

## Cleantech startups & COVID-19, Risiko oder Chance?

Yves Loerincik, Eric Plan, Christina Marchand, Devon Wemyss,  
Loé Maire, Jean-Valentin de Saussure

So wie die meisten Branchen wurden auch die Cleantech-Startups im Frühjahr 2020 plötzlich und heftig von der COVID-19-Krise getroffen. Um die Folgen besser zu verstehen wurde im Mai 2020 vom Team des Swiss Energy and Environment Innovation Monitor eine Umfrage unter Startups aus den Bereichen Cleantech und Nachhaltigkeit durchgeführt. 28% der befragten Startups merkten entweder einen positiven Effekt oder keinen Effekt der COVID-19-Krise. Die restlichen 72% wurden negativ beeinflusst. Dank ihrer Agilität und Reaktionsfähigkeit kamen die meisten Startups bis dahin dennoch relativ gut durch die COVID-19 Krise. Die „Startup-Kultur,“ hilft Situationen zu meistern, in denen Ungewissheit zur Regel wird. Dieser Artikel und die folgenden Interviews zeigen detailliert und mit Beispielen, wie Startups im Frühjahr 2020 auf die Unsicherheiten der Krise reagiert haben.

Eine Befürchtung war, dass die Investitionen in Startups sinken könnten. Bislang wird dies nicht

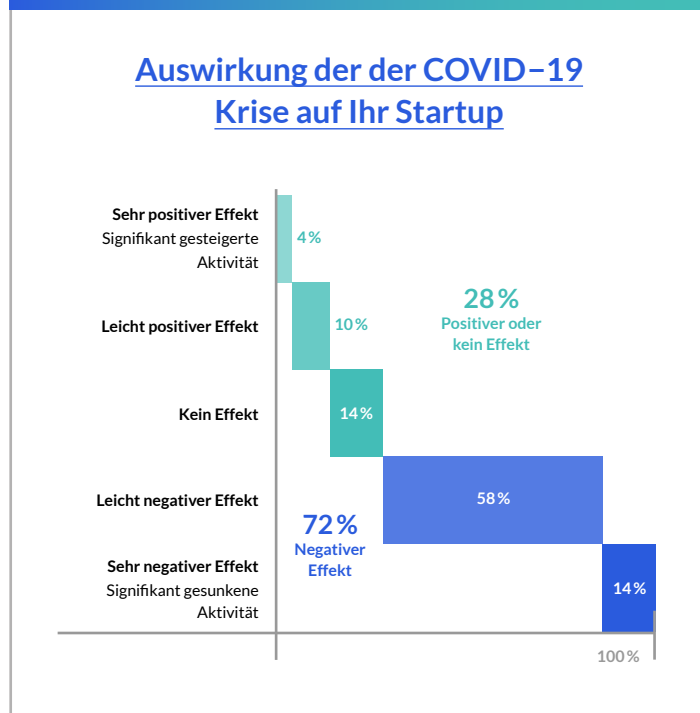
durch die Daten belegt. Experten betonen jedoch, dass es schwierig ist die Folgen und Dauer der Krise abzuschätzen und raten Startups, in den kommenden Monaten weniger Geld auszugeben um, falls nötig, länger durchhalten zu können. Es ist möglich, dass die Geldbeschaffung in den kommenden Monaten und Jahren „teurer,“ wird, weil Investoren die Startups tiefer bewerten und somit mehr Eigenkapital notwendig ist, um das gleiche Kapital zu erhalten. Startups, die in nächster Zeit Geld benötigen, sollten sich gut darauf vorbereiten.

Schweizer Cleantech-Startups sollten sich zudem in der nächsten Zeit auf Europa konzentrieren, da hier ambitionierte Klima- und Nachhaltigkeitsziele in das geplante COVID-19-Stimulierungspaket einfließen. Hinzu kommt, dass Reisen wahrscheinlich für einige weitere Monate oder sogar Jahre eingeschränkt bleibt, was das Erreichen weit entfernter Märkte erschwert.

**Bitte beachten Sie:** Die Interviews mit den CEOs der Startups finden Sie am Ende des Artikels. Die Autoren bedanken sich bei aquama, Äss-bar, Daphne Technology, greenTEG, MagicTomato, METHANOLOGY, OrbiWise, Power-Blox, SmartHelio, Solaxess und Swiss Precision Lighting für ihre Zeit und wertvollen Beiträge.

Wie die meisten Branchen wurden auch die Schweizer Cleantech-Startups im Frühjahr 2020 plötzlich und heftig von der COVID-19-Krise getroffen. Um die Folgen besser zu verstehen wurde im Mai 2020 vom Team des Swiss Energy and Environment Innovation Monitor (Innovation Monitor) eine Umfrage unter Startups aus den Bereichen Cleantech und Nachhaltigkeit durchgeführt. 28% der befragten Startups merkten entweder einen positiven Effekt oder keinen Effekt der COVID-19-Krise (Abbildung 1). 14% der Startups hatten sogar positive oder sehr positive Auswirkungen. Die restlichen 72% waren negativ betroffen, darunter 14% sogar sehr negativ.

Abb.1 – Von der COVID-19 Krise positiv und negativ beeinflusste Startups



Positive Auswirkungen waren meist mit durch die Krise schnell wachsenden Märkten verbunden, z.B. Desinfektionsmittel für **aquama** oder der Online-Verkauf von Lebensmitteln für **MagicTomato**. **aquama** erzielte beispielsweise in drei Wochen den gleichen Umsatz wie im Gesamtjahr 2019. **MagicTomato** verzeichnete eine Nachfragesteigerung um den Faktor fünf.

Nicht nur im Cleantech-Bereich, sondern ganz generell haben virtuelle/online Dienstleistungen einen großen Nachfrageschub erfahren. Dieses plötzliche Wachstum brachte aber auch Herausforderungen, wie zum Beispiel bei **aquama** die Notwendigkeit schnell viele neue Ingenieure einstellen zu müssen.

**MagicTomato** musste sich umorganisieren und Prozesse ändern. Sie lieferten nicht mehr am Tag der Bestellung und kooperierten neu mit Taxis, die zu dem Zeitpunkt viel weniger Arbeit hatten, um Bestellungen auszuliefern. Grundsätzlich war die Situation sehr schwierig für alle Startups, die physische Interaktionen mit ihren Kunden haben. **Äss-bar** musste mit einem plötzlichen Umsatzrückgang von 60 bis 70% kämpfen. Für **Power-Blox**, ein Unternehmen, das mit Entwicklungsländern arbeitet, waren die Reiseeinschränkungen sehr problematisch. Ein anderes Beispiel: **Swiss Precision Lighting** hatte gerade einen Demonstrator in der Schweiz fertiggestellt und konnte ihn nicht für Demonstrationen oder als Proof of Concept für Investoren nutzen, da diese nicht aus dem Ausland anreisen konnten. Das Vertriebsteam von **OrbiWise** konnte sich nicht mit Kunden treffen und alle Branchenveranstaltungen wurden abgesagt, was sich direkt auf die Verkaufszahlen auswirkte.

In manchen Fällen zwingt ein Rückgang der Aktivität im Zielmarkt Startups nach Alternativen zu suchen. So geschehen bei **greenTEG**: Das Startup, das sich zuvor auf den Bausektor konzentriert hatte, sah Möglichkeiten in der medizinischen Anwendung für Körperwärmemessungen und entwickelte diese.

Startups mit Zulieferern aus anderen Ländern, standen ebenfalls vor Schwierigkeiten. **Solaxess** war gerade bereit, seine Solarzellen zu produzieren, doch eine essentielle Maschine konnte wegen des Shutdowns in China nicht geliefert werden. **METHANOLOGY** und **Daphne Technology** standen vor ähnlichen Herausforderungen und sahen sich mit steigenden Preisen für Komponenten konfrontiert. Für das Startup **Swiss Precision Lighting** zeigt sich daran, dass Startups lernen müssen, dass billiger nicht immer besser ist.

Die Produktion in der Schweiz hat in diesen Zeiten viele Vorteile, z.B. Nähe, Beziehungen und nicht zuletzt wird die Wertschöpfung im Lande produziert und gehalten. Insgesamt, wie in **Abbildung 2** dargestellt, betrafen die meisten Schwierigkeiten, mit denen sich Startups konfrontiert sahen, den Verkauf ihrer Produkte und Dienstleistungen (23% der Startups), eine Verlangsamung der Projektentwicklung (21%) und eine höhere Komplexität beim Zugang zu Finanzmitteln (17%).

**Abbildung 3** zeigt, dass die Startups von der Krise profitiert haben, deren Märkte durch die Krise wuchsen oder die sich für neue Anforderungen auf neuen oder bestehenden Märkten positionieren konnten, wie z.B. **greenTEG** oder **Power-Blox**.

### Wie haben die Startups reagiert?

Eine Stärke der Startups ist deren Agilität sich anzupassen, was sich in Krisensituationen als sehr nützlich erweist. Startups können sich

## Abb.2 – Herausforderungen, die cleantech startup während COVID-19 meistern müssen

### „Vor welchen Herausforderungen stand ihr Startup durch die Krise?“



schnell reorganisieren. In Kombination mit einem guten Antizipations-Prozess kann dies ein Schlüssel zum Erfolg sein. **aquama** hat durch Verbindungen nach Singapur die Folgen der Krise für Europa früh erkannt, konnte sich vorbereiten und die Bedürfnisse der Kunden während der COVID-19-Krise erfüllen.

## 5 Tipps für Startups um gut durch die Krise zu kommen

Der Innovationsmonitor fragte CEOs von Cleantech-Startups nach ihren Ratschlägen um als Startup erfolgreich durch die Krise zu navigieren. Sie lassen sich in fünf Kernpunkten zusammenfassen und gelten natürlich nicht nur während der COVID-19 Krise, sondern sind auch grundsätzlich wichtig.

**1.**

**Konzentrieren Sie sich zuerst auf die Kunden**

Blieben Sie immer auf Ihre Mission fokussiert und stellen Sie sicher, dass Sie auf die Bedürfnisse der Kunden eingehen.

**2.**

**Erstellen Sie einen Plan B oder einen Überlebensplan**

Nehmen Sie das Schlimmste an und überlegen Sie sich Lösungen um schwierige Situationen zu bewältigen.

**3.**

**Bauen Sie ein Netzwerk auf**

Entwicklung ist ein fortlaufender Prozess, der von Anfang an gepflegt werden sollte. Ein Netzwerk baut sich nicht erst in Krisensituationen auf.

**4.**

**Geben Sie niemals auf**

Seien Sie aktiv und bewahren sich Ihre positive Einstellung nach dem Motto „Was können wir tun?“

**5.**

**Entwickeln Sie Partnerschaften**

Mit vertrauensvollen Partnern sind Sie stärker. Als Startup können Sie nicht alle Kompetenzen haben. Partner können Sie in der Krise unterstützen.

## Abb.3 – Positive Auswirkungen der COVID Krise

### „Welche positiven Auswirkungen gab es für Ihr Startup?“



## Über die Startups

### aquama

[www.aquama.com](http://www.aquama.com)

aquama produziert nur aus Wasser und Elektrizität ein einzigartiges Desinfektionsmittel. Das Unternehmen hat sich zum Ziel gesetzt chemische Produkte durch natürliche Lösungen zu ersetzen, die in wenigen Minuten biologisch abbaubar sind.

### MagicTomato

[www.magictomato.ch](http://www.magictomato.ch)

MagicTomato ist eine Web-Plattform für den täglichen Lebensmitteleinkauf bei lokalen Produzenten. Es ist ein Online-Markt auf dem Bestellungen mit frischen Produkten zubereitet und im Laufe des Tages geliefert werden.

### Äss-bar

[www.aess-bar.ch](http://www.aess-bar.ch)

Äss-bar verkauft Bäckereiprodukte vom Vortag, die im gesamten Stadtgebiet abgeholt werden. Sie haben elf Filialen in neun Städten.

### Power Blox

[www.power-blox.com](http://www.power-blox.com)

Power Blox produziert selbstlernende, autonome und selbstregulierende Technologien, die eine dezentrale Stromsteuerung und -speicherung im Stromnetz ermöglichen. Sie kombinieren dabei verschiedene Energiequellen und Batteriesysteme („Das Internet der Energie“).

### Swiss Precision Lighting

[www.splighting.ch](http://www.splighting.ch)

Swiss Precision Lighting setzt auf ein energieeffizientes, präzises Lichtsystem zur Vermeidung von Lichtemissionen und Lichtverschmutzung. Das Startup produziert ein Lichtsystem, das für Sportplätze geeignet ist, aber auch für andere Anwendungen modular angepasst werden kann.

### OrbiWise

[www.orbiwise.com](http://www.orbiwise.com)

OrbiWise entwickelt fortschrittliche Technologien für die Internet of Things (IoT) Industrie. Der Hauptfokus liegt auf Low-Power Wide-Area (LPWA)-Funktechnologien, die die Konnektivität zwischen Gateways und Geräten über grössere Entfernungen aber mit geringem Stromverbrauch ermöglichen.

### greenTEG

[www.greenteg.com](http://www.greenteg.com)

greenTEG entwickelt Energie- und Medizinprodukte wie Wärmesensoren zur Messung der Körpertemperatur, sowie für die Photonik-Industrie (Laser) oder die Bauindustrie.

### Solaxess

[www.solaxess.ch](http://www.solaxess.ch)

Solaxess entwickelt eine Technologie, um Sonnenkollektoren attraktiver und ästhetischer zu machen (weiß oder farbig), so dass sie nicht mehr versteckt, sondern sichtbar an Fassaden genutzt werden.

### METHANOLOGY

[www.METHANOLOGY.com](http://www.METHANOLOGY.com)

METHANOLOGY entwickelt die nächste Generation synthetischer Kraftstoffe auf Basis von erneuerbarem Methanol. Das Startup nutzt das Kohlendioxid aus landwirtschaftlichen Betrieben oder aus der Luft, und wandelt es durch einen biokatalytischen Prozess mit Enzymen zu Methanol um.

### Daphne Technology

[www.daphnetechology.com](http://www.daphnetechology.com)

Daphne Technology ist eine Ausgründung der EPFL, die die Luftverschmutzung im Transportsektor mildert. Mit Hilfe von Nanotechnologie werden giftige Schadstoffe reduziert, z.B. Stickoxid und Sulfatoxid aus dem Abgas, insbesondere in der Schiffsindustrie.

### SmartHelio

[www.smarthelio.com](http://www.smarthelio.com)

SmartHelio nutzt künstliche Intelligenz, um eine hohe Effizienz von Solarmodulen zu erhalten, indem Probleme und Ausfälle erkannt werden. Durch die Nutzung von Sensoren finden sie Lösungen für Probleme und erkennen frühzeitig, wie sich das Solarmodul verändert.

Diese Agilität von Startups ermöglicht es ihnen auch, Prioritäten schnell zu ändern. **SmartHelio** reorganisierte sein F&E-Projekt und investierte mehr Zeit in virtuelles Marketing und Markterkundung. **Äss-bar** beschloss die Öffnungszeiten zu ändern, musste aber auch die Sicherheitsvorkehrungen erhöhen, um bei den Kunden Vertrauen zu schaffen. Sie richteten einen Hauslieferdienst ein, statteten die Mitarbeiter mit Masken aus und verstärkten die Kommunikation mit Mitarbeitern und Kunden.

Die Virtualisierung aller Aktivitäten erfordert ein proaktives Personalmanagement und führt zu mehr Interaktionen mit und zwischen Mitarbeitern. **OrbiWise** organisierte kurze morgendliche Videokonferenzen um sicherzustellen, dass sich die Mitarbeiter wohlfühlen.

Generell ist die Agilität von Startups, nicht nur von Cleantech-Startups, ein grosser Vorteil in dieser Krise. **aquama** fasst es mit folgendem Ratschlag gut zusammen: „Wenn Sie die Agilität des Unternehmens im Dienste des Gemeinwohls nutzen, dann wird Ihre Arbeit Früchte tragen“.

Auch die Universität St. Gallen (HSG) führte eine Umfrage zu den Auswirkungen der COVID-19-Krise auf die Startups der HSG durch, mit einigen interessanten Ergebnissen (40 Startups beantworteten die Umfrage):

- 12 % der Startups sind von der aktuellen Krise nicht betroffen,
- 60 % der Startups hatten einen Umsatzrückgang,
- 5 % hatten Anstieg ihrer kommerziellen Aktivität,
- 7 % haben mindestens einen ihrer aktuellen Investoren verloren,
- 43 % sahen kurzfristig, 47 % langfristig steigende Opportunitäten.

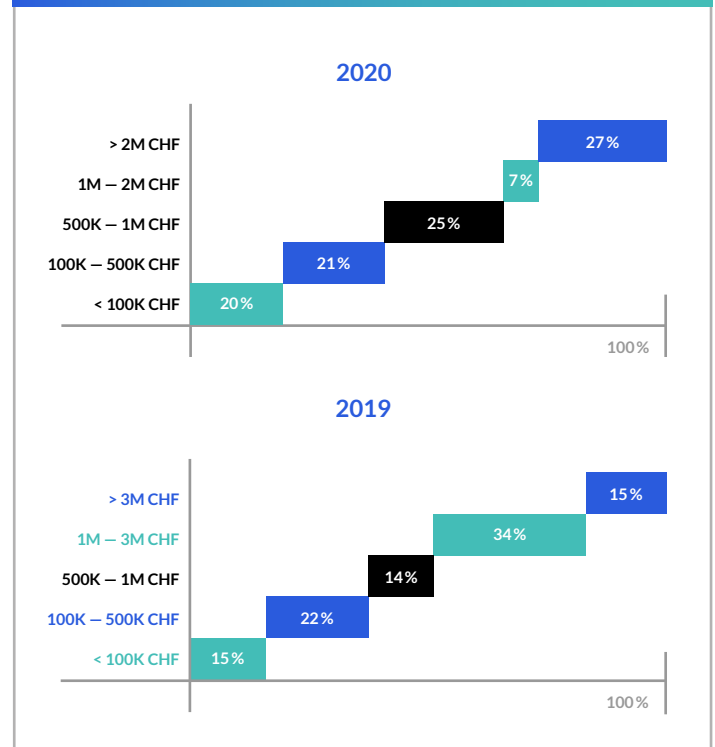
Eine hohe Handlungs- und Anpassungsfähigkeit und damit eine grosse Resilienz der Startups sind die wichtigsten Ergebnisse dieser Umfrage.

### Fundraising während der COVID-19-Krise?

Die Innovationsmonitor-Umfrage befragte die Cleantech-Startups auch nach ihrem Investitionsbedarf für 2020. Im Vergleich zu 2019 scheint es im Jahr 2020 einen Rückgang des Bedarfs an großen Investitionspaketen zu geben. Nur 34% der Startups suchen nach mehr als 1 Mio. Euro, verglichen mit 49% in 2019 (**Abbildung 4**).

Drei der befragten Startups betonten die Herausforderung eine gute Beziehung zu Investoren während der COVID-19-Krise aufrecht zu halten. Die Startups **Daphne Technology** und **METHANOLOGY** haben beide einen Investor verloren. Im Fall von **Swiss Precision Lighting** konnten die Investoren nicht in die Schweiz reisen, um den Prototypen zu sehen.

Abb.4 – Grösse der Investments in Cleantech-Startups



Jordi Montserrat von Venturelab betonte, dass der Cleantech-Sektor in den letzten Jahren nicht den Boom erlebt hat, den man anhand der Umweltsituation hätte erwarten können: „Wir haben keine massiven Investitionen in diesem Bereich gesehen, obwohl der Bedarf zu wachsen scheint“. Eines der wenigen Beispiele von großen Investitionen hierzulande ist Climeworks mit fast 100 Millionen CHF (Climeworks entwickelt eine Technologie zur CO<sub>2</sub>-Abscheidung direkt aus der Luft). Für die nächste Zeit erwarten Experten in Bezug auf Investitionen während der COVID-19-Krise folgendes:

- Die Investoren werden weiter investieren; das grundsätzliche Vertrauen bleibt erhalten,
- Die Anzahl der Transaktionen wird sich reduzieren,
- Alle Sektoren sind betroffen, außer Unternehmen, die helfen die Digitalisierung voranzutreiben,
- Geld wird mehr kosten und Verhandlungen mit Investoren werden sicherlich schwieriger werden, so dass der Wert eines Startups sinken könnte.

Startupticker veröffentlichte im Newsletter vom 1. Mai 2020 einen interessanten Bericht von SICTIC: „Diese Woche veröffentlichten wir die Ergebnisse einer Umfrage unter Business Angels von SICTIC und Business Angels Schweiz in der 50% der Business Angels sagen, dass sie weniger oder gar nicht in Startups investieren werden. Etwas besser sieht es aus für Startups, an denen Business Angels bereits beteiligt sind.“



Aufgrund des verstärkten Wettbewerbs um Risikokapital zwischen den Startups erwarten die Business Angel einen Rückgang der Bewertungen um 20% bis 25%. SICTIC-Präsident Thomas Dübendorfer bewertet diese Ergebnisse in unserem Interview und gibt einige Startup-Tipps. Die Schlussfolgerung ist klar: „Startups müssen lernen, mit weniger Geld auszukommen“.

In der Umfrage des Innovations Monitors stellten wir die gleiche Frage direkt an die Startups und verglichen die Ergebnisse mit den Antworten der Investoren in der SICTIC-Umfrage (Abbildung 5). Es gibt eine große Diskrepanz zwischen beiden Ergebnissen: Investoren erwarten einen Rückgang der Bewertung, 58% von ihnen sehen einen Rückgang von -20% bis -25%, während 50% der Startups denken, dass ihr Wert gleich bleiben wird. Dies könnte natürlich durch andere Bedingungen im Cleantech-Sektors im Vergleich zum IKT-Sektor begründet sein, auf welchen sich die SICTIC-Umfrage fokussiert hatte, oder dass es einen Unterschied in Bezug auf die Erwartung und dem Verständnis gibt, wie sich der Markt weiterentwickeln wird. Es könnte aber auch ein Risiko sein, das Startups bei ihrer nächsten Fundraising-Runde berücksichtigen müssen.

### Jordi Montserrat von Venturelab Tipps für Startups um gut durch die Krise zu kommen

**1.**

**Langfristig denken**

Ausnahmsweise ist es derzeit besser, konservativ zu sein und allzu grosse Risiken zu vermeiden,

**2.**

**Holen Sie sich finanzielle Hilfe**

Suchen Sie alle nach möglichen finanziellen Hilfen und bleiben Sie in Kontakt mit Investoren. Auch wenn diese nicht viel investieren, bleiben Sie dran,

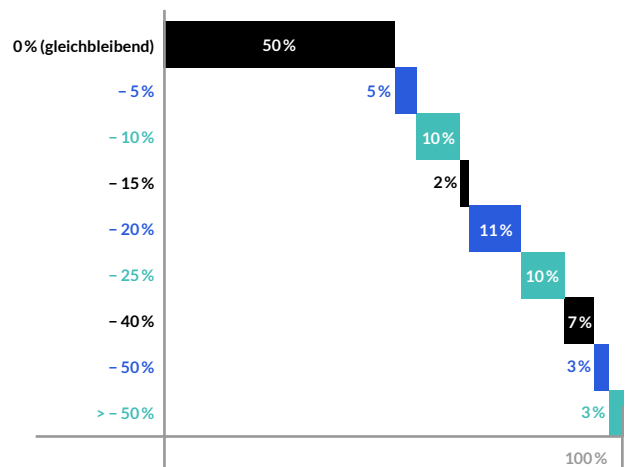
**3.**

**Innovieren Sie**

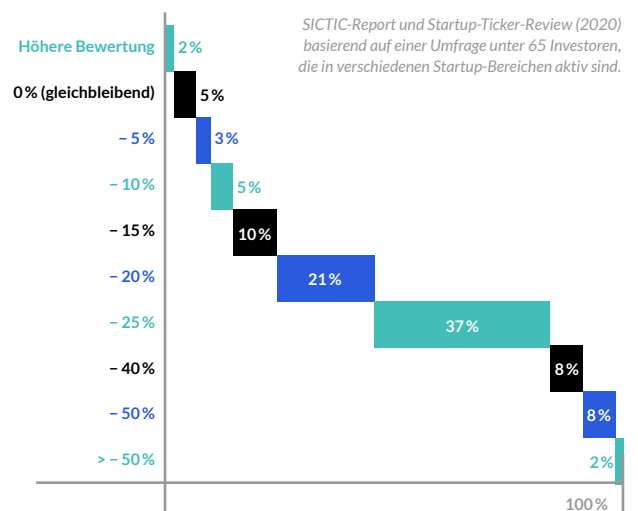
Führen Sie die Forschung und Entwicklung weiter und finden Sie innovative Wege um mit den Kunden in Kontakt zu bleiben“.

Abb.5 – Auswirkungen der COVID-19-Krise auf den Wert von Startups

Vergleich aus Sicht der Startups



Vergleich aus Sicht der Investoren



Wie ist die Situation einige Monate nach Beginn der Krise?

Startupticker und die Swiss Private Equity & Corporate Finance Association haben im Juli 2020 den Swiss venture capital veröffentlicht, der einen ersten Eindruck von der Situation der Investments gibt und dabei alle Sektoren betrachtet. Der Bericht stellt fest, dass:

– Für die erste Jahreshälfte: „Die Gesamtsumme der Investitionen sank um 36% gegenüber dem gleichen Zeitraum in 2019. Dieser Rückgang ist ausschließlich auf das Fehlen von Mega-Finanzierungsrunden im dreistelligen Millionenbereich zurückzuführen“,

– „Die Mehrheit der Startups konnte im Jahr 2020 mehr Geld einwerben als 2019. Der Median der Investments liegt mit 3,9 Mio. CHF um gut 20% höher als im Vorjahr“,

– „Die Summe, die 2020 generiert wurde, ist im langfristigen Vergleich hoch-rund 67% über dem Vergleichswert im Jahr 2018“.

Der Bericht erklärt, dass COVID-19 einen Einfluss hatte: „Bis jetzt haben viele ausländische Investoren und Unternehmen als Käufer von Schweizer Startups eine große Rolle gespielt, aber die Corona-Krise hat deren Bedeutung deutlich reduziert. Schweizer VCs sind in die in die Lücke gesprungen. Ihr Anteil am gesamten investierten Kapital ist von etwa einem Viertel auf die Hälfte gestiegen“.

Startupticker und die Swiss Private Equity & Corporate Finance Association zeigen in dem Bericht, dass die Schweiz im Vergleich zu anderen Ländern gut da steht. So ist zum Beispiel die Anzahl der Investitionen in der ersten Hälfte des Jahres 2020 in Nord- und Westeuropa um 40% gesunken (im Vergleich zum gleichen Zeitraum in 2019). Dies gilt auch für den Gesamtbetrag der Investitionen, der um 18% gesunken ist. Der Bericht erklärt, dass die zunehmenden Aktivitäten von Business-Angels-Clubs, sowie bestehende und neu gegründete VC Fonds, zu einer hohen Anzahl von Finanzierungsrunden (+20%) geführt haben und für diese sehr gute Dynamik verantwortlich sind.

Der Bericht zeigt, dass die Situation positiver zu sein scheint als ursprünglich erwartet, da die Investoren ihre Investitionstätigkeit während der Krise fast ungebremst fortgesetzt haben. Interessant ist die Feststellung, dass Fondsmanager mit Verzögerungen bei der Mittelbeschaffung rechnen, aber nicht erwarten, dass sie weniger als geplant einholen können. In ihrem Newsletter vom 6. August 2020 hat die Cleantech Group interessante Einblicke in Bezug auf Investitionen in den Cleantech Sektor auf internationaler Ebene gegeben. Die Cleantech Group hat keinen Effekt von COVID-19 auf die Cleantech-Investitionen im zweiten Quartal 2020 bemerkt. Vermutlich wurden viele der im zweiten Quartal abgeschlossenen Deals bereits im Vorquartal initiiert. Eine Folge könnte sein, dass sich die Auswirkungen von COVID-19 erst in den folgenden zwei bis drei Quartalen bemerkbar machen. In der Finanzkrise von 2008 war der Rückgang der Investitionszahlen sehr tief und unmittelbar, und dauerte zwei Quartale lang. Bei der Pandemiekrise wird das ganz anders sein. Die Cleantech Group kommt für das zweite Quartal 2020 zu den gleichen Schlussfolgerungen wie der Swiss Venture Capital Report, nämlich dass die

## Europäischer Green Deal

Der europäische Green Deal, der von der europäischen Kommission (EK) Ende 2019 vorgeschlagen wurde, ist eine neue Wachstumsstrategie, die darauf abzielt die EU in eine gerechte und wohlhabende Gesellschaft mit einer modernen, ressourceneffizienten und wettbewerbsfähigen Wirtschaft zu verwandeln, in der die Nettoemissionen von Treibhausgasen im Jahr 2050 Null sind und das wirtschaftliche Wirtschaftswachstum von der Ressourcennutzung entkoppelt ist.

Der europäische Green Deal ist der Kernpunkt in der Strategie der EU, um die wirtschaftliche Erholung nach der COVID-19-Pandemie voranzutreiben, insbesondere durch „Next Generation EU“, das 750 Milliarden Euro schwere Konjunkturprogramm, welches im Mai 2020 angekündigt wurde.

Um die Ziele des europäischen Green Deals zu erreichen, sind Maßnahmen in allen Sektoren der Wirtschaft nötig:

**1.**

**Dekarbonisierung des Energiesektors** durch erneuerbare Energieprojekte, insbesondere Wind- und Solarenergie, und der Start einer sauberen Wasserstoffwirtschaft.

**2.**

**Investitionen** in umweltfreundliche Technologien.

**3.**

**Unterstützung der Industrie** für mehr Innovation.

**4.**

**Einführung von sauberen, billigeren und gesünderen Formen** des privaten und öffentlichen Verkehrs.

**5.**

**Sicherstellen, dass Gebäude energieeffizienter werden** und Förderung der Kreislaufwirtschaft.

**6.**

**Zusammenarbeit mit internationalen Partnern** zur Verbesserung globaler Umweltstandards.

Auswirkungen auf die Investitionen begrenzt ist. Im Cleantech-Bereich und auf internationalen Ebene hatte das zweite Quartal ein größeres Deal-Volumen als das Erste und erreichte sogar das höchste jemals gemessene Niveau. Es entspricht 636 Deals mit einem Gesamtvolumen von 9 Milliarden investierten USD. Trotz vieler Unsicherheiten scheinen die Auswirkungen auf die Investitionen geringer zu sein als erwartet. Die meisten Experten sind sich einig, dass Startups ihre Entwicklung fortsetzen müssen. Sie sollten jedoch in Bezug auf die Entwicklung in den kommenden Monaten vorsichtig sein und ihre Risiken begrenzen. Die Empfehlung von Jordi Montserrat fasst die Situation gut zusammen: „Ich bin generell eher optimistisch und ein Draufgänger. Mein Ratschlag für Startups ist heutzutage jedoch, vorsichtig zu sein, darauf vorbereitet zu sein, durchzuhalten und ohne zusätzliche Ressourcen für die kommenden 8 bis 12 Monate auszukommen“.

### Was können wir für die Zukunft erwarten?

Die aktuelle COVID-19-Krise ist nicht nur eine Gesundheitskrise, sie ist auch eine Wirtschaftskrise. Es braucht massive öffentliche Investitionen in verschiedene Industriesektoren und wir haben gesehen, dass einige Länder bereits Konjunkturpläne veröffentlichen. Aber wie grün sind diese Konjunkturpläne wirklich? Werden öffentliche Investitionen mit Klima und Umweltzielen verbunden? Gibt es eine Chance für Cleantech Startups von diesen Konjunkturprogrammen zu profitieren? Die OECD und viele Experten betonen die Tatsache, dass ein „grüner Aufschwung“ die Widerstandsfähigkeit von Volkswirtschaften und Gesellschaften angesichts der schweren Rezession und der sich beschleunigenden Herausforderungen des Umweltschutzes verbessert. Deshalb haben viele Regierungen „grüne“ Konjunkturmaßnahmen in ihre Programme zur Bewältigung der kurz- und mittelfristigen sozioökonomischen Auswirkungen der Pandemie aufgenommen.

Bedauerlicherweise ist die Balance zwischen grünen und nicht-grünen Ausgaben in Bezug auf die Unterstützung von Projekten mit positiver Umweltauswirkungen bisher nicht optimal. In [einem Artikel vom 23. September 2020 berichtete der Guardian](#): „Nur wenige Länder halten ihre Versprechen einer „grünen Erholung“ von der Coronavirus-Krise. Hunderte von Milliarden Dollar werden sehr wahrscheinlich für wirtschaftliche Rettungspakete ausgegeben, die die Treibhausgas-Emissionen steigern“.

Als Beispiel: „Die USA planen fast 3 Billionen US-Dollar an Ausgaben mit geringen Umweltschutzaufgaben während nur wenig Geld in kohlenstoffarme Maßnahmen fließt und Vorschriften zum Schutz der Natur und Umwelt verwässert werden. Von den gesamten US-Konjunkturprogrammen in Höhe von etwa 2'98 Billionen USD fließen nur etwa 39 Mrd. USD in grüne Projekte“.

Der Artikel erwähnt auch, dass das Vereinigte Königreich, Deutschland und Frankreich unter den 20 größten Volkswirtschaften sind, die einen grünen Aufschwung planen, bei dem der Nutzen für das Klima und die Natur größer ist, als die negativen Auswirkungen. Südkorea ist ein weiteres Land, das viele seiner Konkurrenten in Bezug auf grüne Konjunkturpakete übertrifft.

In Anbetracht des grünen Konjunkturprogramms in Europa, zusätzlich zum Fakt, dass Reisen wahrscheinlich noch einige Monate oder sogar länger schwierig sein wird, scheint es für Startups aus dem Cleantech-Bereich strategisch interessanter zu sein, sich auf den europäischen Markt zu konzentrieren.

## Schlussfolgerungen

Die Ergebnisse der Umfrage und der Interviews zeigen, dass die COVID-19-Krise durchaus Auswirkungen auf Startups im Cleantech-Bereich hat. Aber es zeigt sich auch, dass die Auswirkungen begrenzt sind, hauptsächlich aus zwei Gründen. Erstens profitieren Startups von ihrer Agilität und können sich dadurch leichter als andere Unternehmen anpassen. Die Krise bringt Ungewissheit, doch Startups sind es gewohnt damit umzugehen. Zweitens bleiben Nachhaltigkeit und Umweltthemen ganz oben auf der Agenda, was durch die grünen Aspekte der Sanierungspläne, auch wenn diese ehrgeiziger sein könnten und sollten, bestätigt wird.

Es bleibt die Befürchtung, dass die Investitionen in Startups zurückgehen, auch wenn dies bisher nicht durch Daten bestätigt



wird. Allerdings warnen Experten, dass es weiterhin schwierig bleibt die Folgen der Krise klar vorauszusehen und raten in den kommenden Monaten vorsichtig zu sein und mit weniger Geld auszukommen. Dies gilt für alle Startups und nicht nur spezifisch für Startups im Cleantech-Sektor.

Europa hat weltweit die ehrgeizigsten klima- und umweltorientierten Konjunkturpläne. Hinzu kommt, dass Reisen vor allem in weite entfernte Märkte wahrscheinlich noch einige Monate oder sogar Jahre lang schwierig sein wird. Deshalb sollten sich Schweizer Cleantech-Startups in den kommenden Monaten und Jahren vor allem auf den europäischen Markt konzentrieren.

### Mehr über Konjunkturpläne und Investitionen

#### Die Analyse des Guardian

<https://www.theguardian.com/environment/2020/sep/23/few-countries-living-up-to-green-recovery-promises-analysis>

#### Vivid economics report

[https://www.vivideconomics.com/wp-content/uploads/2020/10/201028-GSI-report\\_October-release.pdf](https://www.vivideconomics.com/wp-content/uploads/2020/10/201028-GSI-report_October-release.pdf)

#### OECD article

<http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/making-the-green-recovery-work-for-jobs-income-and-growth-a505f3e7/>

#### Forbes article

<https://www.forbes.com/sites/donaldkirk/2020/07/14/koreas-reveals-new-deal-designed-to-boost-jobs-revive-sagging-economy>

#### Startupticker & Swiss Private Equity & Corporate Finance Association

<https://www.startupticker.ch/en/swiss-venture-capital-report>

# 11

## Startups wurden vom Innovation-Monitor interviewt

Eine Zusammenfassung dieser Interviews ist hier zusammengestellt.

### SmartHelio

Govinda Upadhya  
CEO

[www.smarthelio.com](http://www.smarthelio.com)

Wie würden Sie Ihre Geschäftstätigkeit zusammenfassen?

SmartHelio verwendet künstliche Intelligenz, um die Funktionsfähigkeit und eine hohe Effizienz von Solaranlagen aufrechtzuerhalten, indem Probleme und Ausfälle frühzeitig mit Hilfe von Sensoren erkannt werden und darauf reagiert werden kann.

Was waren die Folgen von COVID-19 für Ihre Aktivität?

✓ Da wir ein digitales Startup sind, konnten wir uns schnell anpassen. Wir benutzten Daten von bereits installierten Geräten von Drittanbietern um unsere F&E fortzusetzen. Da unsere Kunden zu Hause sind und dadurch häufiger online verfügbar sind, konnten wir auch mehr Marketing machen und mehr Zeit mit den Kunden verbringen.

Welche Maßnahmen haben Sie ergriffen, um auf diese Krise zu reagieren?

Wir haben unsere Prioritäten geändert und mit unseren Kunden Pilotprojekte durchgeführt, um die wichtigsten Schwächen unserer Lösung zu erkennen. Wir haben diese Zeit auch dazu genutzt, Interviews mit allen Interessensgruppen in der Wertschöpfungskette zu führen, um zu verstehen, wie sich unsere Lösungen auf sie auswirke. So können wir unser Geschäftsmodell verbessern.

Welchen Rat würden Sie Cleantech-Startups geben, um diese Krise zu überstehen?

Konzentriert euch zuerst auf die Kunden, da diese auch die Krise durchmachen und sich die von euch hergestellten Produkte möglicherweise nicht mehr leisten können. Es ist notwendig, den Kontakt aufrechtzuerhalten um zu sehen, wie man ihnen helfen kann.

[aquama](https://www.aquama.com)

Willy Lionel Pomathios  
CEO / Chairman / Fondator  
[www.aquama.com](https://www.aquama.com)

Wie würden Sie Ihre Geschäftstätigkeit zusammenfassen?

aquama produziert ein einzigartiges Desinfektionsmittel, das nur aus Wasser, Salz und Strom hergestellt wird. Unser Unternehmen hat sich zum Ziel gesetzt chemische Produkte durch unsere natürliche Lösung zu ersetzen, die in wenigen Minuten biologisch abbaubar ist. Unser Geschäftsmodell besteht darin die Maschinen zu verkaufen, die die Lösung herstellen und nicht das Produkt selbst. Die Maschinen können auch via eine Smartphone App gekauft werden.

What were the consequences of the COVID-19 on your activity?

✓ In drei Wochen haben wir den gleichen Umsatz erzielt wie im gesamten Jahr 2019! Die größte Herausforderung war die Lieferung an die vielen Kunden, die Maschinen bestellt hatten. Wir mussten die Art und Weise wie wir produzierten ganz neu planen.

Welche Maßnahmen haben Sie ergriffen, um auf diese Krise zu reagieren?

Wir mussten viele neue Leute einstellen, darunter auch Ingenieure. Wir sind ein eher lokales Startup, daher hängt unsere Tätigkeit von der lokalen Entwicklung der COVID-19 Krise vor Ort ab. Wir hatten das Glück Kontakte nach Singapur zu haben, wo wir früher als in Europa von diesem Virus hörten. Wir stellten fest, dass die Armee, die lokalen Behörden, ja die ganze Gesellschaft nicht für eine solche Pandemie gerüstet waren. Was uns wirklich geholfen hat, war die Möglichkeit, die Veränderungen früh einzuplanen und so begannen wir bereits im Januar uns anders zu organisieren. Zusätzlich senkten wir unsere Marge, weil unser erstes Ziel darin bestand, alle zu desinfizieren und nicht, Profit zu machen. So machten wir zum Beispiel eine Kampagne mit der Online-Verkaufsplattform QoQa.ch, um der grösst möglichen Zahl von Menschen Zugang zu unseren Maschinen zu ermöglichen und gleichzeitig einen günstigsten Preis zu ermöglichen.

Was werden die mittel- bis langfristigen Folgen sein?

Wir haben ein bis zwei Jahre Entwicklungszeit gewonnen und unsere neuen Maschinen sind bereits auf dem Markt. Zusätzlich haben wir sehr schnell kleine Modelle entwickelt (tragbare Maschinen, die in eine Handtasche passen), die sich bereits jetzt in unserem Produktportfolio befinden.

Welchen Rat würden Sie Cleantech-Startups geben, um diese Krise zu überstehen?

Wir müssen die den Startups innewohnende Agilität bewahren. Sie ermöglicht es uns, schnell Lösungen zu entwickeln, die für die Gesellschaft von Nutzen sind. Wenn die Unternehmer diesen Geist bewahren und ihre Agilität in den Dienst des Gemeinwohls stellen, dann ist die Chance gross, dass ihre Tätigkeit gut funktioniert! Geld muss ein Mittel zum Ziel bleiben, nicht das Ziel selbst.

## Solaxess

Sébastien Eberhard

CEO

[www.solaxess.ch](http://www.solaxess.ch)

### Wie würden Sie Ihre Geschäftstätigkeit zusammenfassen?

Bei Solaxess entwickeln wir eine Technologie, um Sonnenkollektoren attraktiver und ästhetischer zu machen (weiß oder farbig), so dass sie nicht mehr versteckt, sondern an Fassaden gezeigt werden. Ausserdem sind die Zellen und Verbindungen unsichtbar und die Paneele sind dank einer Nanotech-Folie anpassbar.

### Was waren die Folgen von COVID-19 für Ihre Aktivität?

✗ Es ist sehr frustrierend, weil wir die Entwicklung abgeschlossen hatten, das Produkt zertifiziert war und wir bereit waren, das Produkt auf den Markt zu bringen (der auf unser Produkt wartet). Wir hätten am 15. Januar eine Maschine aus China erhalten sollen, um Mitte Juni mit der Produktion beginnen zu können, doch die Produktion verzögert sich jetzt um 6 Monate. Diese Maschine uns von allen Zwängen im Zusammenhang mit der Vergabe von Unteraufträgen befreien sollen.

### Welche Maßnahmen haben Sie ergriffen, um auf diese Krise zu reagieren?

Wir mussten die Einstellung eines Ingenieurs stoppen, der an der neuen Maschine gearbeitet hätte. Die Arbeitszeit des Personals wurde auf 60% reduziert. Unsere einzige Lösung bestand darin für 6 Monate zu stoppen, während wir auf die Ankunft der Maschine warteten. Also haben wir gebremst, um kein Risiko einzugehen.

### Was werden die mittel- bis langfristigen Folgen sein?

Wir erwarten mittel- bis langfristig nicht viele Konsequenzen, da der Markt für Solarpaneele boomt. Wir haben 6 Monate verloren, aber danach sollte es wieder anlaufen und in die richtige Richtung gehen.

### Welchen Rat würden Sie Cleantech-Startups geben, um diese Krise zu überstehen?

Ich denke, das Wichtigste ist, immer einen Plan B zu haben, wenn man ein Projekt beginnt und sich in der Entwicklungsphase befindet. Auch die Suche nach einer eher lokalen Entwicklungs-Alternative könnte in einer solchen Krise helfen. Man sollte ein gutes Netzwerk im eigenen Fachgebiet aufbauen, denn vor allem vor Ort können sich die Unternehmen in einer Krise helfen.

## MagicTomato

Paul Charmillot

CEO

[www.magictomato.ch](http://www.magictomato.ch)

### Wie würden Sie Ihre Geschäftstätigkeit zusammenfassen?

Magic Tomato ist eine Webplattform für den täglichen Lebensmitteleinkauf bei lokalen Produzenten. Es ist ein Online-Markt, auf dem Bestellungen mit frischen Produkten vorbereitet und tagsüber ausgeliefert werden. Wir haben einen positiven Einfluss auf den Planeten, indem wir z.B. elektrische Lieferfahrzeuge einsetzen und den Mitarbeitern und unseren Lieferanten also den Zustellern, faire Löhne zahlen.

### Was waren die Folgen von COVID-19 für Ihre Aktivität?

✓ Die Nachfrage stieg schnell um den Faktor fünf. Also haben wir strukturelle und organisatorische Anpassungen vorgenommen. Insbesondere mussten wir einige Kompromisse eingehen, wie z.B. die Einstellung der Lieferungen am selben Tag oder die Reduktion unseres Umweltengagements zugunsten einer stärkeren sozialen Ausrichtung.

### Welche Maßnahmen haben Sie ergriffen, um auf diese Krise zu reagieren?

Wir haben die Logistik und die betrieblichen Aspekte neu organisiert und zusätzliche Mitarbeiter eingestellt, um die Organisation und die Lieferung zu verwalten. Wir mussten auch die Lieferung in Elektrofahrzeugen einstellen. Wir bauten eine Win-Win-Partnerschaft mit Taxis auf, die ihre derzeit wenig Aufträge hatten, um ihnen Lieferungen zu ermöglichen.

### Was werden die mittel- bis langfristigen Folgen sein?

Die allgemeine Aufregung um die Online-Lieferung wird sich legen und deshalb werden unsere Aktivitäten wieder etwas sinken, aber sie werden nicht wieder dahin zurückkehren, wo sie vor der Krise waren. Die Krise hat die Entwicklung der Lebensmittelzustellung nach Hause beschleunigt und viele Menschen neu dazu gebracht. Derzeit werden 3% der Lebensmittelkäufe in der Schweiz online getätigt, aber dies nimmt rasch zu).

### Welchen Rat würden Sie Cleantech-Startups geben, um diese Krise zu überstehen?

Als Startup muss man immer wieder sein Geschäftsmodell hinterfragen, also sich fragen, ob man wirklich eine Lösung für die Gesellschaft bringt. Die Nachhaltigkeit ist in die alltäglichen Diskussionen zurückgekehrt. Nicht unbedingt mit dem Anspruch darauf, den ganzen Planeten zu retten, sondern eher mit Fokus auf konkreten Handlungen, z.B. den Zugang zu lokalen Produkten schaffen. Deshalb sollten Cleantech-Unternehmen die aktuelle Situation zum Anlass nehmen um sich neu auf die tatsächlichen Bedürfnisse der Verbraucher auszurichten.

#### Äss-bar

Nadja Zehnbauer  
Marketing Director  
[www.aess-bar.ch](http://www.aess-bar.ch)

### Wie würden Sie Ihre Geschäftstätigkeit zusammenfassen?

Ässbar verkauft Bäckereiprodukte vom Vortag, die überall in der Stadt abgeholt werden. Wir haben elf Filialen in neun Städten.

### Was waren die Folgen von COVID-19 für Ihre Aktivität?

✗ Wir haben 60% bis 70% weniger Umsatz gemacht, selbst an idealen Standorten, an denen wir für unsere Kunden gut sichtbar waren (Studenten, Touristen usw.). Wir brauchen viele Kunden um den notwendigen Umsatz zu erreichen, da wir niedrige Preise haben.

### Welche Maßnahmen haben Sie ergriffen, um auf diese

### Krise zu reagieren?

Da wir nicht unsere eigenen Produkte backen, sondern sie von anderen kaufen, um Lebensmittelabfälle zu vermeiden, mussten wir viel Kommunikation rund um Sicherheitsfragen machen, z.B. dass wir stets sicherstellen, dass unsere Autos sauber sind und dass wir immer den korrekten Qualitätsstandard einhalten. Wir mussten unsere Öffnungszeiten verkürzen, um die Kosten zu senken und die Personalstunden zu reduzieren. In der Romandie schloss unser Franchise-Partner, weil es finanziell nicht machbar war, geöffnet zu bleiben. Wir haben einen Hauslieferdienst eingerichtet, Mitarbeiter mit Masken ausgestattet und viel mit Mitarbeitern und Kunden kommuniziert.

### Welchen Rat würden Sie Cleantech-Startups geben, um diese Krise zu überstehen?

Die Krise hat gezeigt, wie schnell Projekte umgesetzt werden können. Es ist wichtig, in dieser Situation positiv und aktiv zu sein und in einem „Was können wir tun?“-Geist zu leben. Wir müssen neue Projekte mit Partnern starten und weiter entwickeln und wir sollten ein Netzwerk unter den Startups etablieren, um gute Praktiken auszutauschen und uns gegenseitig helfen zu können.

#### OrbiWise

Domenico Arpaia  
CEO  
[www.orbiwise.com](http://www.orbiwise.com)

### Wie würden Sie Ihre Geschäftstätigkeit zusammenfassen?

Wir entwickeln fortschrittliche Technologien für die Internet of Things (IoT)-Industrie. Unser Hauptaugenmerk liegt auf Low-Power Wide-Area (LPWA)-Radio-Funktechnologien, die eine Verbindung mit großer Reichweite (>10 km je nach Sichtbedingungen) zwischen Gateways und Geräten mit geringem Stromverbrauch ermöglichen, wobei 1 AA-Batterie für einen mehrjährigen Betrieb in den meisten Anwendungen ausreicht.

Auf der Grundlage dieser Technologien haben wir auch eine innovative Lösung zur Echtzeit Überwachung der Lärmbelastung in Städten entwickelt, die für verschiedene

Anwendungen wie die Erkennung von Schüssen in den USA oder die Erkennung von Menschenmengen im Falle einer Pandemie eingesetzt werden kann.

#### Was waren die Folgen von COVID-19 für Ihre Aktivität?

✗ Wir waren in Bezug auf die Software-Entwicklung und das Kunden-Engineering nicht sehr betroffen, aber wir waren definitiv beim Vertrieb beeinträchtigt, da unsere Vertriebskollegen nicht reisen konnten, um Kunden und Interessenten zu sehen. Außerdem wurden alle Branchenveranstaltungen abgesagt, was sich auf die Geschäftsentwicklung auswirkt. Darüber hinaus sind einige Kunden je nach Land oder Sektor stärker betroffen als andere und weniger ansprechbar: So haben wir zum Beispiel Kunden, die sich auf das Gastgewerbe konzentrieren und von der aktuellen Pandemie schwer getroffen wurden.

#### Welche Maßnahmen haben Sie ergriffen, um auf diese Krise zu reagieren?

Unser Personal hat an allen unseren Standorten überwiegend von zu Hause aus gearbeitet. Um die Menschen zu unterstützen und ihnen das Gefühl zu geben, immer noch Teil des Teams zu sein, haben wir jeden Vormittag eine kurze Videokonferenz mit dem gesamten Team abgehalten, um informeller Kaffeepausen und Zusammenkünfte im Büro zu ersetzen.

Wir haben begonnen, bei internen und externen Treffen viel mehr auf digitales Marketing, Kommunikation und virtuelle Präsenz zu setzen. Wir werden uns auch in Zukunft definitiv mehr auf digitales Marketing und Online-Geschäfte konzentrieren.

#### Was werden die mittel- bis langfristigen Folgen sein?

Kurzfristig werden wir vor allem mit negativen Folgen in Bezug auf das Arbeitsleben oder die Kundenreichweite konfrontiert sein, aber langfristig könnte es für uns von Vorteil sein. Wir glauben, dass die Krise den Übergang zu mehr IoT-Lösungen beschleunigen könnte. Die Automatisierung wird in Zukunft bei vielen Aktivitäten noch relevanter werden, was eine der Lehren aus der Krise sein könnte.

#### Welchen Rat würden Sie Cleantech-Startups geben, um diese Krise zu überstehen?

Ich bin mir nicht sicher, ob ich in der Lage bin, anderen Unternehmen Ratschläge zu geben, da wir alle aus dieser neuen Pandemie lernen. Ich könnte wahrscheinlich vorschlagen, sich mehr auf digitales Marketing, virtuelle Präsenz und, wenn dies sinnvoll ist, auf das Online-Geschäft zu konzentrieren, auch wenn es Zeit und Mühe kostet, die Kerngeschäftsprozesse des Unternehmens zu verändern.

So schwierig dies in vielen Fällen angesichts der kurzfristigen Herausforderungen in Bezug auf Finanzen und Vertrieb auch sein mag, sollten wir dennoch versuchen den Schwerpunkt auf die langfristige Entwicklung des Unternehmens zu legen. Wir sollten anstreben, in diesen schwierigen Zeiten großartige Produkte zu entwickeln und gute Kundenbeziehungen aufrechtzuerhalten.

#### greenTEG

Holger Hinrichs

Sales Marketing

[www.greenteg.com](http://www.greenteg.com)

#### Wie würden Sie Ihre Geschäftstätigkeit zusammenfassen?

greenTEG entwickelt Energie- und Medizinprodukte wie z.B. Wärmesensoren zur Messung der Körpertemperatur, für die Photonikindustrie (Laser) oder die Bauindustrie.

#### Was waren die Folgen von COVID-19 für Ihre Aktivität?

✗ Im Energiesektor ist der Umsatz in den meisten Projekten stark zurückgegangen. Der Markt ist derzeit sehr schwierig. Bauberater sind von der Krise sehr stark betroffen, ebenso kleine unabhängige Unternehmen. Das hat zu einem drastischen Rückgang der Aufträge geführt.

✓ Der geplante Körpertempersensoren erregte während der Krise großes Interesse und führte zur Entwicklung eines neuen Produkts, das im Juni 2020 auf den Markt gebracht wurde. Es handelt sich um einen einfachen Körpertemperaturtest, der für die Prävention von COVID-19 nützlich ist. Im Moment haben wir zwar noch einen Umsatzrückgang, aber wir erwarten einen Anstieg der Verkäufe aufgrund unseres neuen spezifischen Produktes, da wir viele Vorbestellungen haben.



Welche Maßnahmen haben Sie ergriffen, um auf diese Krise zu reagieren?

Wir haben die Neu-Einstellungen von Mitarbeitern, z.B. Praktikanten zurückgestellt und wir haben einen Kredit bei Bund und Kantonen beantragt. Wir mussten auch den für uns ganz neuen Markt der Medizinalprodukte analysieren und den Markteintritt planen, um unser neu entwickeltes Produkt speziell in dieser Zeit zu verkaufen.

Welchen Rat würden Sie Cleantech-Startups geben, um diese Krise zu überstehen?

Wenn viele in einem Home-Office-Umfeld arbeiten müssen und noch dazu in solch einer Krise, ist es wichtig sein Team weiter zu motivieren. Das kann grosse Anstrengungen erfordern. Home-Office und digitale Methoden sollten Teil der Arbeitsweise von Startups sein, um für den Krisenfall gerüstet zu sein. Eine klare Kommunikation über die neuen Umstände ist notwendig. Mitarbeiter sollten schnell Kontaktinformationen erhalten, um ihr Marketing zu verbessern und weitere mit Kunden und Partnern kommunizieren können.

**Power-Blox**

Alessandro Medici  
CTO

[www.power-blox.com](http://www.power-blox.com)

Wie würden Sie Ihre Geschäftstätigkeit zusammenfassen?

Power Blox stellt eine selbstlernende, autonome und selbstregulierende Technologie her, die eine dezentrale Stromregelung und -speicherung innerhalb des Netzes ermöglicht. Darüber hinaus werden verschiedene Energiequellen und Batteriesysteme kombiniert („The Internet of Energy“). Unsere Technologie ist für Entwicklungsländer gut geeignet.

Was waren die Folgen von COVID-19 für Ihre Aktivität?

✗ Support Schulungen, die direkt in den Ländern stattfinden, wurden gestrichen. Verträge können nicht abgeschlossen werden, weil die Unterzeichnung physisch nicht möglich ist.

✓ Neue Kundensegmente konnten eröffnet werden, da die Krankenhäuser oft keinen Strom oder keine Desinfektion haben. Außerdem bringt die Krise diese Bedürfnisse ans Licht, weshalb die Finanzierungspartner eher bereit sind, Mittel freizusetzen. Auf diese Art könnten diese Krisenzeit in einigen Bereichen zu einem Wachstum führen.

Welche Maßnahmen haben Sie ergriffen, um auf diese Krise zu reagieren?

Man muss die Produkte für die Projekte bereit haben, aber für die Herstellung ist eine Vorfinanzierung notwendig. Die Produktion wurde nach Italien verlagert, wo pro Jahr 1 Million Produkte hergestellt werden können. Künftig soll die Montage direkt in den Zielländern stattfinden.

Welchen Rat würden Sie Cleantech-Startups geben, um diese Krise zu überstehen?

In Afrika muss man sich um Finanzierungs- und Risikofragen kümmern. Auch der Kontakt mit den Behörden und mit anderen Führungskräften oder einflussreichen Personen ist sehr wichtig. Generell sollte man sehr schnell und direkt mit Kunden testen und auch das Interesse an einem Kauf und unterschiedliche Preise prüfen.

**Daphne Technology**

Mario Michani  
Founder

[www.daphnetechology.com](http://www.daphnetechology.com)

Wie würden Sie Ihre Geschäftstätigkeit zusammenfassen?

Daphne Technology ist ein Spin-off der EPFL, das die Luftverschmutzung im Verkehrssektor verringert. Unsere Nanotechnologie reduziert giftige Schadstoffe aus Abgasen (z.B. Stickoxid und Sulfat Oxid), insbesondere in der Schifffahrtsindustrie. Die Produkte des Startups vermindern dadurch Schäden an Ökosystemen und schonen gleichzeitig die menschliche Gesundheit.

Was waren die Folgen von COVID-19 für Ihre Aktivität?

✗ Wir mussten während zwei Monaten die Entwicklung der Produkte verlangsamen, aber jetzt hat sich die

Situation wieder normalisiert. Es gab viele Verzögerungen seitens unserer Lieferanten und auch die Preise sind gestiegen.

**Welche Maßnahmen haben Sie ergriffen, um auf diese Krise zu reagieren?**

Bis wir für den Markteintritt bereit sind, braucht es noch einigen Aufwand. Wegen der derzeitigen Unsicherheiten haben wir viele unserer Aktivitäten auf Eis gelegt um erst mal abzuwarten, wie sich die Situation nun entwickelt. Unser Markt hat einen langen Zeithorizont, also selbst wenn unsere Entwicklung nun um einige Monate oder Jahre verzögert wird, erwarten wir doch, dass wir zu einer normalen Situation zurückkehren können: Wir brauchen weiterhin Transporte rund um den Globus. Ein Investor ist abgesprungen und wir haben deshalb einen Krisenkredit beantragt. Außerdem denken wir für die kommenden Jahre über eine andere Fundraising-Strategie nach.

**Was werden die mittel- bis langfristigen Folgen sein?**

Aus der Marktperspektive heraus erwarten wir, dass der Markt Ende 2021 wieder zur Normalität zurückkehrt. Aber derzeit sind wir immer noch von dem Virus betroffen, da die Transportschiffe ihre Reiserouten anpassen müssen. Wir warten ab, wie sich die Dinge im nächsten Jahr entwickeln, bevor wir unsere Pläne ändern.

**Welchen Rat würden Sie Cleantech-Startups geben, um diese Krise zu überstehen?**

Für die meisten Startups werden sich die Auswirkungen auf die Wirtschaftlichkeit und Finanzierbarkeit bemerkbar machen. Man sollte immer vorbereitet sein, zwei Jahre lang mit den eigenen Reserven überleben zu können.

## METHANOLOGY

Gerhard Meier

Co-founder & CEO

[www.METHANOLOGY.com](http://www.METHANOLOGY.com)

**Wie würden Sie Ihre Geschäftstätigkeit zusammenfassen?**

METHANOLOGY entwickelt die synthetischer Kraftstoffe der nächste Generation auf der Basis von erneuerbarem Methanol. Wir verwenden Kohlendioxid von Bauernhöfen oder aus der Luft und wandeln es auf biokatalytischem Weg mit Enzymen zu Methanol um. Damit wollen wir ein neues Kreislaufwirtschaftssystem möglich machen.

**Was waren die Folgen von COVID-19 für Ihre Aktivität?**

✗ Wir haben unser Business genau vor dem Lockdown gestartet, deshalb hat einer unserer Investor sein Engagement zurückgezogen. Wir mussten unserer Strategie anpassen, um die Situation mit weniger Ressourcen zu bewältigen.

✓ Diese Krise trägt dazu bei, dass die Menschen ihre Denkweise ändern und erkennen, was in unserer Wirtschaft und Gesellschaft wirklich wichtig ist. Wir bekamen weltweit viele Rückmeldungen, dass die Menschen an unserer Idee interessiert sind und wir wurden mit kleinen Spenden unterstützt.

**Welche Maßnahmen haben Sie ergriffen, um auf diese Krise zu reagieren?**

Wir haben finanzielle Unterstützung beantragt. Wir mussten die Entwicklung unseres ersten Prototyps stoppen, da sich die Materiallieferungen aus verschiedenen Ländern, z.B. Deutschland verzögert haben. Wir haben versucht, die Schweizer Regierung davon zu überzeugen, dass die Schweiz eine Führungsrolle übernehmen sollte, um diese Technologie weltweit zu verbreiten und zu exportieren.

**Welchen Rat würden Sie Cleantech-Startups geben, um diese Krise zu überstehen?**

Gebt niemals auf. Findet neue Wege und Lösungen und fokussiert euch auf die Dinge, an die ihr glaubt und die ihr für richtig haltet. Man muss eine starke emotionale Bindung zu dem haben, was man macht, um die Herausforderung, vor der wir mit dieser Pandemie stehen, wirklich bewältigen zu können.

## Swiss Precision Lighting

Ralf Stucki

Co-founder & CEO

[www.splighting.ch](http://www.splighting.ch)

### Wie würden Sie Ihre Geschäftstätigkeit zusammenfassen?

Swiss Precision Lighting setzt auf ein energieeffizientes Präzisionslichtsystem zur Vermeidung von Lichtemissionen und Lichtverschmutzung. Wir stellen ein Lichtsystem her, das sowohl für Sportplätze als auch für andere Anwendungen geeignet ist und das sehr modular und anpassungsfähig ist.

### Was waren die Folgen von COVID-19 für Ihre Aktivität?

✗ Wir haben unsere Firma letztes Jahr im Oktober gegründet. Anfang März haben wir den ersten Sportplatz mit unserem Produkt fertiggestellt, aber leider musste unsere Einweihungsveranstaltung mit Kunden, Partnern und Investoren abgesagt werden. Das wäre eine super Werbung gewesen, denn man kann über Energieeffizienz sprechen, aber Licht muss man zeigen. Außerdem sollten Investoren aus dem Ausland gewonnen werden und so war es nicht möglich, sie zu treffen. Auch unsere Lieferkette ist betroffen. Wir können nicht alle Teile unseres Produkts in der Schweiz herstellen und im Rahmen der „Industrie 4.0.“ ist es normal auf Nachfrage zu produzieren. Dies macht die Situation auch wegen der längeren Lieferzeiten für uns sehr schwierig.

✓ Der Kanton Freiburg hat versucht, uns zu helfen und er hat uns die Möglichkeit gegeben, verstärkt mit den kantonalen Behörden in Kontakt zu treten.

### Welche Maßnahmen haben Sie ergriffen, um auf diese Krise zu reagieren?

Wir haben unsere Prioritäten und unser Marketing geändert. Am Anfang haben wir uns stark auf Licht für Sportplätze konzentriert, das sind eher langfristige Projekte. Nun suchen wir auch nach kurzfristigen Projekten mit verschiedenen Lichtsystemen, um unseren Absatz zu verbessern.

### Welchen Rat würden Sie Cleantech-Startups geben, um diese Krise zu überstehen?

Diskutieren Sie so bald wie möglich mit verschiedenen Akteuren, sprechen Sie über Ihre Probleme und Erfahrungen, geben sie Beeinträchtigungen und Unsicherheiten zu, z.B. und Beispiel mit lokalen Behörden. Eine der Erfahrungen, die ich gemacht habe, ist, dass es viele Ressourcen in der Nähe gibt. Unsere Probleme in der Versorgungskette haben uns nicht so stark getroffen wie andere. Es ist wichtig, dass wir verstehen, dass billiger nicht besser ist und dass wir vor Ort produzieren müssen, damit die Wertschöpfung in der Schweiz bleibt und wir damit krisensicherer werden. Was wir aus dieser Krise gelernt haben, ist, dass man nicht mit 60-70% der Schweizer Produktion aufhört, sondern dass wir diese Zahlen steigern und häufiger mit regionalen Unternehmen zusammenarbeiten. KMU sind in der Schweiz oft nicht sehr sichtbar, aber in der Krise konnten wir uns mehr darauf konzentrieren und Lieferanten oder Produzenten in der Schweiz finden. Die Innovation und Energie, die während der Krise entstanden ist, sollte von uns erhalten werden.

Wir haben uns zwar schon vorher gefragt, wie es mit dem Transport unserer Produkte aussieht. Das war auch ein positiver Nebeneffekt der Krise. Durch die Unsicherheit haben wir vieles hinterfragt und neu überlegt, wie wir unsere Unternehmen aufstellen wollen.