

Projekt Herzblut II

Was Menschen zum Abenteuer Unternehmensgründung treibt.



IHK

Baden-Württembergischer
Industrie- und Handelskammertag

Impressum

Herausgeber:

Baden-Württembergischer Industrie- und Handelskammertag
Federführung Gewerbeförderung
IHK Heilbronn-Franken
Ferdinand-Braun-Str. 20
74074 Heilbronn

Redaktion:

Katja Kasten, Dr. Jakob Vicari (verantw.)

Fotos:

Michael Bamberger

Gesamtherstellung:**Gestaltung:**

60 GRAD GbR
Arkadius Majchrzak und Christina Sautter
Schnaitheimer Str. 24
89520 Heidenheim

Druck:

Druckerei Laub GmbH & Co. KG
Brühlweg 28
74834 Elztal-Dallau

2. Auflage

© 2018 Industrie- und Handelskammer Heilbronn-Franken
Nachdruck mit Quellenangabe gestattet.
Um Übersendung eines Belegexemplars wird gebeten.

Inhaltsverzeichnis

Einleitung

02

Realität Plus

04

Mutige Modehausbesitzer

06

Die Schnellleser

08

Tiefschürfendes Start-up

10

Tinte mit Power

12

Licht für jede Nische

14

Spritzige Innovation

16

Instrumente codieren

18

Die digitalen Flotten-Tüftler

20

Faire Bohnen

22

Geiler Grip

24

Die Digital-Macher

26

IHK. Die erste Adresse.

28

Einleitung



Projekt Herzblut II: Die Leidenschaft in Baden-Württemberg zu gründen

Wenn der Torwart einen Ball fängt, dann lässt er ihn nicht mehr los. Und den besten Grip haben die Handschuhe, auf die Matthias Leibitz und Manuel Meier ihr Unternehmen T1tan gegründet haben. Wie der Torwart, so sollten es Gründer mit jeder guten Idee machen: Sie festhalten und sich nicht abnehmen lassen. Und dann das Spiel bestimmen. Nina und Derk Ischen griffen beherzt zu, als das Modehaus Banholzer einen Nachfolger suchte. Marcel Appolt reichte das Erlebnis mit einer Datenbrille. Lichtunternehmer Uwe Jansen griff zu, als er sah, dass LED-Technologie klassische Leuchtmittel ersetzen wird. Michael Schmid und seine Kollegen nutzten eine neue Gesetzeslage.

Eine gute Idee macht aus treuen Mitarbeitern von Großkonzernen, aus Studenten und Archäologen Unternehmer.

Manches Unternehmen beginnt bei einem Fußballspiel mit Freunden, das andere in einem Café in Australien, einer Begegnung im Silicon Valley

oder auf einer Geschäftsreise nach China – gegründet wird in Baden-Württemberg. Zwölf Industrie- und Handelskammern stehen hier mit Rat und Tat zur Seite.

Davon erzählen Ihnen in dieser Broschüre zwölf Gründerinnen und Gründer. Dass Gründen einfach wäre, sagen sie nicht. Und auch nicht, dass sie alles richtig gemacht hätten. Wie überhaupt so manches der Beispiele, denen Sie in dieser Ausgabe begegnen, so gar nicht dem Plan in einem Gründungshandbuch entspricht.

Da gründen sechs Archäologen ein Start-up für Ausgrabungen, da erkennen zwei Gründer schon zu Schulzeiten die Möglichkeiten der Digitalisierung, da wird der Vertriebsmitarbeiter zum Kaffeeröster und ein Hobby-Torhüter entwickelt Handschuhe, an denen der Ball fast kleben bleibt. Mit solchen Ideen geht man nicht ins Silicon Valley.



»Warum sollten wir hier auch weg?« fragt Künstliche-Intelligenz Spezialist Stefan Körner fast empört. »Warum nicht Heilbronn? Das Internet ist überall«, stellt auch Marcel Appolt von der Indeca 4d GmbH fest. Die Unternehmen, die hier gegründet werden, schielen nicht auf rasantes Wachstum und explodierende Aktienkurse. Egal ob Mixed Reality oder Kaffeerösterei, ob künstliche Intelligenz, römische Tonscherben oder Damenmode-Trends für Lauchringen. Die einen beherrschen Ladenbaudramaturgie, die anderen Laserbeschriftungsmaschinen oder Hologrammtechnologie. So verschieden die Gründer und ihre Ideen sind: Sie wissen, was sie tun und warum sie es tun. Darum können sie so leidenschaftlich und mitreißend von ihren Ideen erzählen, wie sie es auf den folgenden 24 Seiten tun. »Manche halten uns für verrückt. Aber wir haben den Schritt, den wir gegangen sind, nie bereut«, sagen die Gründer Nina und Derk Ischen.

Nicht nur das Geld ist bei Gründern knapp, auch ein anderes Gut.

Das erfährt man, wenn man um eine Stunde Zeit bittet für Interview und Foto. 60-Stunden-Wochen sind für Gründer nicht ungewöhnlich. Aber sobald sie angefangen haben über das Abenteuer Gründung zu sprechen, sind sie kaum zu bremsen. Uwe Jansen vom LED-Hersteller Enilux sagt: »An eine Gründung muss man mit viel Herzblut rangehen. Sie kostet viel Kraft. Aber wenn es aufgeht und eine Idee zum Leben erwacht, gibt es nichts Schöneres.«

Und was haben Sie vor in Baden-Württemberg?

Realität Plus



Mit einer Datenbrille können Bauteile oder ganze Maschinen in die Realität eingeblendet werden. Den Informatiker Marcel Appolt packte die Mixed Reality so sehr, dass er darauf das Start-up Indeca 4d aus dem Unternehmen Indeca ausgründete.

Als Diplom-Informatiker Marcel Appolt die Datenbrille aufsetzte, war es um ihn geschehen. Der Internetpionier war einer der ersten, welche die Microsoft HoloLens im Jahr 2016 in Frankfurt ausprobieren durften. »Als ich das gesehen habe: Das war, wie Star Wars wird Wirklichkeit«, sagt er. Seit diesem Moment ist Appolt überzeugt, dass Mixed Reality in der Computerbedienung der Zukunft die wichtigste Rolle spielen wird. Das Unternehmen Indeca aus Heilbronn, das er mit drei Kollegen leitet, befand sich in einem Strategieprozess. »Für uns war klar: Wir setzen da voll drauf«, sagt Appolt.

»Das war fast schon eine missionarische Aufgabe, die Technologie Mixed Reality zu den Mittelständlern in Baden-Württemberg zu bringen«, sagt er. Mit Würth Elektrotechnik und der Allianz fanden sie spannende Kunden.

Es fiel die Entscheidung, aus dem Versuchslabor die Indeca 4d GmbH zu gründen. Er sagt: »Warum nicht in Heilbronn? Das Internet ist überall. Und die Mitarbeiterakquise ist einfacher, wenn man ein hochinnovatives Thema besetzt.« Inzwischen hat die Indeca 4d 13 Mitarbeiter, »den letzten haben wir erst gestern eingestellt«, sagt Appolt.

Die Mixed-Reality Technologie erlaubt es Bauteile oder ganze Maschinen in den Raum zu projizieren. So kann ein erfahrener Servicetechniker einem Kollegen in der Werkhalle vor Ort, der eine HoloLens-Brille trägt, die Schritte zeigen, wie er eine Maschine repariert. Das spart Kosten und vor allem Zeit. Appolt sagt: »Die Kunden glauben nicht, dass wir eine ganze Maschine realistisch in den Raum projizieren können, durch die sie dann mit HoloLens durchlaufen können. Bis sie es sehen.« Die Indeca 4d GmbH hat ein Verfahren



entwickelt, um 3D-Daten unterschiedlichster Formate für Mixed Reality-Anwendungen zur Verfügung zu stellen.

Mit unternehmerisch mutigen Entscheidungen hat Appolt Erfahrung. Während des Studiums der medizinischen Informatik ging die erste Firmengründung durch die Decke. Appolt und sein Mitgründer Jens Stolz standen vor der Wahl: Einer von beiden würde sein Diplom nicht machen können. »Also haben wir Schnick-Schnack-Schnuck gemacht, wer sich Vollzeit um die Firma kümmern muss.« Ich habe verloren, erzählt er. Erst 14 Jahre später konnte Appolt sein Diplom machen. Heute ist er sowohl Geschäftsführer der Indeca, wie auch der Indeca 4d. Selbstkritisch räumt er ein: »Das Problem bin ich selbst. Weil ich die knappste Ressource bin.«

Die Entscheidung zur Ausgründung hatte viele Gründe: Einer war, das Risiko von der Mutterfirma zu nehmen. Ein anderer die Firmenkultur. Mit der Ausgründung Indeca 4d GmbH setzt Appolt seit einem Trip ins

Silicon Valley voll auf Start-up-Spirit. Die Hierarchien sind flach. Sie arbeiten mit Design Thinking Methoden und bauen schnelle Prototypen. Die Beck-Gruppe aus Neckarsulm gab die Seed-Finanzierung. Für die nächste Finanzierungsrunde will er auf die Crowd setzen. Damit die Idee der Mixed-Reality Realität wird.

www.4d.gmbh

Mutige Modehausbesitzer



Nina (33) und Derk Ischen (48) übernehmen ein alteingesessenes Bekleidungs-
geschäft. Wie das in Zeiten des Onlinehandels funktioniert, haben die beiden
schnell herausgefunden.

»Wir wollten uns räumlich verändern, mit unseren Kindern zurück nach Deutschland kehren. Vier Jahre hatten wir in Salzburg als Franchiseunternehmer in der Textilbranche gearbeitet. Meine Frau hat Modedesign studiert, ich bin Handelsfachwirt mit langjähriger Einzelhandelserfahrung. Als uns ein Unternehmensberater erzählte, dass das Ehepaar Banholzer aus Lauchringen einen Nachfolger für das 1952 gegründete Modehaus suchte, machte uns das neugierig. Wir schauten uns die Bilanz an. Die Kennzahlen waren für die Branche hervorragend. Wir staunten über die hohe Anzahl der Stammkunden, informierten uns über den 7.500-Einwohnerort, der direkt an der Schweizer Grenze liegt. Wir besuchten die Familie Banholzer und waren gleich auf einer Wellenlänge. Seit August 2015 sind wir Eigentümer der Geschäftsimmobilien und betreiben das Modehaus unter gleichem Namen weiter.

Es gibt gute Gründe, warum ein Unternehmen erfolgreich läuft. Deshalb haben wir auch sehr behutsam Dinge verändert. Den Namen, das Logo und die Lieferanten haben wir zunächst beibehalten. Das Sortiment haben wir zu Beginn nur in Nuancen verjüngt, erst nach einem dreiviertel Jahr haben wir nachhaltig das Logo, den Werbeauftritt und die Außendarstellung verändert. Wir wollten von den Kunden angenommen werden.

Als wir merkten, dass der Umbau der Jeansabteilung ein Erfolg war, haben wir 2016 zusammen mit einem Planungsbüro die gesamte Ladenbaudramaturgie modernisiert. Dafür haben wir weit über eine halbe Million investiert. Wir wollten eine Wohlfühloase für unsere Kunden schaffen. 2017 haben wir direkt nebenan das Banholzer Trendhaus aufgebaut. Dort bieten wir neben Mode auch Design-Artikel, Food und Accessoires an. Unser Angebot erstreckt sich



nun insgesamt über 1200 Quadratmeter. Die Zahlen sprechen für sich. Mit 4.200 Euro pro Quadratmeter Umsatz im Haupthaus liegen wir weit über dem Branchenschnitt. Allein in den letzten drei Jahren konnten wir den Umsatz um über 30 Prozent steigern. Meine Frau und ich sind bemüht mit den richtigen Marken für unsere Kundschaft partnerschaftlich zusammenzuarbeiten. Man muss seine Kunden gut kennen und sollte aus dem Überangebot an Ware und Labels eine passende Auswahl finden.

Kundenbindung, typgerechte Beratung und Dienstleistung sind wichtige Bausteine, um sich für den Kunden einzigartig zu machen. Daher haben wir Personalstärke ausgebaut, schulen und trainieren unsere Mitarbeiter und betreiben eine Änderungsschneiderei im Haus. Sehr stark definieren wir uns über unsere Modeberater. Sieben von den 36 Mitarbeiterinnen arbeiten schon über 25 Jahre im Unternehmen. Das Betriebsklima ist von großer Bedeutung. In den vergangenen drei Jahren mussten wir nicht eine Anzeige schalten, um Personal zu bekommen. Wir haben in diesem Jahr vier Auszubildende. Gerade junge Mitarbeiter fördern wir zudem mit

der Möglichkeit der IHK-Weiterbildung zum Handelsfachwirt. Wir wollen gar nicht mit dem Onlinehandel oder Kaufhäusern konkurrieren. Dieses Preisdumping machen wir nicht mit. Sicher findet man uns in sozialen Netzwerken, weil wir denken, nur dort noch jüngere Kunden erreichen zu können. Grundsätzlich aber setzen wir auf eine persönliche und individuelle Kundenbindung. Fast 70 Prozent unserer Kunden kennen wir persönlich mit Namen. Wir haben auch nie daran gedacht, die ländlichen Öffnungszeiten zu verändern. Bei uns gibt es eine Mittagspause von 12.30 bis 14 Uhr. Die Stammkunden wissen genau, wann ihre Lieblingsverkäuferin für sie da ist. Und in der Konkurrenz um gute Mitarbeiter sind die arbeitnehmerfreundlichen Öffnungszeiten ein wichtiger Wettbewerbsvorteil. Wir denken, dass bei uns der Handel zu seinem Ursprung zurückkehren sollte. Hier treffen sich Menschen und reden miteinander und wenn man den neuesten Studien glaubt, ist genau dies der Wunsch der Generation nach Facebook: persönlich! menschlich! ehrlich! Manche halten uns für verrückt. Aber wir haben den Schritt, den wir gegangen sind, nie bereut.«
www.modehaus-banholzer.de

Die Schnelleser



Aus der Universität in die Wildbahn. Zusammen mit drei Kollegen hat Sven J. Körner das Unternehmen ThingsThinking gegründet. Hier erzählt er, was dahintersteckt.

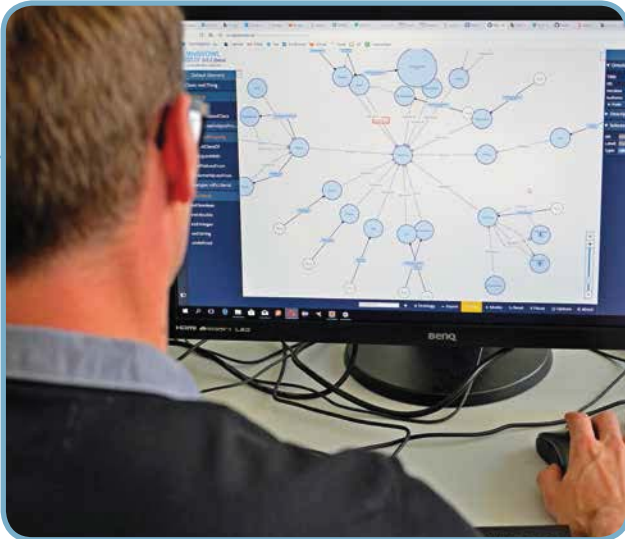
»Wir hatten schon einmal in einem Start-up gearbeitet. Das wurde von einem großen Unternehmen aufgekauft. Und plötzlich saßen wir als Mitarbeiter im Großkonzern. Das war wie im goldenen Käfig. Dafür fühlten wir uns definitiv zu jung. Wir waren gleichzeitig in der Firma und haben am KIT geforscht. Bis zur zweiten Gründung. Da haben wir die echte Welt und die Forscher zusammengebracht. Die Welt da draußen hält sich eben nicht an Prämissen. Finanziert haben uns Business Angels. Die finale Entscheidung war ganz deutlich eine Bauchentscheidung. Und sie hat sich als goldrichtig herausgestellt.

Wir verstehen Sprache besser als der Mensch. Unsere Technologie beruht auf drei Säulen: Semantic Similarity, Semantic Extraction und Semantic Reasoning. Eigentlich machen wir den ersten Schritt ähnlich wie wir

Menschen. Das heißt wir versuchen die Bedeutung der Sätze unabhängig von ihrer Formulierung und Sprache zu verstehen und ein semantisches Modell zu extrahieren.

Wenn ein Computer Schach oder Go spielt, sind die Regeln klar und es gibt nur zwei Spieler. Das vereinfacht das mathematische Modell. Aber in den meisten Lebensbereichen sind die Regeln nicht so klar. Das macht die Anwendung viel schwieriger.

Künstliche Intelligenz ist für uns zuallererst ein Werkzeug wie z. B. ein Hammer. Wichtig ist, dass die Menschen verstehen, wie es grob funktioniert, um dann für das Werkzeug passende Anwendungen zu entwickeln. Das stellen wir zur Verfügung. Und dann sieht man sehr schnell, wie nützlich es ist. Wir



lösen für unsere Kunden semantische Probleme. Das können zum Beispiel Steuerunterlagen sein: Das Steuerrecht ist hinreichend aufwändig für den menschlichen Verstand zu verarbeiten. Unsere Plattform kann das. Die Maschine ist wie ein Sidekick fürs Gehirn. Eigentlich hilft unsere Plattform immer dann, wenn umfangreiche Dokumente oder sonstige Inhalte verarbeitet werden müssen, das kann auch das Vertragsmanagement für Versicherungen sein oder Anforderungsdokumente in der Automobilindustrie.

Es ist erschreckend, wie viele Leute einem helfen und ihre Kontaktdaten öffnen, wenn man nur fragt. Man muss dann aber auch liefern. Schöne Powerpoint-Folien allein reichen nicht. Da muss man sich die Hände dreckig machen. Nach zwei Wochen sollte eine Lösung stehen, dass der Kunde sagt: Krass. Wir haben uns von Anfang an darauf festgelegt, dass jede Leistung sofort kostet. Wenn wir in fünf bis zehn Tagen einen Proof-of-Concept zeigen, ist das was wert. Wer dafür kein Geld hat, hat auch später kein Budget. Und nur, wenn der Kunde einen ernst nimmt

und mitzieht, weiß man, ob das System tatsächlich funktioniert. An der Universität geben wir übrigens immer noch eine Vorlesung zur Sprachverarbeitung. Das ist ja auch ein super Recruiting-Werkzeug. Und deutsche Ingenieure sind billiger als Silicon-Valley-Ingenieure. Wir leben einfach gern hier in Baden-Württemberg. Warum sollten wir hier weg?»

www.thingstinking.net

Tiefschürfendes Start-up

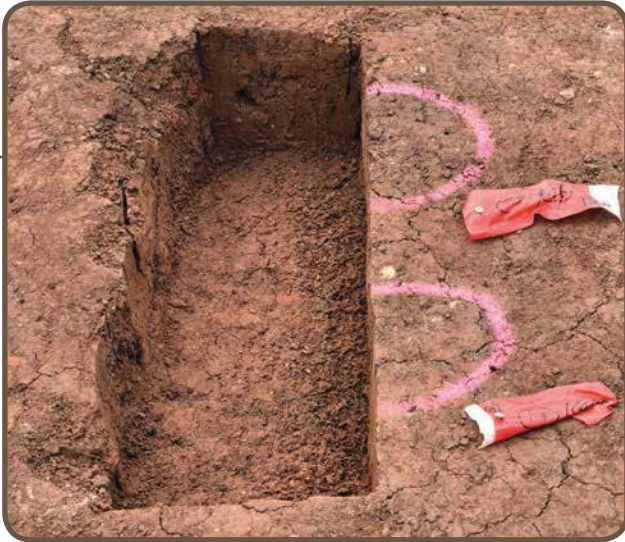


Mit fünf Kollegen gründete Michael Schmid die ArchaeoConnect GmbH in Tübingen, ein Start-up für Ausgrabungen und archäologische Dienstleistungen. Hier erzählt er, wie es zur ungewöhnlichen Gründung kam.

»Ich habe in Tübingen Archäologie studiert. Der normale Karriereweg führt in den öffentlichen Dienst, an die Universität oder an ein Museum. Eine Unternehmensgründung war zunächst nicht Teil meiner Vorstellungswelt. Als Anfang 2016 Gerüchte aufkamen, dass die Ausgrabungen in Baden-Württemberg privatisiert werden sollen, arbeitete ich gerade auf einer Ausgrabung für das Landesamt für Denkmalpflege Baden-Württemberg als Grabungstechniker.

Natürlich mit befristetem Vertrag, wie das inzwischen leider vielerorts üblich ist. Beim Feierabendbier haben wir dann diskutiert, ob man nicht ein Unternehmen gründen kann. Die Alternative wäre ja gewesen, bei einem anderen Unternehmen anzuheuern, wenn privatisiert wird. Wir waren ursprünglich vier Kollegen.

Dazu konnten wir zwei Kommilitonen von unserer Vision überzeugen miteinander. Durch das projektweise Arbeiten fängt man in der Archäologie bei Ausgrabungen oft mit anderen Leuten neu an. Das war ein Punkt den wir ändern wollten. Von Anfang an wollten wir ein festes Team aufbauen, in dem die Abläufe eingespielt sind, mit festgelegten Workflows. Wir gehen bewusst nicht in den Preiskampf, sondern wollen mit Qualität, höherer Flexibilität und Zuverlässigkeit überzeugen. Aber wir suchen immer nach Lösungen, die die Interessen aller Projektbeteiligten miteinander verbinden, damit zum Beispiel nicht die ganze Baustelle durch eine Ausgrabung still stehen muss. Wenn du als Archäologe auf der Baustelle auftauchst, herrscht selten Begeisterung. Aber wir versuchen klare, reelle Zeit- und Kostenrahmen zu geben. Und effizienter zu sein, mit unserer Arbeit zu überzeugen. Digitale Technik spielt dabei eine ganz entscheidende Rolle.



Wenn man so eine Gründung macht, sollte man ehrlich zu sich selbst sein. Wir haben gefragt: Wo haben wir Lücken? Und wir haben uns dann coachen lassen, beispielsweise im Geschäftlichen und zum Thema Marketing. Gründen ist vor allem eine Mutfrage. In manchen Dingen hätte ich mir noch mehr Mut gewünscht. Würde ich nochmal gründen, würde ich mir eine Auszeit nehmen. Eine Gründung muss auf einem guten Fundament stehen, dafür braucht es mehr Zeit, als Feierabende. Unser Geschäft ist durch das Gesetz gesichert: Wenn beim Bauen Relikte zerstört werden, muss eine Ausgrabung auf Kosten des Bauherrn stattfinden. Der aktuelle Bauboom nützt uns.

Gerade leite ich eine Grabung in einer ehemaligen Klosteranlage. Die wird seit über 200 Jahren als Gefängnis genutzt. Das sind erschwerte Bedingungen. Wenn beispielsweise etwas kaputtgeht kann man nicht einfach Ersatz beschaffen. Und man kann vor Ort keine Handys benutzen. Das bedarf also

immer einer klaren, guten Organisation, Struktur in den Arbeitsabläufen und einer guten Vorausplanung. Für die Geschäftsführung bleiben gerade hauptsächlich die Abende und das Wochenende.

Wir arbeiten auch an anderen Geschäftsfeldern. Beispielsweise im Bereich der 3D-Visualisierungen, mit denen man Ergebnisse der archäologischen Ausgrabungen eindrücklich und anschaulich vermitteln kann. Es ist immer wieder erstaunlich, was man mit der heutigen Technik erreichen kann; wie sich digital eine Verbindung von Vergangenheit und Zukunft verwirklichen lässt. Und wir überlegen ständig, was wir Neues angehen könnten und wie wir die heutigen technischen Möglichkeiten noch besser nutzen können.»

www.archaeoconnect.de

Tinte mit Power



Der Physiker Norman Mechau (45) entwickelt in Kernen im Remstal Drucktinten, mit denen er Elektronik auf unterschiedliche Materialien aufbringen kann. Mit der peptech GmbH will er groß in den Markt einsteigen.

Herr Mechau, was genau macht eigentlich die peptech GmbH?

Wir stellen Tinten her, die sehr flexibel, dehnbar und gleichzeitig elektrisch leitfähig sind. Und wir entwickeln Prozesse, um elektronische Komponenten aus diesen Tinten zu produzieren. Unser Slogan heißt übrigens: We make things smart.

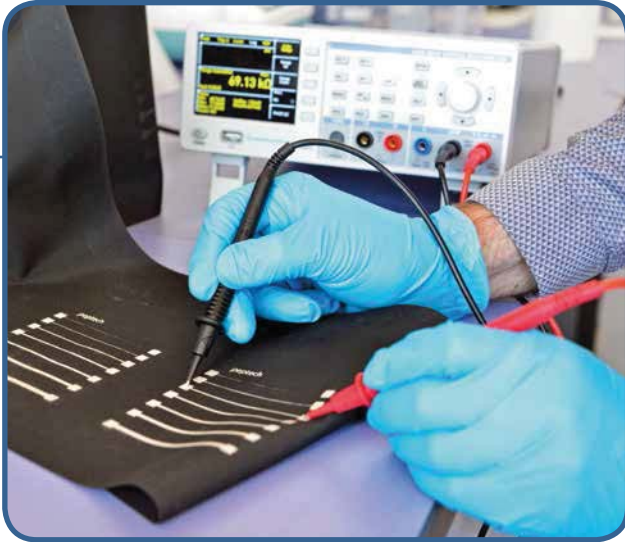
Was motivierte Sie 2016 zur Gründung?

Als Physiker hatte ich mich zehn Jahre lang in Unternehmen und in der Forschung und Entwicklung mit dem Thema gedruckte Elektronik beschäftigt. Ich habe gesehen, was möglich ist, aber auch, wo die Grenzen liegen. Mit einem eigenen Unternehmen kann ich Dinge zusammenfügen und realisieren, die vorher getrennt voneinander behandelt wurden. Ich kann die Tinte, den Prozess und das Bauteil zusammenbringen. Was schön ist:

Ich arbeite mit meinem Vater und einem Studenten zusammen. Am Anfang ging es viel ums Tüfteln, heute kann ich konkrete Produkte anbieten. Momentan suchen wir nach Investoren, die in das Geschäft einsteigen wollen.

Wie und wo ist die Technologie einsetzbar?

In vielen Zukunftstechnologien. Damit meine ich intelligente Textilien oder das Internet der Dinge. Dort kann unser Material zum Einsatz kommen, weil wir Dinge bedrucken können, die mit der klassischen Elektronik nicht funktionieren. Ein Kabel ist meist flexibel und biegsam, aber es in Textilien zu integrieren, ist sehr kompliziert und aufwendig. Aber unsere Systeme können das. Ich nehme das Textil, also zum Beispiel eine Funktionsjacke, drucke die Leiterbahn auf den Stoff, stelle die Kontakte her und schon habe ich alles in ein System integriert. Dadurch wird es möglich,



durch kurzes Antippen, Daten über Körperfunktionen und Bewegung zu generieren. Wir können mit der Tinte auch eine Kopplung von Papier und elektronischen Medien via Bluetooth ermöglichen. Ein weiterer Markt sind aber auch ganz einfach flexible Farben. Mit der Tinte lassen sich zum Beispiel ganz leicht Luftballons bedrucken.

Wer profitiert konkret von Ihrer Forschung und Entwicklung?

Natürlich Unternehmen, die mit dieser Technologie ihre Produkte intelligent machen können. Ich verstehe mich nicht nur als Forscher und Entwickler, sondern immer auch als Berater. Viele Unternehmen reagieren am Anfang skeptisch, wenn ich auf sie zukomme, weil sie an dem System festhalten, das sie bereits kennen. Ich zeige auf, wo der Mehrwert liegt.

Lässt sich die Tinte auch auf der Haut aufbringen?

(lacht) Möglich ist das heute schon. Aber mit dem Thema soll sich die Wissenschaft beschäftigen. Wir wollen in die Anwendung und Geld verdienen.



Was können Sie Gründern raten, die sich im Bereich Zukunftstechnologien selbständig machen möchten?

Es macht schon großen Sinn, seine Kunden zu kennen und diese vor dem Einstieg in die Selbständigkeit im Hintergrund zu wissen. Wichtig ist auch ein guter Businessplan. Für meinen bin ich von der Kreissparkasse Waiblingen mit dem Gründerpreis 2017 ausgezeichnet worden. Das Gesamtkonzept sollte stimmen, die wirtschaftliche Planung klar sein. Man sollte sich zudem fragen, welchen Nutzen die eigene Firma bietet. Und ganz klar: es ist oft leichter ein Angestellter zu sein. Du brauchst schon die nötige Motivation, dein eigenes Unternehmen zu führen, mit allen Höhen und Tiefen.

Wohin soll die Reise gehen?

Ich wünsche mir ein von Grund auf solides, gesundes Familienunternehmen. Ich hätte gerne ein Entwicklungsteam und ein Team für die Produktion der Tinten und Komponenten zusammen unter einem eigenen Dach, um weitere innovative Produkte zu kreieren. Ich bin bereit für große Schritte.
www.peptech.de

Licht für jede Nische



Uwe Jansen hat schon einmal ein erfolgreiches Unternehmen für LED-Technologie gegründet. Wir haben ihn gefragt, wie es dazu kam, dass er mit der Enilux GmbH ein zweites Unternehmen gegründet hat.

Woher kommt Ihr Wissen?

Ich war Geschäftsführer in einem Maschinenbauunternehmen. Dort hatte ich erstmals die Gelegenheit, Ideen in Produkte umzuwandeln. Seit 2008 setze ich mich mit der Entwicklung von LED-Leuchten auseinander. Damals habe ich mit einem Partner das Unternehmen InnoGreen gegründet. 2016 bin ich aus dem Unternehmen ausgestiegen und habe meine Anteile verkauft. Die Entwicklung der InnoGreen, die vertriebliche Orientierung und der Wandel der Struktur passten nicht mehr zu mir. Ich wollte mit einem Start-up noch einmal genau mein Ding machen. Dabei haben Sparkasse, IHK und das Land Baden-Württemberg sehr geholfen.

Was ist Ihr Markt?

Mit Enilux bediene ich neben einem Standardsortiment Sonderlösungen. Wenn ich mit einem Lichtplaner durch ein Objekt gehe und der sagt »Da

müsste man mal, das gibts aber nicht«, weiß ich, das ist mein Geschäft.

Wir haben flache LED-Panel für Bürocontainer entwickelt und eine Speziallampe für einen Hähnchenmastbetrieb. Die hat ein Kunde sofort nach Namibia verkauft. Da war ich baff. Gerade denke ich über eine mobile Leuchte für Schiffswerften nach. Das ist ein spezieller Markt, vielleicht ein paar tausend Stück. Aber wenn wir die bauen können und unsere Lösung ist besser und kostet dafür die Hälfte von dem, was der Kunde vorher gezahlt hat, dann ist das ein Erfolg. Ich sage immer: Unmögliches erledigen wir sofort – Wunder dauern etwas länger.

Wie sieht Ihr Arbeitsalltag aus?

Klar ist, man kommt als Gründer nicht mit einer 40-Stunden-Woche aus. Da ich viel mit Partnern in Asien zu tun habe, stehe ich wie heute früh oft um drei Uhr morgens auf. Dann habe ich Skype-Konferenzen. Die Produ-



zenten dort kenne ich teilweise seit über zehn Jahren. Zum Job gehört es, Großhändler und Planungsbüros zu besuchen. Wir haben ja erst fünf Mitarbeiter.

Wie entstehen neue Produkte?

Ich bin Autodidakt. Ich zeichne meine Ideen noch per Hand auf dem Reißbrett. Die Kunst liegt darin, die Idee dann mit den Ingenieuren zu diskutieren und zu prüfen, ob diese technisch machbar und wirtschaftlich sinnvoll ist. Das ist vielleicht ein unkonventioneller Weg. Aber so klappt es. Wir sind schnell. Und wir haben eine extrem niedrige Reklamationsquote. Unsere Produkte funktionieren. Wenn ich fünf Jahre Garantie gebe, muss ich wissen, dass die Teile mindestens sieben Jahre halten.

Was unterscheidet Sie?

LED-Anbieter gibt es viele. Ich versuche, technisch und in Punkto Innovation ganz vorne mitzuspielen. Natürlich gibt es Großkonzerne mit riesigen Entwicklungsabteilungen. Wir sind in der Entwicklung von Lösungen teilweise sehr viel schneller, kosteneffizienter und legen den Fokus auf die bestmögliche Lösung für unsere Kunden. Die Entwicklung einer neuen Lösung dauert bei mir drei Monate und ist für uns schon ab 500 Stück



interessant. Ich setze auch nicht auf den schnellen Profit. Ich halte mich strikt an den dreistufigen Vertrieb: über den Großhandel zum Fachbetrieb. Ich umgehe da niemanden, auch wenn ich da mal drei Prozent gewinnen könnte. Meine Kostenstruktur ist so niedrig, dass ich nicht jedes Geschäft mitnehmen muss.

Was machen Sie in der zweiten Gründung anders?

Wachstum ist in meinem zweiten Unternehmen nicht mehr mein erstes Ziel. Jetzt geht es mir vor allem darum, das zu tun, was sinnvoll ist und Spaß macht. Und dass der Teamspirit stimmt. Aber natürlich wächst Enilux. Unser neues LED-Panel »Interna« wird uns gerade aus den Händen gerissen, wir kommen kaum mit der Produktion nach. Für Büros, Schulen und Krankenhäuser haben wir eine echte Allround-Lösung gefunden.

Wo steht Enilux in fünf Jahren?

Ich träume davon, eine Fertigung in Deutschland aufzubauen. Ich habe schon ein Grundstück im Blick und arbeite an den Planungen. An eine Gründung muss man mit viel Herzblut rangehen, sie kostet viel Kraft. Aber wenn es aufgeht und eine Idee zum Leben erwacht, gibt es nichts Schöneres.

www.enilux.de

Spritzige Innovation



Thomas Schönbacher und Moritz Zumdick stellen mit der Priomold GmbH in Birkenfeld Kunststoffprototypen her, die wie Serienteile aussehen. Hier erzählt Schönbacher, was die Kunden überzeugt hat.

Wie kamen Sie auf die Idee zur Gründung?

Wir haben Luft- und Raumfahrttechnik an der Universität Stuttgart studiert. Und hatten nebenbei ein kleines Unternehmen für Luftaufnahmen. Da haben wir gemerkt, dass wir gut zusammenarbeiten. Allerdings wurden uns die gesetzlichen Rahmenbedingungen zu eng. Da haben wir ein neues Problem gesucht, das wir lösen können. Und kamen eben zum Prototyping. Moritz ist technischer Leiter, ich bin Geschäftsführer.

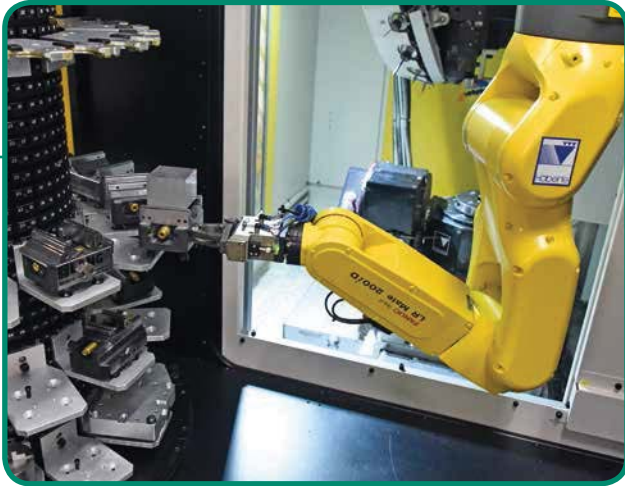
Prototypen, da denkt man an 3D-Druck?

Ja, das ist sicher eine tolle Technologie, wenn Sie zwei oder drei Teile brauchen. Wenn Sie 50 oder 100 Teile wollen und das auch noch in der Qualität der Serie, dann ist 3D-Druck nichts mehr. Dann kommen wir ins Spiel. Wir bieten Prototypen und Kleinserien aus Serienmaterial im

Serienprozess – eben mit Spritzguss.

Wie schaffen Sie das?

Wir nutzen das Rapid Tooling Verfahren: Statt aus Stahl bauen wir Spritzgussformen aus hochfestem Aluminium. Damit sind wir sicher Exoten. Und es ist nicht immer ganz einfach Serienhersteller zu überzeugen. Aber wir sind so günstiger und vor allem schneller. Wir arbeiten auch mit Erfindern oder Privatleuten zusammen. Wir haben zum Beispiel für einen kleinen Soßenhersteller Totenköpfe für die Flaschendeckel produziert. Das ist eher ungewöhnlich. Wir arbeiten vor allem für die Automobilindustrie, den Maschinenbau und die Medizintechnik.



Was sind die Grundsätze?

Wir konkurrieren nicht mit Fernost. Wir haben die meisten Kunden aus einem Umkreis von 100 Kilometern. Mit den Daten gehen wir sicher um, die bleiben in Deutschland. Da geht nichts in die Cloud. Und wir lassen nichts in China machen.

Wie haben Sie begonnen?

Die erste Fräsmaschine war gebraucht, die haben wir zum Schrottpreis bekommen. Damit haben wir die ersten Formen gefräst und uns bei einer Spritzerei eingebucht. Wir wollten nicht zur Bank gehen und einen Millionenkredit aufnehmen. Jetzt gibt es uns drei Jahre. Heute haben wir neun Fräsmaschinen und sieben eigene Spritzgussmaschinen. Gestern kam die letzte. Und wir sind 20 Mitarbeiter.

Was würden Sie anders machen?

Schneller die ersten Mitarbeiter einstellen. Die ersten anderthalb Jahre haben wir alles allein gemacht. Bei 80 Arbeitsstunden die Woche merkt man dann, wo die körperlichen Grenzen sind. Heute haben wir ein gutes

Team. Da gibt es kein Chef und Angestellter, wir sind Kollegen, haben Spaß, machen Ausflüge zusammen. Vom Ergebnis betrachtet funktioniert alles besser, wenn das Team zur Gesamtleistung des Projektes beiträgt. Nur so können wir so flexibel sein, wie es die Kunden schätzen.

Was raten Sie anderen Gründern?

Wir sind jung und nehmen Sachen unbeschwerter. Das kann ein Vorteil sein. Man sollte sich nichts darin vormachen, von wegen, dass Erfolg ein Selbstläufer ist und man selbst die Fäden in der Hand behält. Man muss auf sich gucken, sollte versuchen, sich auf Lösungen zu konzentrieren statt auf Probleme.

Und wollen Sie wachsen?

Nicht unbedingt. Solange wir dem Kunden dadurch einen Nutzen bringen, werden wir wachsen.

www.priomold.de

Instrumente codieren



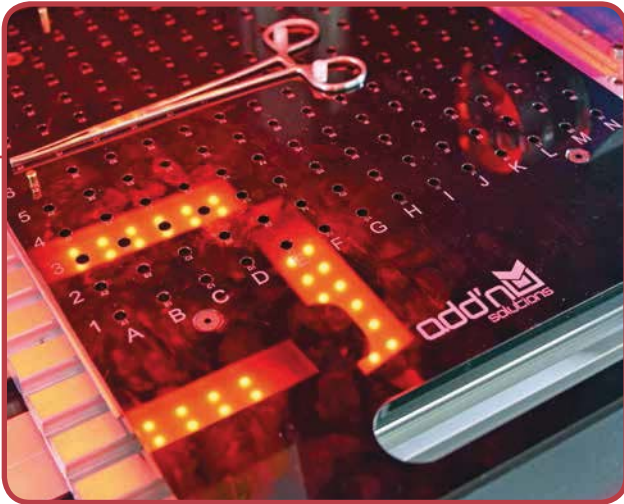
Vor zwei Jahren gründen Dominik Bugge, Nermin Duratovic und Dominik Pfeiffer eine Firma, mit der sie den kompletten Service rund um die gesetzlich geforderte Kennzeichnung chirurgischer Instrumente übernehmen. Mit der add'n solutions GmbH & Co. KG ersparen sie anderen Unternehmen viel Arbeit.

Drei Laserbeschriftungsmaschinen brummen durch die 180 Quadratmeter große Produktionshalle, die mitten in einem Mischgebiet in Tuttlingen liegt. Sie schreiben sogenannte Data-Matrix-Codes auf Metalloberflächen von Pinzetten, Skalpellen, Implantaten oder Endoskopen. Zehn Stunden sind die Maschinen täglich in Betrieb.

Es ist eine Kennzeichnungspflicht für chirurgische Instrumente, die drei junge Tuttlinger zu Gründern machte. Denn bis 2020 soll jedes einzelne Medizinprodukt durch einen maschinenlesbaren Code dauerhaft identifizierbar sein. Unique Device Identification (UDI) heißt das international eingeführte System. Für manche Unternehmen bedeutet dieses Regularium, das die amerikanische Gesundheitsbehörde ins Rollen brachte, einen großen Mehraufwand. Für das Start-up bietet es große Chancen. »Wir

übernehmen für die Unternehmen den gesamten Service. Von der Laserbeschriftung über das Reinigen und Passivieren, Verifizieren, Verpacken und Etikettieren. Wir sind die Ersten, die dieses Paket anbieten und haben damit eine Marktlücke entdeckt«, erklärt der 33-jährige Dominik Bugge. Zusammen mit dem Maschinenbautechniker Nermin Duratovic (31) und dem Ingenieur Dominik Pfeiffer (35) hat er 2016 die add'n solutions GmbH & Co. KG gegründet.

Tuttlingen ist ein Zentrum für Medizintechnik. Davon profitieren die drei. Die Kunden der Jungunternehmer stammen aber auch aus den Bereichen Maschinenbau, Flugzeugtechnik und Automobilbau. Ob einfache Nummern, der Name eines Arztes oder auch Herzchen – für die Gründer, die vor ihrem Schritt in die Selbständigkeit für ein amerikanisches Medizintech-



nikunternehmen arbeiteten, ist jede Form der Codierung und jede Stückzahl umsetzbar.

Schritt für Schritt haben sie das Unternehmen zusammen aufgebaut. Sie haben lange an einem Businessplan gearbeitet, einen Steuerberater beauftragt, mit Banken und der IHK gesprochen, sowie den Markt analysiert. Dabei ging es um die Frage, ob Unternehmen grundsätzlich bereit sind, Prozesse an das junge Unternehmen auszulagern, um sich selbst ganz auf die Entwicklung und Fertigung konzentrieren zu können. »In der Orientierungsphase haben wir alle noch für einen Konzern gearbeitet. Unser Unternehmen lief im Nebenerwerb. Doch dann, als wir uns sicherer wurden, ist einer nach dem anderen von uns ausgestiegen«, sagt Buggle, Marketing- und Vertriebsmann.

Als drei Banken Darlehen zusagen, starten die Gründer richtig durch. Sie mieten den Raum, kaufen die Maschinen. Dominik Buggle ist für die Akquise zuständig. »Plötzlich ging alles sehr schnell und es wurden mehr und mehr Kunden, die unseren Service in Anspruch nehmen wollten«, sagt er. Spannend und erfüllend empfinden die drei die Selbständigkeit, auch wenn



vieles neu und die Tage lang sind. »Wir haben uns auch schon die Nächte um die Ohren geschlagen. Aber das Unternehmen ist unser Baby und wir wollen alle, dass das Geschäft auch rund läuft, auch mit dem Gedanken an zukünftige Generationen«, sagt Buggle. Dabei sei ein gutes Miteinander sehr wichtig, weil die Gründer manchmal mehr Zeit miteinander verbringen als mit der Familie oder der Partnerin. »Es gibt natürlich neben den guten auch schlechte Tage. Gerade, wenn es holprig wird zählt es, sich gegenseitig aufzubauen.«

Und dann erzählt der Gründer von Aufgaben, mit denen er sich vorher noch nie beschäftigt hat. Eigentlich ist er ja zuständig fürs Administrative, aber weil sie sich dafür entschieden haben, noch zu dritt zu bleiben und mit der Einstellung von Mitarbeitern zu warten, bedient auch er die Lasermaschinen, sitzt direkt neben den Kollegen, die sich um die technische Qualitätssicherung und Prozesssteuerung kümmern. Zusammen beschriften, etikettieren, verpacken und verschicken sie die Instrumente. Dominik Buggle ist sich sicher: »Genau dieser Teamgeist, der schweiß ein junges Unternehmen zusammen.«

www.addn-solutions.de

Die digitalen Flotten-Tüftler



Die Biberacher Peter Jegutzki (48), Andreas Kopf (36) und Patric Schneider (30) wollen das Unternehmen stärker auf Carsharing ausrichten. Mit ihrem Start-up Azowo entwickeln sie dafür Software und Apps.

»Nein, an Urlaub ist erst einmal nicht zu denken. Aber warum auch? Ich arbeite ja gerne und freue mich jeden Tag über unser Start-up. Es macht mir auch nichts aus, dass ein Arbeitstag nun zwölf Stunden hat. Ich genieße es, schwärmt Peter Jegutzki. Die Azowo GmbH gibt es jetzt seit drei Jahren. Angefangen haben wir als Carsharing-Start-up für Unternehmen. Wir wollten eine ganz einfache Lösung dafür bieten, dass Flottenfahrzeuge oft ungenutzt auf Riesenparkplätzen herumstehen. Dafür haben wir eine Software und eine App entwickelt mit der Fahrzeuge aus dem Fuhrpark reserviert und schlüssellos genutzt werden können. Wir stellen eine Telematik-Box bereit, die in jedes Fahrzeug herstellerunabhängig eingebaut werden kann. Über die cloudbasierte Plattform, und das ist das Besondere, ist es nun leicht, die Fahrzeugflotte zu managen und besser auszulasten. Das schont Ressourcen, spart Geld und verbessert unterm Strich die

CO2-Bilanz.

Wir drei kennen uns jetzt schon seit über zehn Jahren. Wir haben alle einmal für denselben Autovermieter gearbeitet. Patric Schneider und Andreas Kopf kommen aus dem IT-Bereich, ich aus dem Flottenmanagement. Damals haben wir schon nach Lösungen für den Carsharing-Bereich gesucht. Das heißt, das Thema hat uns schon länger im Griff. Wir wohnen alle in Biberach und haben oft zusammengesessen. Wir sprachen immer wieder über die Idee, den Carsharing-Bereich auf Unternehmen auszuweiten. Uns war bekannt, dass viele Unternehmen das etwas umständlich handhaben. Irgendwann haben wir gesagt, wir machen das jetzt. Wir können was verändern.

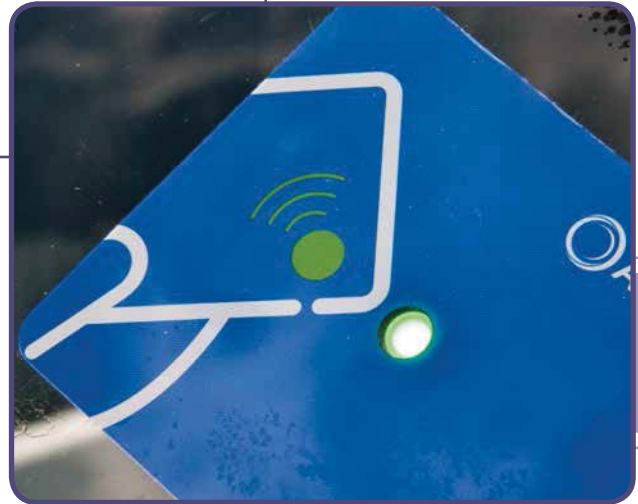
Als das Konzept dann schließlich stand, suchten wir uns Business Angels,



die uns fachlich beraten. Dann sind wir auf Geldgeber und potentielle Kunden zugegangen. Wir haben unsere festen Jobs gekündigt und eine Zeit lang ein Kinderzimmer zu einem Büro umfunktioniert. Wir wollten erst einmal vorsichtig starten. So fing es an.

Mit unserer Idee, das war uns klar, ist es schwer auf Eigenkapital und Kredite, zu bauen. Mittlerweile haben wir drei Investoren, die an uns glauben und uns nicht nur finanziell unterstützen. Das sind die Beteiligungsgesellschaft der Kreissparkasse Biberach, die MBG Mittelständische Beteiligungsgesellschaft Baden-Württemberg und der Berliner Risikokapitalinvestor Projekt A. Die Investoren haben ein Mitspracherecht, aber die Entscheidungen treffen wir schon selbst.

Wenn ich an die Phase des Gründens zurückdenke, erscheint mir als ein wesentlicher Punkt das Konzept zu sein. Das muss einfach stimmen. Die Investoren schauen genau hin. Als Gründer bist du zunächst euphorisch, aber du musst auch realistisch bleiben und außerdem lernbereit. Der Blick von außen ist wichtig, auch wenn du glaubst, in deinem Bereich Experte



zu sein. Mit dem Geld, das uns jetzt zur Verfügung steht, wollen wir unser Produkt weiterentwickeln, aber auch den Bereich Marketing und Verkauf ausbauen. Wir möchten natürlich noch bekannter werden.

Momentan beschäftigen wir 15 Mitarbeiter und wir sind ständig auf der Suche nach guten Leuten. Denn zukünftig wollen wir uns nicht nur als Carsharing-Start-up präsentieren. Wir wollen keine Insellösungen anbieten, sondern vieles zusammenbringen. Wir verstehen uns eher als Mobilty-Plattform. So öffnen wir unser Können auch für andere Kunden. Um ein paar Beispiele zu geben: Wir arbeiten zur Zeit mit einer Hochschule zusammen, die ein E-Roller-Carsharing-System aufbauen möchte. Ein anderer Kunde ist ein klassischer Lieferdienst. Dort ist nun ein schlüsselloser Zugang für die Fahrer möglich. Ein weiterer Kunde sind die Mieter eines Wohnkomplexes. Dort wollen sich über unsere Lösung die Mieter Autos und Elektrofahräder teilen. Dass wir auch jetzt schon in anderen Ländern unterwegs sind, freut uns natürlich. Schon jetzt sind wir in der Schweiz und Holland mit unseren Produkten unterwegs. Das ist erst der Anfang.«

www.azowo.com

Faire Bohnen



Aus Kaffeebohnen sollte das Beste herausgeholt werden, findet Dennis Hülsbusch und gründet die Rösterei Monokel in Bodnegg. Seine Produkte liefert er an 70 Supermärkte.

Auf seinen Reisen merkt er das erste Mal, wie vielseitig Kaffee sein kann. Dennis Hülsbusch streift durch Cafés in Australien, Kenia, Tansania und der Türkei. Und lernt dort die unterschiedlichen Sorten und Zubereitungsarten kennen. In einer kleinen Rösterei in Österreich lässt er sich zeigen, worauf es beim handgerösteten Kaffee ankommt. Und er besucht die »Berlin School of Coffee«, um das Handwerk zu perfektionieren. »Mich hat das Thema einfach nicht mehr losgelassen«, sagt der Jungunternehmer. »Ich habe gemerkt, dass Kaffee für mich weit mehr als nur ein Hobby ist. Dass ich richtig einsteigen will.«

Ende 2015 wagt er den Schritt. Statt ein neues Auto zu kaufen, investiert der 35-jährige in einen gebrauchten Probat-Röster. Er mietet eine 100 Quadratmeter große Halle im Industriegebiet von Bodnegg und gründet

die Kaffeerösterei Monokel. Die Tatsache, dass er die sechste Rösterei im Umkreis eröffnen wird, kann Dennis Hülsbusch nicht beeindrucken. Er glaubt an sich und sein Produkt. Zusätzlich wird er Kaffeemaschinen und Zubehör verkaufen.

An seinem damaligen Job als Vertriebsmitarbeiter für Lebensmittel hält der gelernte Betriebswirt zunächst fest. Auch dann noch, als die IHK, die er zur Beratung aufsucht, von seinem Businessplan, den ersten Verkaufszahlen und seiner Produktidee angetan ist. Er will es ruhig angehen lassen. Kein Risiko eingehen. Alles aus Eigenmitteln bezahlen. Also fährt er zweigleisig.



Zunächst röstet er nur am Wochenende. Als dann sein Kaffee einschlägt und er immer mehr produzieren soll, muss auch der Freitagnachmittag dran glauben. Dennis Hülsbusch verbringt immer mehr Zeit mit seinem Probat, den er erst kürzlich gegen einen effektiveren Röster ausgetauscht hat.

Anfang 2018 entscheidet er sich hauptberuflich auf Kaffee zu setzen, den er online und mittlerweile in 70 Supermärkten von Freiburg bis Heidenheim verkauft. In diesem Jahr will er Stuttgart und München erobern. Auch plant er immer mehr Cafés und Restaurants von seinem Produkt zu überzeugen. Dennis Hülsbusch erzählt von regelmäßigen Supermarktverkostungen, die wichtig sind, weil er dem Kunden vermitteln kann, warum es sich lohnt seinen eher hochpreisigen Kaffee zu kaufen. Sie sollen den Unterschied schmecken.

Neun verschiedene Sorten Kaffee vertreibt der Jungunternehmer, die er noch eigenhändig in hochwertiges, aluminiumfreies und recycelbares schwarzes Papier, verpackt. Er hat ihnen alte Namen und moderne Gesichter gegeben. Eine Freundin hat die Etiketten für Carla, Frieda, Marie, Valerie, Anton, Gustav und Co. gezeichnet. Noch trägt der Biokaffee Frieda eine Sonnenbrille. Doch die wird sie bald abnehmen müssen. »Frieda wird dadurch noch freundlicher und Valerie war beim Friseur und trägt ihr

Haar zukünftig offen«, erklärt er seine Marketingidee.

Drei Mal die Woche röstet er die Kerne der Kaffee Früchte. An diesem Nachmittag will er Bohnen aus Tansania, Kolumbien und Brasilien verarbeiten. Aus dem Jutesack gehen diese direkt in den Trichter. Ein Röstvorgang dauert rund 20 Minuten bei rund 200 Grad. Dennis Hülsbusch will damit alle guten Eigenschaften des Kaffees erhalten und ihn besonders verträglich machen. Anschließend, nach dem Abkühlen, lagert der Kaffee in luftdichten Kisten. Zehn Tage später kann er ihn verpacken und verschicken.

Die Kaffeebohnen bezieht er von Zwischenhändlern. Sie stammen vorwiegend von Kleinbauern. Die Muster, die sie ihm zuschicken, testet er aus. Gefällt ihm die Qualität einer Sorte, bestellt er die jeweils zwölf Kilogramm schweren Jutesäcke, die eine Spedition auf Paletten anliefert und die in einem Nebenraum lagern. Auch plant er den direkten Handel mit kleinen Fincas, um die Qualität der Bohnen noch weiter zu erhöhen. Mit zwei Frauen aus Kolumbien führt er Gespräche. Er hat sich eine Kapazitätsgrenze gesetzt, damit er die Qualität, die ihm besonders wichtig ist, beibehalten kann. »Mein Ziel ist es, irgendwann vorwiegend fair gehandelte Biosorten anzubieten«, sagt er, »die Nachfrage ist meiner Erfahrung nach sehr groß. Darin sehe ich die Zukunft.«

www.monokel-kaffee.de

Geiler Grip



Matthias Leibitz ist Hobbytorhüter. Und träumte von Profi-Torwarthandschuhen. Also machte er sich selber welche.

»Ich stand früher in der B-Jugend Mannschaft des SC Freiburg im Tor. Nichts ist frustrierender, als ein Ball, der aus den Händen gleitet. Ich erinnere mich noch genau an den Tag, an dem ich ein Paar Handschuhe von Profi-Torhüter Timo Reus geschenkt bekommen habe. Er spielte mit Sonderanfertigungen. Schon als ich die Handschuhe anfasste, merkte ich, wie stark die sich von meinen Modellen unterschieden. Die neuen Handschuhe waren ein Highlight für mich. Aber es hat mich auch gewurmt. Ich habe gemerkt, dass die geschenkten Handschuhe einen viel besseren Belag und einen anderen Schnitt hatten als die Handschuhe im Laden. Ich fragte mich, warum muss das so sein? Während meines Studiums habe ich mich mit Manuel Meier zusammengetan und ein Konzept ausgearbeitet, einen sehr guten und günstigen Handschuh zu produzieren. Kern war das haftende Material der Profis. Als ich das in der Hand hatte,

wusste ich, dass das den Unterschied macht.

Es ist ein extrem weicher High-Performance-Haftschaum aus Naturkautschuk. Unsere Handschuhe haben damit einen viel besseren Grip als andere Amateurhandschuhe. Wir nennen ihn »Gecko Grip«. Und ich sage immer, der ist so stark, dass du aufpassen musst, dass du nicht versehentlich damit am Pfosten kleben bleibst. Wir fokussieren uns voll auf den Grip. Und auf den Kundenservice. T1tan lebt von Mund-zu-Mund Propaganda. Wem die Handschuhe nicht passen, dem tauschen wir sie kostenlos um. Das klingt erstmal teuer, schafft aber Vertrauen. Wir sparen uns den Einzelhandel, Lizenzgebühren, teure Sponsoring-Verträge. Ohne den unnötigen Schnickschnack und weil wir hundert Prozent online vertreiben, haben wir einen unschlagbaren Preis. Wir arbeiten mit einem Partner



zusammen, der die Lagerlogistik für uns übernimmt. Also die Handschuhe einlagert, Bestellungen vorbereitet, Torwarthandschuhe individuell nach Kundenwunsch mit einem Namen bedruckt und dann für uns in die ganze Welt versendet. Ich muss nicht jeden Schritt selber machen.

Mein Mitgründer Manuel Meier ist gleichzeitig ein guter Freund. Er ist sogar mein Trauzeuge. Auch heute noch ist er Gesellschafter. Wir haben Höhen und Tiefen mit dem Unternehmen zusammen erlebt. Aber das tut der Freundschaft ja nicht weh. Das Vertrauen ist da. Mit einem Freund ein Unternehmen zu gründen, würde ich immer wieder machen.

Wir haben 2010 die ersten Handschuhe produzieren lassen. Es war ein Nebenerwerb. Es sollte schön rund laufen, das war wichtiger, als dass es Gewinn machte. So hatten wir im Rückblick genug Zeit, das Produkt zu entwickeln.

Eines Tages sah René Adler in seinem Newsfeed bei Facebook eine Anzeige von uns. Kurze Zeit später klingelt bei uns das Telefon und er lud uns zu sich nach Hamburg ein. Wir konnten es erst gar nicht glauben. Aber die Chemie stimmte. Jetzt wirbt René für uns – unsere Handschuhe sind jede Woche in der Bundesliga im Einsatz. Und er hat sich sogar am Unternehmen beteiligt! Das und die Mund-zu-Mund-Progaganda zahlt sich aus. Vier bis fünf Paar Handschuhe verbraucht ein Amateur-Torhüter in der Saison. Im Jahr 2016 haben wir 8000 Handschuh-Paare verkauft, 2017 waren es schon 30000 Stück. Da war klar, dass T1tan mehr ist als ein Nebenerwerb. Heute haben wir drei Mitarbeiter. Und wollen zur Nummer Eins auf dem europäischen Markt werden.«

www.t1tan.eu

Die Digital-Macher



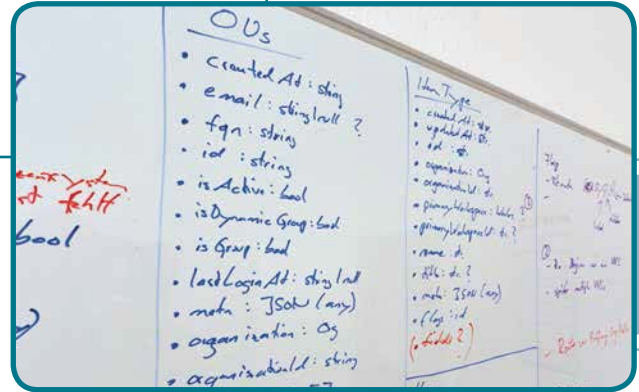
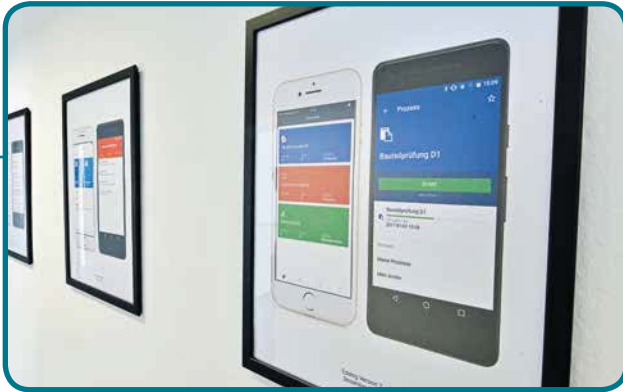
Die Heidenheimer Philipp Reiner (25) und Marvin Scharle (25) haben das Unternehmen Conclurer gegründet und damit einen Nerv getroffen.

Sie bringen Unternehmen bei der Digitalisierung voran. Wie machen Sie das?

Philipp Reiner: Es gibt mittelständische Unternehmen, die haben Probleme damit, die Digitalisierung anzugehen. Sie können sich schwer vorstellen, was das für ihr Unternehmen bedeutet. Wir zeigen nach einer Analyse schnell auf, was auf technischer Seite möglich ist. Der Kunde kann sich weiter auf das konzentrieren, was er gut kann: sein Kerngeschäft. Wir kümmern uns um die digitale Lösung und entwickeln zum Beispiel Apps, IoT-Plattformen oder digitalisieren Logistikprozesse. Diese Lösungen bestehen aus fertigen Modulen und Bausteinen und individuellen Anpassungen. Gerade sind wir dabei, für einen Maschinenanlegebauer eine Service-App für Kunden aufzubauen.

Wie kam es zur Gründung?

Marvin Scharle: Wir sind beide Wirtschaftsinformatiker und haben uns während der Schulzeit kennengelernt. 2011, also parallel neben dem Abitur, haben wir schon eine GbR gegründet. Damals haben wir für Werbeagenturen die Technik übernommen, also klassische Webseiten umgesetzt. Anfang 2015 haben wir uns dann überlegt alles größer aufzuziehen. Wir haben die Conclurer GmbH gegründet und die digitalen Lösungen, die wir anbieten, unter dem Namen Edelog gebündelt. Das ist praktisch unser Produkt, unser Alleinstellungsmerkmal. Man muss sich die Gründungsphase als Prozess vorstellen. Wir haben viel herumprobiert. Den Ticketshop für Festivals, den wir zusätzlich aufgebaut haben, fahren wir zum Beispiel gerade herunter. Wir wollten uns nicht verzetteln.



Was fasziniert Sie an der Selbständigkeit?

Philipp Reiner: Wir können uns sehr frei bewegen und jeden Tag unsere Arbeit maßgeblich beeinflussen. Die Möglichkeiten hast du als Angestellter nicht. Für uns ist es wichtig, viel auszuprobieren und etwas selbständig aufzubauen. Das Risiko ist in unserem Bereich überschaubar. Falls wir scheitern, können wir uns um einen festen Job bemühen.

Sie führen ein Team von sechs Mitarbeitern. Worauf legen Sie als Arbeitgeber Wert?

Philipp Reiner: Noch bis vor kurzem saßen wir alle in einem kleinen Büro mit nur einem Fenster. Seit März arbeiten wir auf 184 Quadratmetern. Die Büros sind bei uns Ruhezeiten, das ist für die Entwickler besonders wichtig. Wer reden möchte, geht in die Besprechungszimmer. Wir wollen unseren Mitarbeitern natürlich etwas bieten. Das heißt, wir setzen auf flexible Arbeitszeiten. Es gibt aber die Regel, dass alle um neun Uhr morgens da sind.

Wie teilen Sie sich die Aufgaben untereinander auf?

Marvin Scharle: Die großen Fragen entscheiden wir zusammen. Ansonsten übernehme ich den Vertrieb, die Kunden, die Kommunikation, die Projektumsetzung und allgemeine Verwaltungsaufgaben. Philipp kümmert sich um die Produktentwicklung, die technischen Dinge, um das Marketing und

die Kundenbetreuung. Das klappt sehr gut. Wir haben die Aufgabenverteilung vor einem Jahr aufgeschrieben und halten uns daran.

Sie haben einen Investor?

Philipp Reiner: Genau. Als wir unsere GmbH gegründet haben, wussten wir, jetzt wird es ernst. Wir haben uns ganz intensiv damit beschäftigt, was wir anbieten wollen, haben einen Businessplan geschrieben und waren bei der Gründungsberatung. Einen Kredit haben wir nicht aufgenommen. Wir haben einen Business Angel, der uns berät und mit einem kleinen Risikokapital im Boot ist. Das hat aber nichts mit amerikanischen Dimensionen zu tun. Wir sind momentan an einem Punkt, an dem wir merken, dass die Lösungen, die wir anbieten, sehr gefragt sind. Wir müssen jetzt die Idee weiter vorantreiben und ausbauen. Und vor allem müssen wir das Team erweitern, weil es immer mehr Anfragen gibt und wir für den Kunden da sein wollen und schnell helfen möchten. Der Investor hat selbst ein Unternehmen aufgebaut. Er vermittelt uns auch Kontakte zu anderen Start-ups. Das kann nützlich sein, um Fehler zu vermeiden. Der Investor redet uns nicht herein, aber er hat das Talent kritische Fragen zu stellen. Als Externer hat er einen anderen Blick. Das hilft und fordert uns heraus. Unsere Motivation zu wachsen ist sehr groß.

www.conclurer.com

IHK. Die erste Adresse.



Sie wollen gründen? Wir helfen Ihnen. In der Gründung eines Unternehmens stecken Chancen. Aber der Weg zum Erfolg ist auch gespickt mit Fallstricken. Mit einer Industrie- und Handelskammer als Partner gründen Sie selbst, aber nicht alleine. Die IHK ist die erste Anlaufstelle für all Ihre Fragen. Information, Beratung, Betreuung und Qualifikation ist die Grundlage für den Aufbau einer selbständigen Existenz. Die IHK hilft Ihnen unabhängig, umfassend und gründlich, wie wir das bei tausenden Gründern im Jahr tun. Als Selbsthilfeeinrichtung und Dienstleister der Wirtschaft sehen die Industrie- und Handelskammern es als eine Kernaufgabe an, Existenzgründer auf ihrem Weg in die Selbständigkeit zu unterstützen. Wir helfen nicht nur beim Pläne schmieden, sondern vor allem bei der Bewältigung der Probleme. Hierzu stellen die IHKs ein umfangreiches und vielfältiges Beratungsangebot für alle Bereiche zur Verfügung – direkt in Ihrer Region.

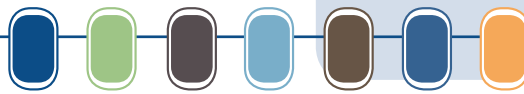
Schon für den Beginn bietet Ihre IHK Ihnen ein umfassendes Angebot an: Gespräche mit Experten, kostenlose Broschüren und Merkblätter zu vielen Fragen. Darüber hinaus bietet sie Veranstaltungen, Sprechtag und Tagesseminare zur Existenzgründung. In der Euphorie der eigenen Idee fehlt dafür manchmal der prüfende Blick aufs eigene Schaffen. Unsere Überzeugung ist: Sie sollen umfassend wissen, welche Chancen und Risiken eine Selbständigkeit bietet. Es muss nicht immer neu sein. Eine spannende

Alternative zur Neugründung ist die Unternehmensnachfolge. Sie baut auf ein Fundament auf. In der bundesweiten Börse www.nexxt-change.org gibt es die Möglichkeit, nach übernahmereifen Unternehmen Ausschau zu halten. Vielleicht finden Alt und Neu zusammen?

Ein idealer Ort zu starten sind die Gründungswerkstätten. Unter dem gemeinsamen Dach der Gründungswerkstatt Deutschland werden von den baden-württembergischen Kammern Gründungswerkstätten mit regionalen Inhalten angeboten. Dazu kommt eine Online-Begleitung durch erfahrene Tutoren. Als weiteres Angebot gibt es regelmäßige Finanzierungssprechtag mit der L-Bank, Bürgschaftsbank und der MBG Baden-Württemberg. Die Kammern helfen Unternehmensgründern nicht nur während der Existenzgründung, sondern stehen auch in den Aufbaujahren begleitend zur Seite.

Fragen Sie Ihre IHK.

Damit Sie nicht ins Stolpern geraten. Auf der folgenden Seite finden Sie den Kontakt Ihrer IHK. Baden-Württemberg wartet auf Ihre Idee – was können wir für Sie tun?

**IHK Bodensee–Oberschwaben**

Lindenstr. 2
88250 Weingarten
Jürgen Kuhn
Telefon 0751 409-226
kuhn@weingarten.ihk.de
www.weingarten.ihk.de

IHK Nordschwarzwald

Dr.-Brandenburg-Str. 6
75173 Pforzheim
Rebeka Sanktjohanser
Telefon 07231 201-153
sanktjohanser@pforzheim.ihk.de
www.nordschwarzwald.ihk24.de

IHK Rhein–Neckar

L 1,2
68161 Mannheim
Alex Wolf
Haus der Wirtschaft Heidelberg
Telefon 06221 9017-640
alex.wolf@rhein-neckar.ihk24.de
www.rhein-neckar.ihk24.de

IHK Heilbronn–Franken

Ferdinand-Braun-Str. 20
74074 Heilbronn
Christina Nahr-Ettl
Telefon 07131 9677-134
christina.nahr-ettl@heilbronn.ihk.de
www.heilbronn.ihk.de

IHK Ostwürttemberg

Ludwig-Erhard-Str. 1
89520 Heidenheim
Elke App
Telefon 07321 324-186
app@ostwuerttemberg.ihk.de
www.ostwuerttemberg.ihk.de

IHK Schwarzwald–Baar–Heuberg

Romäusring 4
78050 Villingen-Schwenningen
Marlene Hauser
Telefon 07721 922-348
hauser@vs.ihk.de
www.schwarzwald-baar-heuberg.ihk.de

IHK Hochrhein–Bodensee

Reichenastr. 21
78467 Konstanz
Alexander Vatovac
Telefon 07531 2860-135
alexander.vatovac@konstanz.ihk.de
www.konstanz.ihk.de

IHK Region Stuttgart

Jägerstr. 30
70174 Stuttgart
Michael Weißleder
Telefon 0711 2005-1343
michael.weissleder@stuttgart.ihk.de
www.stuttgart.ihk24.de

IHK Südlicher Oberrhein

Schnewlinstr. 11-13
79098 Freiburg
Christina Gehri
Telefon 0761 3858-142
christina.gehri@freiburg.ihk.de
www.suedlicher-oberrhein.ihk.de

IHK Karlsruhe

Lammstr. 13-17
76133 Karlsruhe
Bianca Schmid
Telefon 0721 174-179
bianca.schmid@karlsruhe.ihk.de
www.karlsruhe.ihk.de

IHK Reutlingen

Ernst-Simon-Str. 10
72072 Tübingen
Michael Baukloh
Telefon 07121 201-121
baukloh@reutlingen.ihk.de
www.reutlingen.ihk.de

IHK Ulm

Olgastr. 95-101
89073 Ulm
Michael Reichert
Telefon 0731 173-229
michael.reichert@ulm.ihk.de
www.ulm.ihk24.de



Baden-Württembergischer
Industrie- und Handelskammertag

Jägerstraße 40
70174 Stuttgart



Baden-Württembergischer
Industrie- und Handelskammertag