

Fallstudie bubbles & beyond

Graffiti-Crack per Nanotechnik

In Leipzig schreiben zwei Chemiker mit innovativen Hightech-Produkten eine Erfolgsgeschichte – und setzen bei Management und Technik auf das Nano-Prinzip: klein sein, aber hochdynamisch

WM 2006, Leipzig putzt sich heraus – Ehrensache als guter Gastgeber. Zwei junge Männer helfen dabei, Graffiti aus dem Stadtbild zu verbannen: Rainer Surkow und Dirk Schumann. Wenige Monate vorher hatten die beiden Doktoren in Leipzig ihre erste eigene Firma gegründet: bubbles & beyond – ein Start-up, das genau an der Schnittstelle zwischen Chemie und Nanotechnologie agiert. Ihr „Graffiti-Crack“ putzt die Stadt auf verblüffend einfache Weise: Das Mittel unterwandert die Farbschichten, sprengt die Schmierereien nanotechnisch in kleine Lackteile – eine Gartenspritze mit reinem Wasser genügt, um die Graffiti wegzuspülen. Die Leipziger staunen: In ihrem Business & Innovation Centre (BIC) – dem Gründerpark im ehemals sozialschwachen Stadtteil Plagwitz – braut sich offenbar etwas zusammen.

Drei Jahre später: Das Technologie-Unternehmen wächst auf 13 Mitarbeiter, 18 sollen es bis

Jahresende sein – die Firmenidee zündet. bubbles & beyond belegt bereits 60 Prozent der Laborkapazitäten im BIC und etabliert sich als exklusive Forscherschmiede, die bei den großen Konsumgüterherstellern für Innovationen sorgt. „Wir liefern Produktansätze“, erklärt Surkow. Mit ihren „fluiden Nanophasen“ haben Schumann und Surkow eine Basistechnologie entwickelt, die sich ganz vielfältig einsetzen lässt – wahlweise als fester oder flüssiger Bauschaum, als pharmazeutischer Schaum, als innovativer Nagellackentferner oder Werkzeugreiniger. Vom Prinzip her funktioniert die Firma ganz ähnlich wie die nanotechnische Produktplattform selbst: klein, aber hochdynamisch. „Wir können auf Zuruf sehr schnell neue Anwendungen entwickeln – das ist eine Frage von wenigen Monaten“, sagt Surkow. Forschungschef Schumann lotete schon als Kind die Grenzen seines Chemiebaukastens

aus. Er berichtet schmunzelnd von Rauchbomben im elterlichen Heim bei Stuttgart und vom Kinderzimmerteppich, den er mit Experimenten ruinierte. „Seither bin ich Chemiker“, sagt der 41-jährige Schlacks. Seinen gleichaltrigen Kompagnon traf er am Leipziger Umweltforschungszentrum, wo beide Naturwissenschaftler nach ihrer Promotion zunächst einstiegen. ZweiWessis, die zu bekennenden Sachsen geworden sind: „Hier in Leipzig gab und gibt es tatsächlich eine Aufbruchstimmung. Man will die Dinge anders und gut machen“, sagt Surkow. „Wenn ich zu Besuch nach Hannover zurückkehre, meine alte Heimat, dann ist dort immer alles beim Alten.“

Ein weiterer Pluspunkt: Leipzig kümmert sich offenbar um seine Existenzgründer. „Wir merken, dass unsere Belange wohlwollend angehört werden. Die Türen stehen offen, die Unterstützung ist da“, sagt Schumann. Er ist überzeugt: Leipzig war genau die richtige Standortwahl.

„Wir gehen 2009 breit in den Markt“, sagt Surkow. Das spricht sich gelassen aus, wenn man potenzielle Verkaufskracher im gekachelten Labor liegen hat: Technische Reinigungsmittel wie der universelle Graffiti-Entferner sind das eine Standbein. Hier steht der Durchbruch bevor: Ob als Lizenzprodukt – etwa im Huckepackverfahren mit einem größeren Partner – oder als Eigenmarke, das wird gerade entschieden.

Ein anderes Produkt, das bubbles & beyond in Lohnfertigung in Thüringen herstellen und über Pustefix vermarkten lässt, sorgt für hüpfende Kinderherzen: stabile Seifenblasen, die wochenlang nicht zerplatzen. Man kann sie stapeln, in Bäume hängen – und mit diesen Tricks auch bei Erwachsenen Eindruck schinden. Erfinder Schumann: „Sie sehen aus wie klassische Seifenblasen, härten aber aus. Für uns war es die ideale Möglichkeit, ein überraschendes Produkt zum Anfassen zu kreieren und zu zeigen, wie schnell wir marktreife Dinge ins Regal legen können.“

Daher ist es kein Geheimnis: In der Anfangsphase bei Meetings mit den Geldgebern hatten sie stets ein Fläschchen Seifenblasen in der Tasche. Und auch heute erfüllen die Blasen bei Gesprächen mit potenziellen Kunden ihren Zweck – als Allzweckwaffe für den Aha-Effekt.



FOTO: S. DÖRPING

Firmengründer Rainer Surkow (links) und Dirk Schumann: Schmierer haben keine Chance