

UNTERNEHMENSGRÜNDER II

Einfach, aber konsequent

Erfolgreiche Unternehmen basieren Geschäftsideen ganz simpel oder marktgängiges Konzept sowie eine Deutschen Gründerpreises 2009.

■ VON ANDREA BITTELMAYER

Das Produkt war natürlich uralte“, erklärt Günter Faltin. „Neu aber war die Art, wie wir es vertrieben haben.“ Der Professor für Entrepreneurship an der Freien Universität Berlin hat vor mehr als 20 Jahren das Unternehmen Teekampagne gegründet. Anders als in der Branche üblich kaufte er Darjeeling-Tee nicht über einen Zwischenhändler, sondern direkt in Indien. Zweitens füllte er den Tee nicht wie alle anderen Händler in 100-Gramm-Pakete ab. Es gab ihn vom ersten Tag an nur in Großpackungen und auch nur in einer Sorte. Die Folge: Faltin konnte den Tee viel günstiger anbieten als die Konkurrenz. Heute importiert die Teekampagne mehr als 400 Tonnen Tee pro Jahr und ist damit der größte Einzelimporteure von Darjeeling weltweit.

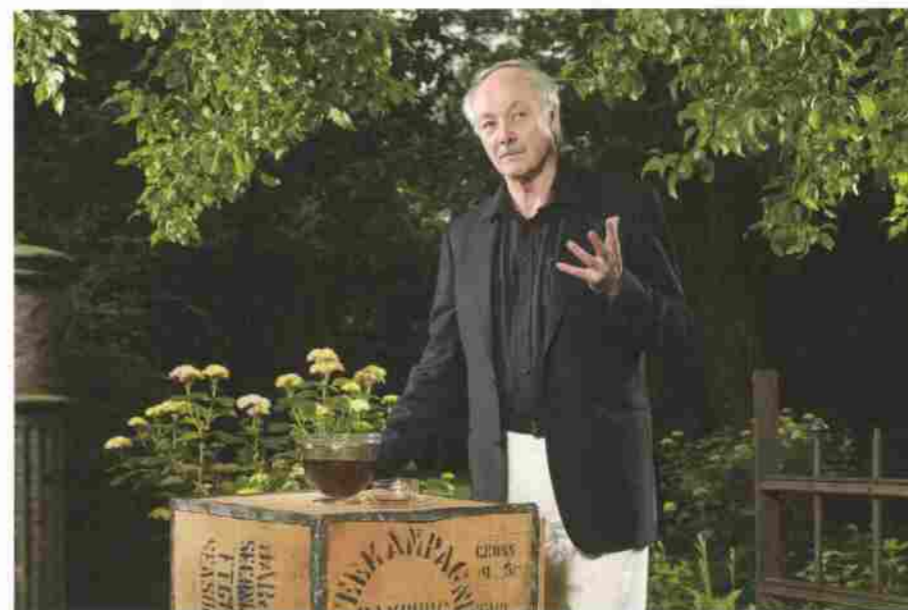
Faltin sieht sein Unternehmen, mit dem er 2008 einen Umsatz von neun Mio. Euro gemacht hat, unter anderem als Beleg dafür, dass nicht nur große Erfinder und langjährige Manager Firmen gründen können, sondern auch „ganz normale Menschen“. Die geniale Idee oder die bahnbrechende Erfindung sind seiner Ansicht nach nicht unbedingt nötig, um Erfolg zu haben. Wichtig sei vielmehr ein kreatives Konzept, das Schritt für Schritt und mit großer Konsequenz zur Marktgängigkeit entwickelt werde. Immer wieder gelte es, bei der Ausarbeitung zu prüfen: Wie kann ich mein Angebot noch überzeugender machen? Wie kann ich noch mehr unnötige Kosten einsparen?

Bruch mit Konventionen

Faltin hat beim Deutschen Gründerpreis, der von den Sparkassen, der Zeitschrift „stern“, dem ZDF und Porsche veranstaltet wird, einen Sonderpreis erhalten. In der Laudatio der Jury heißt es: „Der Gründer hat Strukturen in einem gesättigten Markt aufgebrochen und gezeigt, wie man durch radikales Infragestellen bestehender Konventionen erfolgreich sein kann.“

Als Sonderpreisträger steht Faltin auch für weitere Grundsätze, die sich beim

nicht immer auf bahnbrechenden Erfindungen, oft sind gute aus anderen Ländern übernommen. Wichtig sind jedoch immer ein große Portion Durchhaltevermögen. Das zeigen die Teilnehmer des



Neue Idee für altes Produkt: Professor Günter Faltin hat bestehende Vertriebsstrukturen infrage gestellt. Seine „Teekampagne“ ist heute größtes Teeversandhaus in Deutschland.

FOTOS: BARBEL SCHMIDT

Deutschen Gründerpreis in diesem Jahr häufiger zeigten: Auch andere Gewinner und Nominierte überraschten nämlich weniger durch eine bahnbrechende Neuerung als durch eine konsequente Umsetzung und bis in Detail stimmige Vorgehensweise.

Saftgetränk wird zur Edelmarke

So etwa das Unternehmen True Fruits, das in der Kategorie „Start-up“ den ersten Platz belegt hat. Die drei Gründer und jüngsten Preisträger in der achtjährigen Geschichte des Gründerpreises haben als BWL-Studenten der Fachhochschule Bonn-Rhein-Sieg bei einem Auslandssemester in Schottland „Smoothies“ kennen- und lieben gelernt. Dabei handelt es sich um ein Getränk aus pürierten Früchten, das in Deutschland noch nicht auf dem Markt war. Sie witterten eine Geschäftsidee.

Wieder zu Hause, machten sie sich ans Werk, zogen Experten hinzu und initiierten an der Fachhochschule ein Forschungsprojekt, in dem ein besonders

schonendes Herstellungsverfahren entwickelt wurde, das fast alle Inhaltsstoffe der frischen Früchte bewahrt. Eine Design-Studentin entwarf eine trendige Glasflasche. Zudem bewarben sich die Unternehmer in spe bei dem regionalen Business-Plan-Wettbewerb NUK, der von der Sparkasse KölnBonn mitveranstaltet wird.

Auch das erwies sich als geschickter Schachzug: Die Gründer gewannen den zweiten Preis. Durch die Berichterstattung wurden Investoren aufmerksam, die dem Unternehmen 150.000 Euro Startkapital zur Verfügung stellten.

Doch auch damit hatten es die Gründer noch nicht geschafft. „Wir sind mit dem Auto durch ganz Deutschland gezuckelt, um Händler zu akquirieren“, erinnert sich Geschäftsführerin Inga Koster. Zunächst ohne Erfolg. Irgendwann klappte es dann über private Kontakte: Ein Marktleiter

räumte für ihre Smoothies ein Fach in der Kühltruhe frei. Gleich im ersten Monat wurden 1000 Stück verkauft, obwohl Smoothies in Deutschland so gut wie unbekannt waren.

Heute ist True Fruits hinter Chiquita die Nummer zwei auf dem deutschen Markt, auf dem sich mittlerweile auch weitere Größen wie Valensina und Mövenpick sowie der europäische Marktführer Innocent tummeln. Der Umsatz des Unternehmens, das 13 Angestellte beschäftigt, belief sich 2008 auf 4,6 Mio. Euro. Diesen Erfolg führen die Gründer auf ihren kompromisslosen Qualitätsanspruch zurück.

Alleinstellung durch Qualität

Andreas Brünjes, Leiter des Gründungscenters der Sparkasse KölnBonn, die das junge Unternehmen mitfinanziert hat, bestätigt: „Die Gründer haben von Anfang an damit gerechnet, dass sie im Massenmarkt von großen Firmen überholt werden, und deshalb konsequent auf Qualität gesetzt.“ Zudem lobt Brünjes die geschickte Nutzung der Kapazitäten der Hochschule. Mit seinem 30-köpfigen Mitarbeiterteam arbeitet Brünjes ausschließlich an der Finanzierung junger Unternehmen und betreut Existenzgründer in den ersten drei bis vier Jahren sehr intensiv. Auch seiner Ansicht nach benötigen Gründer nicht immer eine bahnbrechende Idee. Brünjes finanziert auch gerne Unternehmensübernahmen oder Franchise-Gründungen, sobald ihn die Gründerpersönlichkeit und der Businessplan überzeugen.

Zum aus Schottland importierten Konzept der Preisgewinner sagt er: „Klauen ist völlig legitim.“ Es müsse allerdings immer sorgfältig geprüft werden, ob das Konzept auch in Deutschland tragfähig ist und keine Rechte Dritter verletzt.

Nominiert in der Kategorie „Start-up“ des Gründerwettbewerbs war noch ein weiteres Unternehmen, das von sich selbst erklärt: „Wir machen nichts Geheimnisvolles, wir sind nur konsequent in der Umsetzung.“ Die Idee: Zwei begeisterte Kletterer gründen die Bergfreunde GmbH, die Kletter- und Out-

doorausrüstung ausschließlich über das Internet vertreibt. Dabei setzten sie auf die Vermarktung über Suchmaschinenwerbung und Partnerprogramme. „Wichtig ist, dass man im Internet auch

„Wichtig ist, dass man im Internet auch gefunden wird.“

Martin Theben,
Co-Gründer
Bergfreunde GmbH

gefunden wird“, erklärt Gründer Martin Theben. Die Bergfreunde bauen nicht auf Schleuderpreise, sondern in erster Linie auf ein hochwertiges und umfangreiches Angebot, guten Service und die Bequemlichkeit des Internetshoppings. „Bei uns kann man bestellen, anprobieren und die Hälfte wieder zurückschicken“, erklärt Theben.

„Anfangs war es schwierig, diese konsequente Ausrichtung auf das Internet Geldgebern, aber auch Lieferanten zu vermitteln“, berichtet Theben. Die Outdoorbranche sei sehr fokussiert auf den stationären Handel. Auch bei der Kreissparkasse Tübingen musste das junge Ehepaar viel Überzeugungsarbeit leisten. Theben: „Es dauerte einige Zeit, bis die erste Finanzierung durch war.“

Schließlich haben die Gründer das Institut durch ihr Engagement und einen stichhaltigen Businessplan für sich gewonnen. Und drei Jahre nach dem Start haben sie mehr als 20 Arbeitsplätze geschaffen. Der Umsatz lag im Jahr 2008 bei 3,6 Mio. Euro, ein Ende des Wachstums ist laut Theben nicht in Sicht.

Neben den bestehend einfachen Gründungsideen gab es beim Gründerpreis jedoch auch viel Platz für Hightech. So wurde das Unternehmen Gear-Tec nominiert, das in Schleswig-Holstein die Wartung von Getrieben von Windkraftanlagen anbietet. Gear-Tec repariert und optimiert die bis zu 25 Tonnen schweren Getriebe der Anlagen. Außerdem organisiert die Firma – anders als Konkurrenten – den Transport sowie die Montagearbeiten vor Ort in den Windparks.

Es geht auch eine Nummer kleiner

Gründer Olaf Struck, der zuvor als Manager in der Windkraftbranche tätig war, erhielt von der Nord-Ostsee Sparkasse eine Finanzierung in Höhe von knapp einer Mio. Euro. Auch der jetzt anstehenden Finanzierungsrunde sieht er positiv entgegen: „Die Signale der Gesellschafter und der Banken sind positiv.“ Die Krise bringe zwar mit sich, dass Getriebehersteller aktiver in den Instandhaltungsmarkt drängen, weil sie freie Kapazitäten haben. Klar positioniert, sieht Struck dies jedoch nicht als Bedrohung an. Windkraftanlagen seien langfristig durchkalkulierte Investitionen, bei denen die notwendige Instandhaltung berücksichtigt ist.

Dass aber auch ein Rückschlag in Finanzierungsfragen nicht das Ende sein muss, zeigt die Geschichte der Nanion Technologies GmbH aus München, die beim Gründerpreis den ersten Platz in der Kategorie „Aufsteiger“ belegt hat. Das Unternehmen entwickelt, produziert und vermarktet automatisierte, chipbasierte

Messverfahren für Pharma- und Biotech-Unternehmen und ermöglicht damit eine schnellere Wirkstofftestung. Die Folge sind Kosteneinsparungen in der medizinischen Forschung.

„Wir waren nach dem Platzen der Internetblase eines der letzten Unternehmen, die 2002 noch Geld bekommen haben“, erinnert sich Niels Fertig von Nanion Technologies. Schon bei der nächsten Finanzierungsrunde im Jahr 2003 stand das Nano-Biotech-Start-up jedoch vor verschlossenen Türen. Die Pläne, einen großen Roboter zu bauen, der 16 Proben auf einmal untersuchen kann, mussten auf Eis gelegt werden. Stattdessen wurde ein kleiner Roboter gebaut, der nur eine Probe untersuchen kann. Der wurde aber ein Erfolg und hat das weitere Wachstum der Firma finanziert.

Auch heute erklärt Fertig: „Wir suchen keine Investoren, weil wir Neuentwicklungen aus eigenen Unternehmen finanzieren können.“ Die 500.000 Euro Venture Capital bekamen die Gründer von dem Investor Munich Biotech Development. Fertig: „Wir kamen damals frisch von der Uni und hatten kein Eigenkapital. Da haben wir gar nicht daran gedacht, zu einer Bank zu gehen.“

Diese Einschätzung der Gründer ist jedoch in dieser Ausschließlichkeit nicht unbedingt zutreffend, denn auch die

modelle an“, sagt er. Ebenfalls enthalten im Finanzierungsmix für junge Unternehmen sind öffentliche Fördermittel. „Dies ist bei uns Standard“, so Brünjes.

Die weitere Finanzierungsgeschichte von Nanion Technologies, die mit ihrem abgespeckten Robotermodell nach zwei Jahren den Break-even-Point erreicht hat, ist Wasser auf den Mühlen von Sonderpreissträger Günter Faltn. Er empfiehlt Gründern sogar ganz ausdrücklich: „Denkt so lange nach, bis ihr mit wenig Geld von der Bank und viel Eigenkapital gründen könnt.“ Er selbst startete die Teekampagne mit einem Startkapital von nur 5000 Euro. Eingekauft hatte er die erste Ladung in Indien mit 60 Tagen Zahlungsziel. Er wusste: Bei seinem Kampfpriest hat er die Menge in 30 Tagen schon verkauft. Die Kunden im Versandhandel mussten Vorauszahlung leisten.

Sparkassen ziehen sich nicht zurück

Stärker in diese Richtung zu denken, kann bei einer Unternehmensgründung kaum schaden. Glaubt man den Sparkassenvertretern, werden Gründungen ganz ohne Fremdkapital aber auch in Zukunft nicht nötig sein. „Die Sparkassen ziehen sich nicht zurück“, erklärt Nadine Helterhoff vom DSGV, die in Berlin das Projektbüro für den Deutschen Gründerpreis leitet. Im Gegenteil, es habe im vergangenen Jahr sogar mehr Gründungsfinanzierungen gegeben. Den Gründerpreis versteht Helterhoff als ein Signal dafür, dass Gründer bei der Sparkasse willkommen sind, was



„Klaun ist völlig legitim.“
Andreas Brünjes,
Leiter des
Gründungscenters
der Sparkasse
KölnBonn



„True-Fruits“-Gründer: Erfolg mit importiertem Unternehmenskonzept.

Sparkassen haben bereits Venture-Capital-Gesellschaften gegründet oder arbeiten mit ihnen zusammen. So sucht Sparkassen-Gründungsberater Brünjes gezielt den Kontakt zu Einrichtungen der Universitäten im Rheinland und unterstützt auch Gründer von der Universität, die einen größeren Kapitalbedarf haben. „Hier arbeiten wir eng mit Beteiligungsgesellschaften zusammen und bieten den Gründern kombinierte Finanzierungs-

auch bereits die Statistik deutlich mache: Deutschlandweit sei jede zweite Unternehmensgründung von einer Sparkasse finanziert.

Auch Experte Brünjes erklärt: „Die Behauptung, dass es wegen der Krise kein Geld mehr für Gründer geben soll, kann ich bald nicht mehr hören. Wenn jemand mit einem stimmigen Konzept zu uns kommt, bekommt er selbstverständlich nach wie vor eine Finanzierung.“ ■