



# private wealth

VERMÖGEN, WOHLSTAND & WERTE

*how to earn it* | *how to invest it* | *how to live it*



Ist unternehmerischer Erfolg  
tatsächlich ohne Wachstum möglich?  
Alles sei nur eine Frage der Qualität,  
meint Michil Costa,  
Hotelier aus Alta Badia.

## Der Querdenker.

Michil Costa leistet sich einen besonderen Luxus: Er denkt, was er will, sagt, was er denkt, und macht, wovon er spricht.

## Alles im Griff?

Anleger, heißt es, müssten mehr Risiken eingehen, um die Kaufkraft des Vermögens zu erhalten. Wie lassen sich diese dann kontrollieren?

## Volle Pulle!

Analysten und Strategen sind sich einig wie nie: Die Aktienkurse werden steigen. Kann die Mehrheit an der Börse recht haben?

## Mann gegen Fisch.

Sind Sie stärker als ein Blauer Marlin? Sicher? Dann nichts wie ab zum Big Game Fishing auf die Kapverdischen Inseln.



# Aus der Hexenküche.

Hexenspucke, Krötenschleim, Katzenschwanz in Suppentopf, lila Grütz mit Hühnerkopf, Spinnenbein, Federn rein und ein wenig Schwefelwein – mit einer neuartigen Mixtur wird eine kleine Firma aus Leipzig Technologieführer im Reinigungssegment. Als die Unternehmer von Bubbles & Beyond den Markt dann genauer analysieren, zeigt sich: Die tatsächlichen Anwendungsmöglichkeiten sind weit beyond ihres bisherigen Vorstellungsvermögens.

Am Anfang war das Sommermärchen. Die Stadt Leipzig machte sich hübsch für die Fußball-Weltmeisterschaft. „Ich sah, wie sich städtische Arbeiter bemühten, Graffitis von den Wänden zu lösen“, erzählt Dirk Schumann, „doch das dauerte. Und dauerte. Die schrubbten ewig – und selbst dann blieben noch Farbschatten. Ich dachte: ‚Das muss doch besser gehen!‘“ Der Chemiker Schumann überlegt und experimentiert dann mit Mischungen

aus Öl, Wasser und Spülmitteln. Das funktioniert besser, allerdings nur im Labor und nur bei Temperaturen zwischen 35 und 45°C – so warm ist es unter freiem Himmel selten. Schumann tüfelt weiter, fügt probeweise Zutaten aus Lebensmitteln und Kosmetika hinzu und hat plötzlich eine Lösung, die auch bei niedrigen Temperaturen wirkt. „Das war toll. Die Ideen, was sich mit dieser Lösung alles anstellen lässt, habe ich dann mit ein paar

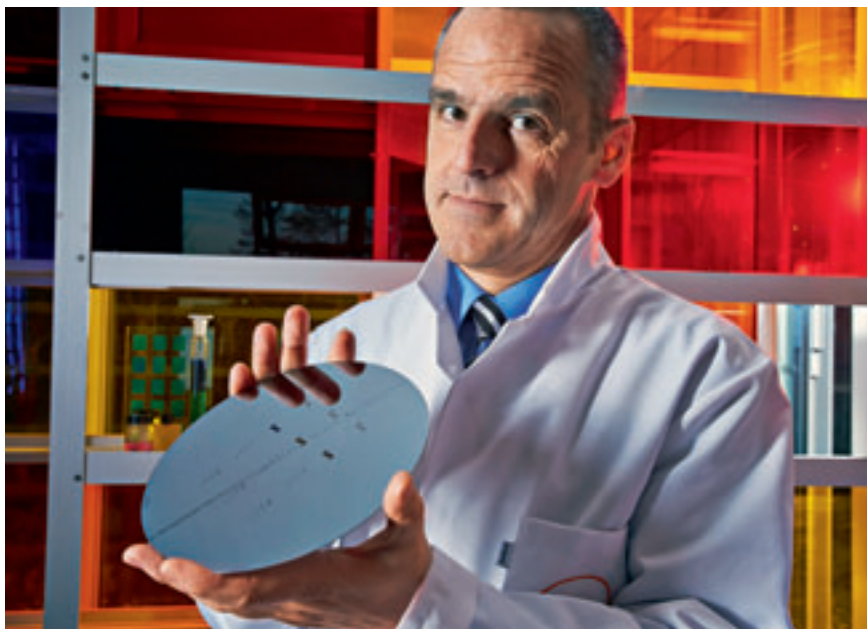
Kollegen im Biergarten entwickelt, buchstäblich auf dem Bierdeckel.“ Um diese Idee in ein Produkt zu verwandeln und zu vermarkten, gründet Schumann gemeinsam mit einem Kollegen und zwei Business Angels die Firma Bubbles & Beyond. Nomen ist in diesem Fall Omen – denn aus den Flüssigkeiten lassen sich neben vielseitigen, hochaktiven Mikrobäschen auch riesige, stabile Seifenblasen herstellen – ein Showeffekt, der seine Wirkung nie verfehlt.



Wo die Männer mit den Riesenblasen hinkommen, stoßen sie auf Interesse. Im Jahr 2006 erhalten sie eine halbe Million Euro als Seed-Finanzierung vom High-Tech Gründerfonds. 2008 werden sie beim Businessplanwettbewerb FutureSax ausgezeichnet und bekommen von einer Investorengruppe, allen voran die LBBW Venture Capital, eine weitere Finanzspritze in Millionenhöhe. Erste bescheidene Umsätze mit Reinigungsmitteln und Graffiti-Entfernern

folgen. Produkt Nummer zwei sollen schließlich stabile Seifenblasen werden, die unter dem Namen „Stubbles“ an die legendären „Pustefix“-Hersteller lizenziert werden. Doch schnell zeigt sich, dass Massenproduktion nicht so einfach ist. Die verwendeten Behälter beeinträchtigen die Produkteigenschaften, die Handhabung erweist sich als etwas zu kompliziert für kleine Kinder. Hinzu kommt, dass beim Kooperationspartner der Eigentümer >

Firmengründer Dr. Dirk Schumann und Geschäftsführer Christian Römlein präsentieren die Anwendungspalette ihrer Entwicklung – von der Mikroelektronik bis zur Nagellackentfernung.



Siliziumwafer, Grundstoff für zahllose Mikroelektronikbauteile. „Bis zu 20-mal werden die auf den Wafer aufgetragenen Bildfelder – also die späteren Mikrochips – lackiert, belichtet, fixiert und ebenso oft gebrannt, geätzt und gesäubert“, erklärt Christian Römlein.

## *„Industriereiniger ohne Chemie, ohne Gift, biologisch abbaubar – ist das nicht fantastisch?“*

wechselt. Die Stubbles platzen – vorerst. Also zurück zu den Reinigungsmitteln. Das Unternehmen fächert seine Palette an Produkten weiter auf, entwickelt sogar einen lösemittelfreien Nagellackentferner als Pilotprojekt im Bereich Kosmetika. Doch richtig zum Fliegen bringen die beiden ihre Firma nicht.

Eine Zeit lang sieht es ein bisschen so aus, als sollte Bubbles & Beyond bald zu einem der vielen Beispiele gehören, in denen sich zeigt, dass geniale Wissenschaftler nicht zwingend auch geniale Unternehmer sind.

Die Kapitalgeber fordern Veränderung. Der Hauptinvestor drängt auf einen Wechsel in der Geschäftsführung und nimmt Kontakt zu Christian Römlein auf. Der hatte zuvor als Vorstand der Holmenkol AG den im Niedergang befindlichen ältesten Skiwaxhersteller der Welt aus dem Dornröschenschlaf geweckt und mit frischen Ideen zu einem

hoch innovativen, global bekannten Unternehmen gemacht. „Die LBBW Venture Capital hatte mich gefragt, ob ich mir das Unternehmen ansehen möchte“, erzählt Römlein heute, „und ich war gleich von der Technologie und den Möglichkeiten begeistert.“

Römlein sieht ein „Riesenpotenzial“ – Industriereiniger ohne Chemie, ohne Gift, mit biologisch abbaubaren, nachhaltig erzeugten Inhaltsstoffen. „Und dazu noch effizienter als alles bisher Dagewesene! Das hat das Zeug für eine Revolution – auf Milliardenmärkten.“

Mitte 2010 übernimmt Christian Römlein die Geschäftsführung; der bisherige Firmenchef und Mitgründer blieb dem Unternehmen zunächst als Berater verbunden. Schumann ist nach wie vor Leiter der Forschungs- und Entwicklungsabteilung. Nun steht der Neue vor dem Problem, das Kinder im Bonbonladen haben: Die Auswahl ist riesig und ver-

Dr. Dirk Schumann demonstriert, wie einfach die Produkte von Bubbles & Beyond aufgesprühte Farbe von einer Oberfläche ablösen.



lockend, aber es ist unmöglich, alles auf einmal zu probieren. Wo lohnt es sich, zuerst zuzugreifen?

Christian Römlein etabliert zunächst den Begriff der „intelligenten Flüssigkeiten“ als internationale Dachmarke („intelligent fluids“). Die Technologie hat nun auch einen verlockenden Markennamen. Lukrative neue Marktfelder werden evaluiert. Die Präsenz auf Messen hilft. „Da kommt der Markt sozusagen auf uns zu. Wenn die Leute sehen, wie die Technologie funktioniert, sprechen sie uns auf ihre Probleme an. Für die meisten haben wir eine Lösung.“

„Vor allen Dingen war aber klar, dass wir nicht alles selbst machen können und Vertriebspartner benötigen“, erklärt Römlein. Was ist am schnellsten umsetzbar? In welchen Märkten gibt es überhaupt global vertretene Vertriebspartner? Und vor allem: Was sollen die Leipziger selbst machen?

Das grundlegende Know-how hat Bubbles & Beyond sich patentieren lassen. Angst, dass Konkurrenten die „intelligenten Flüssigkeiten“ nachahmen könnten, haben die Unternehmer deshalb zwar nicht. Trotzdem entscheiden sich die Leipziger, die Herstellung weiter selbst in der Hand zu behalten.

„Es steckt jahrelange Erfahrung in unseren Produkten, und sie müssen sehr exakt sein“, erklärt Schumann. „Wer zum Beispiel unseren Graffiti-Entferner verdünnt oder in ungeeignete Gefäße abfüllt, zerstört sofort die Wirkung. Unsere Kunden bekommen die Produkte deshalb von uns fertig konfektioniert und können sie, sofern gewünscht, dann unter ihrem eigenen Label nutzen.“

Der erste potenzielle Kunde ist die Druckindustrie. Bei einem weltweit tätigen Druckereibetrieb wurden bereits früher abgewandelte Varianten des Graffiti-Entferners für die Reinigung von Druckwalzen und Maschinen getes-

tet. Der Grund, erläutert Schumann, liegt auf der Hand: „Die Branche steht unter starkem Optimierungszwang. Umwelt- und Arbeitsschutzanforderungen sind sehr hoch und sorgen für enorme Kosten. Und die derzeitigen Techniken sind alles andere als effizient.“

Drucken ist in der Tat ein schmutziges Geschäft. Nach jedem Einsatz von Druckwalzen und -maschinen müssen Farbreste entfernt werden. Dafür werden Tonnen von organischen Lösemiteln verwendet – Toluol, Xylol, Metha-

nol, Methylethylketon, Isopropanol, Trichlorethan, allesamt giftig und umweltschädlich. Bei manchen Druckfarben müssen die Farbreste sogar in einem UV-Lichtbad zersetzt werden – mit der Folge, dass dabei stark Krebs erregende Substanzen entstehen, die wieder aufgefangen und entsorgt werden müssen. Diese Prozeduren sind äußerst aufwändig, erfordern Fachpersonal, spezielle Einrichtungen und Räume, fachgerechte Entsorgung und kosten viel Zeit. >

## Schäume sind Träume.

Die Technologie von Bubbles & Beyond sorgt immer wieder für Verblüffung: Seifenblasen, die sich stapeln lassen und nicht platzen, Flüssigkeiten, die Farben ohne Farbschatten wie von selbst von Oberflächen entfernen. „Häufig werden ganz neue Chemikalien oder geheimnisvolle Ingredienzien dahinter vermutet. Doch das ist natürlich Unsinn“, erklärt Mitgründer Dirk Schumann, der kreative Kopf hinter Bubbles & Beyond. „Wir arbeiten mit grundlegenden physikalisch-chemischen Phänomenen, die eigentlich aus Küche und Kneipe bekannt sind.“

Eine Münze schwimmt zum Beispiel nicht auf Mineralwasser, kann aber sehr wohl auf den Schaum eines Weißbiers gelegt werden – obwohl auch der nur aus Flüssigkeit und Kohlendioxid besteht. Eiweiß ist im Naturzustand zähflüssig, aufgeschlagen wird es aber zu einem steifem Schaum, der zu noch festerem Baiser gebacken werden kann.

Bubbles & Beyond nutzt außerdem physikalische Phänomene wie Phasenbildung, Oberflächen- und Grenzflächenspannung. „Aus dem Alltag“, erläutert der Chemiker Schumann, „kennen Sie das Prinzip vielleicht von Spülmitteln: Tenside bilden innerhalb des Wassers kleine Tröpfchen, und an der Ober-

fläche einen Film. Wir gehen einen Schritt weiter und verbinden diese Tröpfchen, sodass sie im Team arbeiten. Das Ganze spielt sich im Bereich von wenigen Millionstel Millimetern ab.“

Dadurch entstehen ungewöhnliche Flüssigkeiten, die zum Beispiel durch feinste Risse und Poren in Farbschichten kriechen und die Farbe an einer Wand dadurch komplett abheben – herunter fallen nur Farbkrümel.

In leicht abgewandelter Zusammensetzung wirkt die Flüssigkeit sogar imprägnierend und schützt vor neuen Farbanhaftungen. Regen kann ihr nichts anhaben, wohl aber heißes Wasser: Wenn die Wand neu gestrichen werden soll, lässt sich die Schutzschicht einfach entfernen.

Wichtig sind neben der Zusammensetzung auch die richtige Art der Vermischung, die eingesetzte Menge, die Reihenfolge der Zusätze sowie Druck- und Temperaturverhältnisse. „Im Prinzip kann das jeder nachvollziehen, der einmal versucht hat, Früchte zu karamellisieren, Zuckerglas herzustellen oder eine Mayonnaise anzurühren“, sagt Schumann. „Wenn da die Temperatur nicht stimmt oder eine Zutat zu schnell zugegeben wird, geht die Sache schief.“



## *„Unsere Produkte haben das Potenzial, Milliardenmärkte zu revolutionieren.“*

Trotzdem ist eine vollständige Entfärbung mit den alten Verfahren heute meist nicht möglich: Ein Druckzylinder, der für Magenta eingesetzt wurde, kann auch nach intensiver herkömmlicher Reinigung nur noch für genau diese Farbe verwendet werden. „Mit der Folge, dass mehrere baugleiche Druckwalzen gekauft und eingelagert werden müssen – alles in allem eine gigantische Verschwendung von Ressourcen und Energie, immer verbunden mit der potenziellen Gefährdung von Mensch und Umwelt“, erklärt Römlein.

Die Reiniger von Bubbles & Beyond können all das besser. Sie sind wässrige Lösungen, die ohne organische Lösemittel und ohne toxische Inhaltsstoffe auskommen. Dieser Verzicht auf aggressive Chemie ist ein Pluspunkt. Die Reinigungskraft ein zweiter. „Es ist immer wieder ein Vergnügen, dabei zu sein, wenn uns ein Drucker stolz eine mit konventionellen Mitteln perfekt gerei-

nigte Walze präsentiert und dann ungläubig zusehen muss, wie sich das Washwasser bei unserer Nachbehandlung plötzlich komplett einfärbt“, freut sich Römlein.

Sein Produkt beseitigt alle gängigen Farbtypen durch physikalisches Ablösen (Kasten Seite 35) und kann nach dem „Wisch und weg“-Prinzip angewandt werden. „Es entfallen erhebliche Aufwendungen für Arbeits- und Umweltschutz. Die Walzen müssen für die Reinigung nicht einmal mehr ausgebaut werden. Die Stillstandszeiten werden bis zu 70 Prozent reduziert, teure Anlagen werden überflüssig, Flächen für weitere Druckmaschinen frei, und der Druckwalzenbedarf wird signifikant verringert“, zählt Schumann auf und folgert: „Das sorgt für enorme Prozesskosteneinsparungen.“

Eine sehr aussichtsreiche Geschäftsidee – „aber“, sagt Römlein, „mir war von Anfang an klar, dass wir dafür einen

schlagkräftigen Vertriebspartner benötigen. Dazu sind Branchenkenntnisse und gute Beziehungen zu den Einkaufsabteilungen nötig.“ Für die Druckprodukte hat Bubbles & Beyond sich deshalb mit der Rolf Meyer GmbH zusammengetan, dem Weltmarktführer für Messer in der Druckindustrie. Sein Wort hat Gewicht in der Branche. „Haken dahinter“, schmunzelt Römlein. Jetzt hat das Unternehmen den Kopf frei für den nächsten, weitaus größeren strategischen Markt, die Mikroelektronik.

„Kaum jemand weiß“, erläutert Schumann, „dass Reinigungsvorgänge dort etwa die Hälfte aller Prozessschritte und den Hauptanteil der Emissionen ausmachen. Kosten entstehen nicht nur für die Beschaffung, sondern auch für die umweltgerechte Entsorgung der zum Teil sehr aggressiven Chemikalien.“ Derzeit entwickelt Bubbles & Beyond gemeinsam mit dem Fraunhofer Center Nanoelektronische Technologien in Dresden



eine Alternative, die erheblich Zeit und Kosten einsparen könnte. „Der Markt für die Entfernung von Schichten, Lacken und Metalldepositionen in der Mikroelektronik hat weltweit ein Umsatzvolumen von mehr als 500 Millionen Euro. Langfristig könnten wir davon einen wesentlichen Anteil bekommen.“ Mit dem japanischen Chisso-Konzern und der europäischen Distributionsgesellschaft S3-Alliance hat das Unternehmen schon erste namhafte Partner unter Vertrag.

Gleichzeitig soll der Kosmetikbereich weiter ausgebaut werden – Produkte zur Entfernung von Make-up, zur Hautreinigung und gegen Akne sind geplant. Vor allem die funktionale Kosmetik interessiert Römlein sehr: „Das evaluieren wir derzeit mit Forschungspartnern. In diesem Bereich geht es um den Transport von Wirkstoffen durch die Haut. So lassen sich Narben, Warzen oder Ekzeme behandeln oder Schmerzmittel tiefer ins Gewebe einbringen.“

Selbst in der Zahnmedizin gebe es Bedarf – „zum Beispiel für die schnelle und schmerzfreie Entfernung von Zahnbelag, Zahnstein und Verfärbungen. Dort sind die Margen verlockend.“ Erste Partnerschaften hat das Unternehmen bereits abgeschlossen.

Die zukünftige Struktur des Unternehmens stellt sich Römlein als Technologie-, Marken- und Design-Holding mit verschiedenen selbstständig agierenden, marktorientierten Geschäftsbereichen (Mikroelektronik, Print, Industrielle Reinigung, Energie, Dental, Kosmetik) vor. Die Produkte sollen von drei Manufakturen in Europa, den USA und Asien geliefert werden.

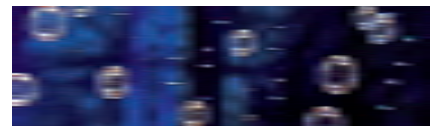
Erste handfeste Erfolge hat der 49-Jährige schon erzielt. Der Umsatz lag 2012 bei rund 420 000 Euro. „Bis 2015 wollen wir den Break-even schaffen, das wäre bei einem Umsatz von 1,5 Millionen Euro möglich.“ Und dann?

„Alles ist möglich“, meint Römlein und erzählt zum Schluss noch die Geschichte von einer ganz neuen Idee. „Die Amerikaner sind doch derzeit geradezu euphorisiert von der Möglichkeit, durch das sogenannte Fracking neue Öl- und Gasreserven zu erschließen. Dafür werden Additive benötigt, die das Herauslösen und den Transport der im Gestein eingeschlossenen Bodenschätze erleichtern sollen. Bislang sind diese Additive jedoch ökologisch bedenklich. Wir hätten da eine ökologisch unbedenkliche Alternative ...“ □

Text: Ludger Weiß

**Links: Wisch und weg für Nagellack: keine Farbreste, kein Ausbleichen der Nägel.**

**Rechts: Die Zukunft der Zahnreinigung – Pinseln statt Ultraschall?**



## In Bubbles investieren.

Um eine erste Manufaktur in Leuna aufbauen zu können, sucht Bubbles & Beyond derzeit Investoren: „Wir möchten eine Kapitalerhöhung um insgesamt 2,1 Millionen Euro durchführen – 900 000 Euro davon haben wir für ein erstes Closing bereits zusammen“, informiert Römlein. Für die restlichen 1,2 Millionen Euro sucht er weitere Privatinvestoren oder Family Offices. Das Geld soll zudem in den Ausbau von Forschung und Entwicklung fließen. Als Gegenleistung könne ein Investor einen etwa 14-prozentigen Anteil am Unternehmen erwarten.