerin der Waega Group, Zürich.



Handelszeitung
8021 Zürich
043/ 444 59 00
www.handelszeitung.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 37'909
Parution: hebdomadaire

N° de thème: 999.056
N° d'abonnement: 1086739
Page: 60
Surface: 157'910 mm²

FINALIST «STEP-IN» GEOSATIS, LE NOIRMONT JU

Volltreffer in Südafrika

Eine Begegnung im Jahr 2006 wurde zum Schlüsselereignis. Der Romand José Demetrio, gelernter Elektriker, unterhielt sich mit dem Direktor einer grossen Westschweizer Strafanstalt. Der beklagte sich über eine chronische Überbelegung. Wohin nur mit all den Straftätern? Mit dieser Schwierigkeit haben weltweit viele Gefängnisse zu kämpfen. Eine delikate Angelegenheit, geht es doch häufig um weitreichende Fragen zur nationalen Sicherheit. Demetrios Gesprächspartner formulierte klare Vorstellungen zur Entlastung der Vollzugsbehörden: Es müsse bessere Möglichkeiten für den teilweisen Strafvollzug in begleiteter Form ausserhalb der Anstalten geben. Doch wie ist ein solcher pannenfrei zu gewährleisten? Sicherheitsvorkehrungen wie elektronische Fussfesseln sind anfällig. Gängige Modelle können mit einer Schere innert Sekunden durchgeschnitten werden. Hohe Kosten für Notfalleinsätze der Polizei mit erheblichen Restrisiken sind die Folge.

Demetrio liess das Gespräch nicht mehr los. «Es muss doch im Land der Uhren und mechanischen Präzision eine Lösung für dieses Problem geben.» Er studierte diverse bestehende Produkte und fand überall Schwachstel-

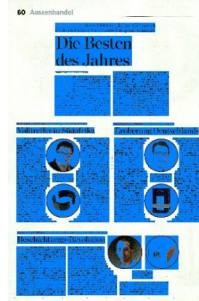


José Demetrio, Chef von Geosatis, Spezialist für elektronische Fussfesseln aus stabilem Kunststoff.



len. So fasste er den Entschluss, selber etwas zu erfinden. 2010 suchte er an der ETH Lausanne passende Partner dafür und fand den Deutschschweizer Telekommunikationsprofi Urs Hunkeler. Gemeinsam entwickelten sie eine neuartige elektronische Fussfessel, die den Weltmarkt revolutionieren sollte. 2011 gründeten Demetrio und Hunkeler die Geosatis mit Sitz im jurassischen Le Noirmont. Bald lag der erste Prototyp vor. Die Fussfessel ist aus extrem stabilem Kunststoff gefertigt und bietet aufgrund ihres geringen Gewichts trotzdem Tragekomfort. Darin integriert ist eine intelligente und benutzerfreundliche Software, die eine zuverlässige elektronische Rundumüberwachung von Straftätern im externen Vollzug garantiert.

Geosatis entschied sich für eine offensive Exportstrategie und hat in Südafrika einen ersten Volltreffer gelandet. Die lokale Regierung hat 2014 eine Grossbestellung für die elektronische Fussfessel aufgegeben. Südafrika sei nur ein Anfang, so Demetrio. «Das Potenzial unserer Erfindung auf dem gesamten Weltmarkt ist riesig.» Interessenbekundungen, die Geosatis fast täglich aus allen Himmelsrichtungen erreichen, stützen seine These.



Handelszeitung
8021 Zürich
043/ 444 59 00
www.handelszeitung.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 37'909
Parution: hebdomadaire

N° de thème: 999.056
N° d'abonnement: 1086739
Page: 60
Surface: 157'910 mm²

FINALIST «STEP-IN» PPURA, DULLIKEN SO

Eroberung Deutschlands

Es plagte sie das kulinarische Heimweh. Cemal Cattaneo und Maurizio Floccari, zwei italienische Cousins, hatten sich an den Hochgenuss der heimischen Mamma-Küche in ihren Elternhäusern im Kanton Solothurn gewöhnt. Nach dem Auszug folgte die Ernüchterung. Wo immer sie einkehrten: Die Pasta-Qualität konnte dem mütterlichen Standard nicht das Wasser reichen. Cattaneo und Floccari zogen die Konsequenzen gaben ihre vorgespurten Konzernkarrieren auf und gründeten im Jahr 2009 ein eigenes Label für hochwertige italienische Pasta.

Nach streng geheimen Mamma-Rezepten stellt Ppura seither in traditioneller Handarbeit Teigwaren aus erlesenem Biohartweizen her, den die Firmengründer aus Apulien beziehen. Die Produktion findet in Italien statt, den Vertrieb und die Vermarktung organisieren Cattaneo und Floccari am Firmensitz in Dulliken SO. Ppura entwickelt immer wieder neue Exklusivitäten, zuletzt etwa eine feuergeröstete Pasta. Zum Sortiment gehören auch würzige Pesto-Saucen und Olivenöle, alles ebenfalls in Bioqualität.

Weil die Schweiz als Absatzmarkt von Beginn weg nur wenig Volumen in Aussicht

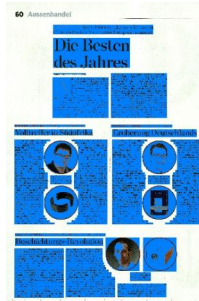


Cemal Cattaneo, Co-Chef von Ppura, Spezialist für hochwertige Pasta, Pestos und Olivenöle.



stellte, entschieden sich die Jungunternehmer für eine Exportstrategie über die nördliche Landesgrenze. «Der deutsche Lebensmitteleinzelhandel gilt zwar als der härteste weltweit. Nichtsdestotrotz haben wir ihn wegen der hohen Kaufkraft und der bekannten Affinität der Bevölkerung zu italienischer Feinkost als ersten Zielmarkt ausgewählt», sagt Co-Chef Cattaneo.

Mit viel Akribie und detaillierten Analysen wurden mögliche Zielgruppen und Distributionspartner evaluiert. Eine komplexe Aufgabe, zumal es in Deutschland rund 50 000 dezentral organisierte Retail-Outlets und 3000 Bioläden gibt. Dennoch hat es Ppura mithilfe von Marketingaktionen und erfolgreicher Pressearbeit geschafft, sich als hochwertige Bio-Marke zu etablieren. Zwischen 2010 und 2015 ist der Firmenumsatz in Deutschland von null auf einen siebenstelligen Betrag gewachsen und beträgt heute 60 Prozent des Gesamterlöses. In den nächsten drei bis fünf Jahren soll sich das Deutschlandgeschäft von Ppura gemäss Plan nochmals verfünffachen. Da freuen sich auch die Mamas, die bis heute jedes neue Angebot ihrer Söhne streng prüfen, bevor es für den Markt zugelassen wird.



Handelszeitung
8021 Zürich
043/ 444 59 00
www.handelszeitung.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 37'909
Parution: hebdomadaire

N° de thème: 999.056
N° d'abonnement: 1086739
Page: 60
Surface: 157'910 mm²

FINALIST «STEP-IN» WINTERTHUR INSTRUMENTS, WINTERTHUR

Beschichtungs-Revolution

Millionen Geräte, Maschinen, Autos und weitere Produkte werden täglich beschichtet, lackiert oder gespritzt. Der weltweite Beschichtungsmarkt ist ein lukrativer Milliardenmarkt. Aber er ist auch ein Millimetergeschäft, das keine Fehler verzeiht. Wird eine Beschichtung zu dick aufgetragen, kann sie nach dem Eintrocknen nicht mehr entfernt werden. Es drohen kostspielige Materialverluste, die zu 100 Prozent abgeschrieben werden müssen.

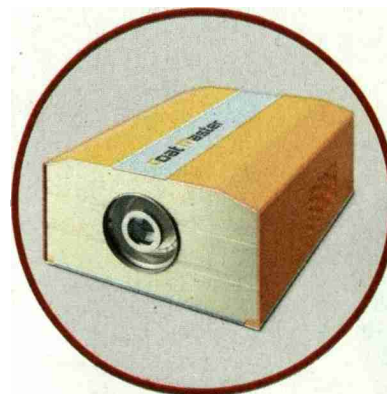
Die Lösung für dieses Problem scheint jetzt ein junges Winterthurer Startup gefunden zu haben. Die im 2011 gegründete Winterthur Instruments hat mit dem «Coatmaster» ein Messgerät zur berührungslosen Schichtdickenmessung entwickelt. Die Entwicklung wurde mit den drei Industriepartnern J. Wagner, Sulzer Metco und AkzoNobel durchgeführt.

Das Besondere: Das Gerät entdeckt kleinste Fehler im Nanometerbereich schon während dem Beschichtungsprozess und ermöglicht dadurch unmittelbare Nachbesserungen. Damit kann einerseits die kostspielige Fehlerquote praktisch auf null reduziert werden. «Andererseits sparen unsere Kunden während dem Beschichtungsprozess sowohl Material- als auch Personalkosten», sagt Nils Reinke, CEO von Winterthur Instruments.

Obschon der «Coatmaster» je nach Spezifikation 20 000 bis 60 000 Franken teuer ist – dazu kommen jährliche Wartungskosten von rund 3000 Franken –, macht sich seine Anschaffung für viele Kunden bezahlt. «Mit unserem Messgerät haben wir im globalen Beschichtungsmarkt die vierte industrielle Revolution ausgelöst», so die Überzeugung von Reinke.

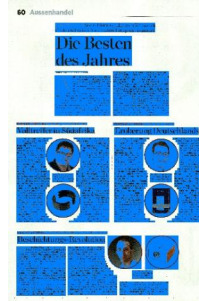
Bereits im ersten Jahr nach dem Markteintritt haben sich über 20 Kunden, vorwiegend aus der Automobilindustrie, für den «Coatmaster» entschieden. Dies hat Winterthur Instruments veranlasst, ihre Exportstrategie in einem ersten Schritt auf diese Branche auszurichten. Erste Erfolge wurden in verschiedenen europäischen Ländern wie Spanien oder Norwegen bereits erzielt. Unter anderem setzt BMW auf das Produkt. Praktisch aus

dem Stand heraus erzielt Winterthur Instruments heute



Nils Reinke, Chef von Winterthur Instruments, Spezialist für effizientere Beschichtungsanlagen.

schon 90 Prozent des Firmenumsatzes im Export. Und die Quote soll weiter wachsen. «Viel versprechende Verhandlungen führen wir zurzeit in Ländern wie China und Russland, wo der Automobilindustrie riesige Wachstumschancen prophezeit werden», sagt Reinke. Winterthur Instruments möchte mitwachsen.



Handelszeitung
8021 Zürich
043/ 444 59 00
www.handelszeitung.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 37'909
Parution: hebdomadaire

N° de thème: 999.056
N° d'abonnement: 1086739
Page: 60
Surface: 157'910 mm²

FINALIST «SUCCESS» AMBERG TECHNOLOGIES, REGENSDORF ZH

Chinesischer Markteintritt

Wenn chinesische Bahnpendler selbst bei 300 Stundenkilometern keinen Kaffee verschütten, liegt das an der hochpräzisen Schienenführung nach Schweizer Machart. Amberg Technologies aus Regensdorf ZH, ein Unternehmen der Amberg-Gruppe, ist vor zehn Jahren in den chinesischen Bahnvermessungsmarkt eingestiegen und hat die lokalen Regierungen auf der ganzen Linie überzeugt.

Den Markteintritt orchestrierte die Firma mit der gleichen Präzision, wie sie bei der Vermessung von Gleisabschnitten zu Werke geht. Amberg hat jahrelang vorsondiert und am Schweizer Sitz ganz bewusst einen chinesischen Ingenieur sowie weitere Experten mit detaillierten Fach- und Marktkennnissen eingestellt. «Diese Massnahme hat ganz entscheidend zum Erfolg in China beigetragen», sagt Marcel Kalbermatter, CEO von Amberg Technologies.

Das Unternehmen vertreibt vor Ort ein hochpräzises Messsystem und musste sich in Peking einen passenden Distributionspartner suchen. Diesen fand es in der lokalen Bonanza Rail Technology, die auch andere europäische Firmen in China vertritt. Schon bald konnte bei Bonanza ein Team aufgebaut werden, das ausschliesslich für Amberg arbeitet.

Im vergangenen Herbst konnte man bereits das 500. Messsystem in China verkaufen und hat das Geschäftsvolumen vor Ort seit dem Markteintritt kontinuierlich gesteigert. Der Umsatz in China für 2014 entspricht einem Viertel des Gesamtumsatzes, den Amberg zu 70 Prozent im Export erwirtschaftet hat. Gegenwärtig ist das Zürcher KMU als Technologiepartner massgeblich am Auf- und Ausbau des chinesischen Schienennetzes für modernste Hochgeschwindigkeitszüge beteiligt. Dieses Projekt wird den Umsatz nochmals erheblich ankurbeln. «Wir konnten in den ersten sechs Wochen 2015 bereits ein Auftragsvolumen fixieren, das 25 Prozent des Jahresbudgets entspricht», erklärt Kalbermatter.

Der Gefahr eines wachsenden Wettbewerbs durch Nachahmer gerade in China ist sich Amberg Technologies vollauf bewusst. «Wir wurden auch schon kopiert», betont der Chef. Ungeachtet dessen baut das Schweizer KMU seine Marktanteile vor Ort permanent aus. Zuzuschreiben ist dies einer ausserordentlichen Innovationskraft, mit der die Messinstrumente dauernd weiterentwickelt werden. Kalbermatter ergänzt: «Wir sind der Konkurrenz zwei bis drei Jahre voraus.» Das nennt man Unternehmertum im Highspeed-Verfahren.



Marcel Kalbermatter, Chef von Amberg Technologies, unter anderem Spezialist für Schienenführungen.





Handelszeitung
8021 Zürich
043/ 444 59 00
www.handelszeitung.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 37'909
Parution: hebdomadaire

N° de thème: 999.056
N° d'abonnement: 1086739
Page: 60
Surface: 157'910 mm²

FINALIST «SUCCESS» AMBERG TECHNOLOGIES, REGENSDORF ZH

Chinesischer Markteintritt

Wenn chinesische Bahnpendlers selbst bei 300 Stundenkilometern keinen Kaffee verschütten, liegt das an der hochpräzisen Schienenführung nach Schweizer Machart. Amberg Technologies aus Regensdorf ZH, ein Unternehmen der Amberg-Gruppe, ist vor zehn Jahren in den chinesischen Bahnvermessungsmarkt eingestiegen und hat die lokalen Regierungen auf der ganzen Linie überzeugt.

Den Markteintritt orchestrierte die Firma mit der gleichen Präzision, wie sie bei der Vermessung von Gleisabschnitten zu Werke geht. Amberg hat jahrelang vorsondiert und am Schweizer Sitz ganz bewusst einen chinesischen Ingenieur sowie weitere Experten mit detaillierten Fach- und Marktkenntnissen eingestellt. «Diese Massnahme hat ganz entscheidend zum Erfolg in China beigetragen», sagt Marcel Kalbermatter, CEO von Amberg Technologies.

Das Unternehmen vertreibt vor Ort ein hochpräzises Messsystem und musste sich in Peking einen passenden Distributionspartner suchen. Diesen fand es in der lokalen Bonanza Rail Technology, die auch andere europäische Firmen in China vertritt. Schon bald konnte bei Bonanza ein Team aufgebaut werden, das ausschliesslich für Amberg arbeitet.

Im vergangenen Herbst konnte man bereits das 500. Messsystem in China verkaufen und hat das Geschäftsvolumen vor Ort seit dem Markteintritt kontinuierlich gesteigert. Der Umsatz in China für 2014 entspricht einem Viertel des Gesamtumsatzes, den Amberg zu 70 Prozent im Export erwirtschaftet hat. Gegenwärtig ist das Zürcher KMU als Technologiepartner massgeblich am Auf- und Ausbau des chinesischen Schienennetzes für modernste Hochgeschwindigkeitszüge beteiligt. Dieses Projekt wird den Umsatz nochmals erheblich ankurbeln. «Wir konnten in den ersten sechs Wochen 2015 bereits ein Auftragsvolumen fixieren, das 25 Prozent des Jahresbudgets entspricht», erklärt Kalbermatter.

Der Gefahr eines wachsenden Wettbewerbs durch Nachahmer gerade in China ist sich Amberg Technologies vollauf bewusst. «Wir wurden auch schon kopiert», betont der Chef. Ungeachtet dessen baut das Schweizer KMU seine Marktanteile vor Ort permanent aus. Zuzuschreiben ist dies einer ausserordentlichen Innovationskraft, mit der die Messinstrumente dauernd weiterentwickelt werden. Kalbermatter ergänzt: «Wir sind der Konkurrenz zwei bis drei Jahre voraus.» Das nennt man Unternehmertum im Highspeed-Verfahren.



Marcel Kalbermatter, Chef von Amberg Technologies, unter anderem Spezialist für Schienenführungen.



FINALIST «SUCCESS» DUAGON, DIETIKON ZH

Zu 90 Prozent im Export

Nach dem Stopp am Bahnhof öffnet sich die Tür zum Perron hin. Sobald der Zug wieder losfährt, fährt ebenfalls die Klimaanlage nach oben. Niemand stellt das manuell ein, alles passiert automatisch. Zugsysteme bestehen aus verschiedensten Einzelkomponenten, die via Zentralrechner miteinander korrespondieren. Um ihre einwandfreie Funktionalität zu garantieren, entwickelt Duagon aus Dietikon ZH seit 20 Jahren elektronische Netzwerkkomponenten für die On-Board-Überwachungs- und -Steuerungskommunikation. Grosse Bahnbaunternehmen wie Alstom, Bombardier, Hasler Rail, Siemens oder Stadler Rail setzen auf die Dienste des Zürcher KMU.

Nach einer dreijährigen Planungsphase ist Duagon 2008 der angestrebte Eintritt in den chinesischen Schienenfahrzeugmarkt geglückt, wo

sich das Unternehmen rasch als Technologieführer in seiner Nische etablieren konnte. Inzwischen hat die Firma in China ein Umsatzniveau erreicht, das 35 Prozent des Gesamtvolumens ausmacht.

«Wir entwickeln und verkaufen elektronische Systeme, die in bestehende Hardware und Komponenten integriert werden müssen», erklärt Markus Dilger, CEO von Duagon. Weil die Systeme neben ihrer zuverlässigen Funktionalität auch durch eine einfache Integration in ganz unterschiedliche Schienenfahrzeuge überzeugen, verkaufen heute in China neben Lokomotiven und Highspeed-Zügen auch diverse U-Bahnen mit der Schweizer Präzisionselektronik an Bord. Metros wie jene in Peking sind für Duagon besonders lukrative Aufträge. «Sie verfügen über sehr viele Türen, von denen wir jede einzelne mit unseren



Handelszeitung
8021 Zürich
043/ 444 59 00
www.handelszeitung.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 37'909
Parution: hebdomadaire

N° de thème: 999.056
N° d'abonnement: 1086739
Page: 60
Surface: 157'910 mm²

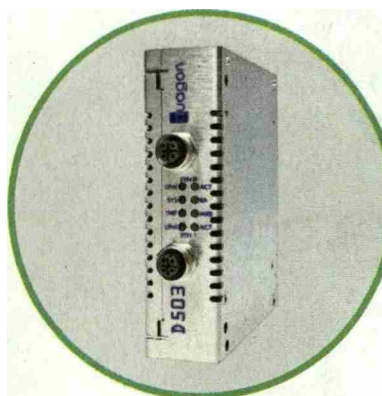
Kommunikationsmodulen ausstatten können», sagt Dilger.

Eine besondere Herausforderung, der sich Duagon in China permanent stellen muss, sind die extrem kurzen Lieferzeiten. «Wenn die Chinesen bestellen, dann häufig gleich in grossen Mengen», so der Chef. Diesen Ansprüchen auf Schnelligkeit ohne Qualitätsverlust kann Duagon dank einer soliden Struktur mit eigener Produktion in der Schweiz und verlässlichen lokalen Vertriebspartnern gerecht werden. Die gesamte Entwicklung und Wertschöpfung findet bis heute nach wie vor zu 100 Prozent am Unternehmenssitz in Dietikon ZH statt.

Das gelebte «Swiss made»-Konzept geht für Duagon auch in anderen Auslandsmärkten auf. 90 Prozent des Firmenumsatzes werden mittlerweile im Export erzielt. Neben China ist das KMU mit seiner Kommunikationselektronik für On-Board-Bahnsysteme in europäischen Märkten wie Spanien, Frankreich oder Schweden sowie in Amerika und Japan sehr gut aufgestellt. China steht indes nach wie vor im Hauptfokus.



Markus Dilger, Chef von Duagon, Spezialist für On-Board-Bahnsysteme sowie -komponenten.



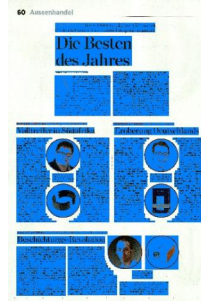
FINALIST «SUCCESS» INSPHERO, SCHLIEREN ZH Eigene Produktion in USA

Schon geringste Mengen können massivste Auswirkungen haben. Toxische Substanzen sind in Medikamenten oder Kosmetika oft kaum nachweisbar. Kommt ein «giftiges» Produkt fälschlicherweise auf den Markt, steht nicht nur die Gesundheit der Konsumenten auf dem Spiel. Auch die Schäden für Hersteller können finanziell in die Millionen oder gar Milliarden gehen.

Abhilfe schafft InSphero. Das 2009 gegründete Biotechnologieunternehmen aus Schlieren ZH hat eine neuartige Methode entwickelt, welche die Prüfung von Substanzen mithilfe von lebendigen 3-D-Gewebe vereinfacht und Fehlanalysen praktisch ausschliesst. Zusätzlich können dadurch neue Substanzen effizienter und günstiger produziert werden. InSphero hat die Technologie erfolg-

reich in 31 Länder und Regionen, darunter in die Europäische Union (EU) und die Vereinigten Staaten von Amerika (USA) als Hauptmärkte, exportiert sowie eine intelligente Verpackungsmethode entwickelt, mit der Kunden direkt aus der Schweiz via Standardpaketpost beliefert werden. Die Herausforderungen für diesen Versand sind beträchtlich, weil es sich bei den lebendigen Mikrogeweben um eine temperaturkritische wie auch zeitkritische Fracht handelt.

«Zwischen 2012 und 2014 konnten wir die Notwendigkeit für manuelles Eingreifen im Überseeverbund von 25 auf 10 Prozent verringern, obschon sich die Liefermenge in der gleichen Periode verdreifacht hat», sagt Björn Niggemann, Head of Operations, Quality & Export bei InSphero. Die 15



Handelszeitung
8021 Zürich
043/ 444 59 00
www.handelszeitung.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 37'909
Parution: hebdomadaire

N° de thème: 999.056
N° d'abonnement: 1086739
Page: 60
Surface: 157'910 mm²

grössten Pharmakonzerne, die Nummer eins in der Kosmetik und drei der Top-Ten-Chemiefirmen der Welt arbeiten inzwischen mit dem Zürcher KMU zusammen.

Der Exportanteil von InSphero beträgt heute 90 Prozent. Für 2015 strebt das Unternehmen einen Umsatz von 4,5 Millionen Franken an und verfolgt ehrgeizige Wachstumspläne. «Wir gehen davon aus, dass das für uns interessante Marktvolumen in den nächsten Jahren global auf rund 600 Millionen Franken anwachsen wird», sagt Jan Lichtenberg, CEO und Co-Gründer von InSphero. Ein Marktanteil von 20 bis 30 Prozent sei für InSphero mittelfristig durchaus realistisch. «Wir können mit unserem Produkt Technologien ersetzen, die bereits 30 Jahre alt sind», begründet der Chef seinen Optimismus. Noch in diesem Jahr eröffnet das KMU in den USA eine eigene Produktion und plant bereits die baldige Inbetriebnahme eines Asien-Hubs in Singapur oder Hongkong.

Jan Lichtenberg, Chef von InSphero, Spezialist für Substanzenprüfungen mit lebendigen 3-D-Geweben.

