

“Am Puls der Innovation” – Verleihung des 200. KTI-Start-up-Labels

Rede von Daniel Borel, Logitech AG

Das Abenteuer von Logitech begann offiziell im Jahr 1981. Doch die Idee keimte bereits seit 1977. Damals steckte die Mikroinformatik noch in den Kinderschuhen. Sie war einigen leidenschaftlichen Anhängern vorbehalten und bot nur wenige nützliche Funktionen; es sah nicht so aus, als würde sie sich zur Technologie für die breite Masse entwickeln. Und trotzdem ... 30 Jahre später hat die Mikroinformatik die Welt „revolutioniert“, doch wir stehen erst am Anfang ... am Anfang des „digitalen Zeitalters“. Davon zeugt die Tatsache, dass sich die Consumer Electronics Show, die im Januar 2010 in Las Vegas stattfindet, dem Thema „Living in digital times“ verschrieben hat.

Ansporn, Wetteifer und ein etwas verrücktes Umfeld. Während ihres Studiums an der Universität von Stanford liessen sich die Gründer des Unternehmens, aus dem Logitech werden sollte, vom Virus anstecken, das im Silicon Valley grassierte... Das Tal stand in Flammen. Ein eigenes Unternehmen gründen, die Zukunft erfinden, einen neuen, viel versprechenden Bereich erschliessen, wo es alles zu erfinden gab und nichts unmöglich schien. Es war unmöglich, da zu widerstehen!

Wie für alle Start-ups waren auch für uns die Anfänge schwierig, und die Angst vor dem Versagen war allgegenwärtig. Wir mussten ein Minimum an Cash auftreiben, um die Entwicklungen zu finanzieren ... und zu dieser Zeit rannten einem die „Venture Capitalists“ noch nicht die Türen ein, man musste sich in praktisch unerforschten und unerschlossenen Gebieten seinen Weg bahnen und im Rahmen seiner Aktivitäten vor allem einen Mehrwert bieten. Wer nicht sehr schnell lernte, ging unter. Eine wahre Herausforderung für junge, unerfahrene Berufsleute!

Dank einer Prise Glück – einem schwer greifbaren, aber sehr willkommenen Element –, und auch ein bisschen dank der Kontakte zum Hochschul-Umfeld (Stanford, ETHL) verschrieb sich Logitech rasch einer Vision: den Computer menschlicher machen, die Interaktion zwischen Mensch und Maschine erleichtern und dem Menschen den intuitiven und natürlichen Zugang zur „digitalen“ Welt ermöglichen. Diese Vision verfolgen wir auch heute noch, erweitert um und angepasst an das, was wir „digital home“ nennen.

Ab 1981, dem Gründungsjahr von Logitech, demokratisierte der Personal Computer von IBM die Informatik und stellte PC-Anfängerinnen und -Anfänger neue Anwendungen – Textverarbeitungsprogramme, Kalkulationstabellen etc. – zur Verfügung. Gleich anschliessend, im Jahr 1984, folgte der Mac von Apple, was uns die Möglichkeit gab, die Maus zu einem unverzichtbaren Werkzeug zu machen, um einfach, spielerisch und intuitiv auf die Anwendungen zugreifen zu können.

Die weitere Entwicklung von Logitech sollte ab diesem Zeitpunkt an die Entwicklungen des PCs gebunden sein und beschleunigte sich ab 1997 dank dem Internet, das zahlreiche neue Möglichkeiten bot und das Wachstum des Unternehmens begünstigte. Getreu seiner Vision, die Interaktion zwischen Mensch und Maschine menschlicher zu gestalten, stellte das Unternehmen den Benutzerinnen und Benutzern eine Palette neuer Produkte für die immer zahlreicher werden Anwendungen zur Verfügung: Tastaturen, Joysticks, Lautsprecher, Videokameras – Geräte für die Arbeit, die Informationsbeschaffung, die Kommunikation und für die Unterhaltung.

Aus dem eben Gesagten könnte man schliessen, dass das Leben von Logitech einem langen, ruhig dahinziehenden Fluss glich. Doch weit gefehlt. Der Wandel der Computer-Peripheriegeräte

vom in kleinen Mengen produzierten Hightech-Produkt hin zum Massenprodukt hatte für das Unternehmen die erste Krise zur Folge – eine Krise, die zwischen 1992 und 1993 die ganze Mikroinformatik-Branche erfasste. Von einem Tag auf den anderen sanken die Preise um die Hälfte, die Margen fielen und das Produktionsvolumen stieg um das Dreifache.

Vorausahnd die Entwicklung einer Industrie, in der die Konkurrenz immer stärker wurde, gründete Logitech eine Niederlassung in Asien und wurde 1986 in Taiwan ansässig. Die Krise von 1992–1993 beschleunigte diesen Prozess. Reich an Erfahrungen in Taiwan nahm Logitech eine Pionierrolle ein und liess sich 1994 erfolgreich in China nieder. Dieses waghalsige Unternehmen ermöglichte uns, dem brennenden Problem der Produktionskosten die Stirn zu bieten und gegenüber asiatischen Konkurrenten wettbewerbsfähig zu bleiben. Leider ging die Verlagerung der Produktion nach Asien mit der Schliessung der Produktionsstandorte in den USA und in Irland einher. Dies war eine besonders schmerzliche Erfahrung für ein Unternehmen, das seit seinem Börsengang im Jahr 1988 vom Erfolg verwöhnt war. Die schmerzhafteste Lektion prägte Logitech dauerhaft und führte uns vor Augen, wie empfindlich das Gleichgewicht sein kann. Sie machte uns auch bewusst, dass einem der Erfolg nie sicher ist.

Paradoxerweise war es genau diese Krise, die uns den Aufbau einer globalen Netzwerkorganisation ermöglichte, die darauf beruht, dass die in jeder einzelnen Organisationseinheit vorhandenen Kompetenzen genutzt werden. Ursprünglich war Logitech stark in Europa und in den USA verankert, wurde aber im Laufe der Zeit international. Von den Ressourcen und Talenten dort profitieren, wo sie vorhanden sind – das ist heute eine der grössten Stärken des Unternehmens, die es uns ermöglicht, konkurrenzfähig zu bleiben.

Und wo bleibt die Schweiz bei diesem Abenteuer? Da eigene Mittel nur beschränkt verfügbar waren, konnte Logitech schon sehr früh von der Unterstützung der KWF (Kommission zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung), die wir heute unter dem Namen KTI kennen, profitieren. Im Rahmen verschiedener Projekte (Modula 2, Marble, kapazitive Sensoren) war die Bereitstellung der Ressourcen von Instituten, die mit der KTI zusammenarbeiteten (ETHZ, ETHL, CSEM), von entscheidender Bedeutung. Auch heute noch arbeitet Logitech im Rahmen zweier Originalprojekte mit der KTI zusammen, und weitere Projekte werden folgen. Diese Art der Zusammenarbeit, die Industrie und Forschung für bestimmte Projekte zusammenbringt, ist ideal und erlaubt es den Beteiligten, von den Leistungen und Kompetenzen anderer zu profitieren.

In diesem Sinne pflegen wir auch mit anderen Institutionen, insbesondere der ETHL, enge Beziehungen. So hat Logitech im Februar 2007 zusammen mit der ETHL den Innovations-Inkubator ins Leben gerufen und verlagert ab Herbst 2007 auch seine Schweizer F&E-Aktivitäten ins Quartier de l'innovation auf dem Campus der ETHL, die uns junge, talentierte Ingenieurinnen und Ingenieure zur Verfügung stellt. Zurzeit verstärken oder führen rund zwanzig Schweizer Ingenieurinnen und Ingenieure unsere F&E-Teams in den USA, in Taiwan oder in China. Ihnen und der punktuellen Zusammenarbeit mit anderen Schweizer Forschungsinstitutionen ist es zu verdanken, dass wir laufend innovieren können, und dank Innovation und Mehrwert können wir in einer globalisierten Welt mit extrem hoher Konkurrenz überleben.

Walt Disney hat einmal gesagt „if you can dream it, you can make it.“ Die Schweiz braucht heute mehr denn je „Träume“ und leidenschaftliche Unternehmerinnen und Unternehmer. Die Verleihung des 200. KTI-Startup-Labels an die Firma DigiComCore zeugt davon, dass der Innovationsgeist in der Schweiz noch immer lebendig ist. Gibt man ihm die Mittel, um sich zu äussern, trägt er zur Erneuerung unserer Industrielandschaft und zur Schaffung neuer Berufe mit hohem Mehrwert bei. In diesem Sinn ist die KTI gestern wie heute ein wahres Plus.

Zur Person

Daniel Borel ist ein Mitglied des Verwaltungsrats von Logitech ohne Entscheidungsbefugnis. Als einer der drei Gründer von Logitech (1981) war er von 1988 bis 2007 Vorsitzender des Verwaltungsrats und in der Zeit von 1992 bis 1998 Chief Executive Officer.

Kontakt

mediarelations@logitech.com