Foto: complize / photocase.com

Zwölf Ideen

Hosentaschen-Flohmarkt, App-Stempelkarte, Hundefutter on demand: Mit einer guten Geschäftsidee lässt sich viel Geld verdienen. Wir nehmen zwölf Start-ups und ihre Idee kritisch unter die Lupe (Marius von der Forst/Renè Gelin/sb)

„Unserkleiderschrank.de braucht sehr viele User, um als ein Tauschportal anerkannt zu werden. Ich würde daher nur mit Vorsicht investieren."

Yuki Asano von der studentischen Unternehmensberatung Academy Consult (academyconsult.de)

Wie schnell man im Internet mit einer guten Idee reich werden kann, zeigen Beispiele wie Google, Facebook oder auch das deutsche StudiVZ. Doch welche Geschäftsideen gehören zu den Start-ups von morgen? Wir haben uns auf die Suche begeben und zwölf Start-ups mit Potenzial ausfindig gemacht. Die Bandbreite reicht von kleinen Studenten-GbRs bis hin zur etablierten GmbHs. Zudem haben wir Start-up-Experten nach deren Meinung gefragt.

1 Stuffle

Flohmarkt für die Hosentasche

Stuffle (**stuffle.it**) wird als mobiler Flohmarkt für die Hosentasche angepriesen: In der Smartphone-App kann jeder eigene Angebote einstellen oder Angebote anderer Nutzer durchsuchen. Die Anzeige dieser Angebote erfolgt in einer Darstellung, die ein wenig an Pinterest erinnert. Eine Ordnung aller Angebote erfolgt nur hinsichtlich der Entfernung des Artikelstandorts zum Benutzer. „Angebote kann jeder in wenigen Sekunden einstellen", sagt der Gründer Morten Hartmann, „ein Bild, ein Titel, eine kurze Beschreibung und eine Preisvorstellung reichen dafür vollkommen aus." Derzeit ist Stuffle auf Deutsch und Englisch verfügbar und laut Hartmann konnten bisher über 140.000 Menschen zur Nutzung animiert werden. Leider ist Stuffle zum Redaktionsschluss nur für das iPhone verfügbar, eine Android-Version soll aber in den nächsten Wochen veröffentlicht werden (**stuffle.it/android**). Die App ist kostenlos, Gebühren werden derzeit nicht erhoben. Premiumdienste und ein internes Zahlungssystem sollen laut Hartmann in Zukunft integriert werden und so dann die Finanzierung sicherstellen. „Bis es soweit ist, sind wir von unseren Investoren abhängig", sagt der Gründer, „immerhin konnte Stuffle bereits wichtige Finanzierungsrunden abschließen und wächst derzeit stetig".

2 UnserKleiderschrank

Secondhand statt wegwerfen

Unserkleiderschrank.de ist eine virtuelle Tauschbörse zum Einstellen und Tauschen von Kleidung. In diesem Onlineportal haben Nutzer die Möglichkeit, sich neu einzukleiden und gleichzeitig Platz im eigenen Kleiderschrank zu schaffen – und das alles bequem von zu Hause. „So bekommt man nicht nur günstig neue Bekleidung, sondern wirkt gleichzeitig der Wegwerfgesellschaft entgegen", sagt die Mitgründerin Danica Lust. Teile der Einnahmen von Unserkleiderschrank.de würden außerdem an soziale Projekte gespendet, für die sich die Gründerinnen auch privat einsetzen. Die Anmeldung und Teilnahme bei UnserKleiderschrank sowie das Einstellen von Artikeln ist kosten-

Stuffle

Webseite: stuffle.it
Kapitalbedarf: 875.000 Euro
Rechtsform: GbR
Investitionsbedarf: 25.000 Euro
Ware: Dienstleistung
Zahl der Mitarbeiter: 12
Zahl der Gründer: 1
Marktforschung betrieben? Ja (Markt-, Potenzial- und Wettbewerberanalysen)
Businessplan erstellt? Ja
Besondere Risiken: keine
Wichtige Voraussetzung: Herausragende Techniker, motivierte Teamkollegen, genügend Kapital

UnserKleiderschrank

Webseite: unserkleiderschrank.de
Kapitalbedarf: k. A.
Rechtsform: GbR
Investitionsbedarf: k. A.
Ware: Dienstleistung
Zahl der Mitarbeiter: k. A.
Zahl der Gründer: 3
Marktforschung betrieben? Ja (Marktforschungspaket als Gewinn beim Gründerwettbewerbes „Idee 2012")
Businessplan erstellt? Ja
Besondere Risiken: gering
Wichtige Voraussetzung: Hinter dem Unternehmen bzw. der Idee stehen

10stamps

Webseite: 10stamps.de
Kapitalbedarf: < 1 Mio. Euro
Rechtsform: GmbH
Investitionsbedarf: k. A.
Ware: App für iOS und Android, Backend-Zugang für Partnerunternehmen
Zahl der Mitarbeiter: 10
Zahl der Gründer: 4
Marktforschung betrieben? Ja, umfassende (Vor-Ort-)Recherche
Businessplan erstellt? Ja
Besondere Risiken: keine
Wichtige Voraussetzung: Wichtig sind Programmierkenntnisse

Ursprünglich tauschten Nathalie Riesch, Janina Segatz und Danica Lust (v. l.) Klamotten in Freundeskreis, um mehr Abwechslung in den Kleiderschrank zubringen. Mit unserkleiderschrank.de konnten die drei Gründerinnen nun die virtuelle Variante verwirklichen

los. Um einen Artikel ertauschen zu können, benötigt der User sogenannte Knöpfe, die die Tauschwährung darstellen. Somit wird ein unvorteilhafter 1:1-Tausch vermieden. Außerdem ist ein ausreichendes Tauschguthaben notwendig, da eine Tauschgebühr von 59 Cent pro Artikel als Vermittlerprovision an das Unternehmen geht. Potenzielle Kunden sind alle, die sich für Mode interessieren, einen Internetzugang haben und Produkte online kaufen wollen. „Schon seit März 2012 haben die User im Rahmen einer Testphase die Möglichkeit, Kleidung einzustellen und zu tauschen", sagt Danica Lust, „in Kürze soll diese Testphase beendet werden."

3 10stamps

Smartphone-App statt Stempelkarte

Das Ziel des Unternehmens Contigua ist, mit der Plattform 10stamps (**10stamps.de**) die klassischen Bonus-Stempelkarten („Bezahle zehn, erhalte eins gratis") durch eine Smartphone-App zu ersetzen. Eine App bündelt dabei die digitalen Stempelkarten verschiedener Geschäfte, die Partner von 10stamps sind. Nach dem Kauf eines Produkts oder einer Dienstleistung kann der Nutzer an der Kasse einen QR-Code mit seinem Smartphone scannen und erhält so einen Stempel. Bei zehn Stempeln bekommt er vor Ort eine Prämie oder eine Vergünstigung, beispielsweise einen kostenlosen Kaffee. Partnerunternehmen können ihre Kunden über die App außerdem auf besondere Angebote aufmerksam machen. Für die Nutzung von 10stamps müssen die Partner eine monatliche Gebühr bezahlen. Diese variiert je nach Leistungsumfang und Größe des Partnerunternehmens – ob es sich also beispielsweise um ein einzelnes Geschäft oder eine ganze Kette handelt. Im Dezember 2012 hat 10stamps mehr als 100.000 Nutzer und ein Partnernetzwerk mit über 1.000 Annahmestellen. Der besondere Tipp der Gründer: „Am Anfang zählt Geschwindigkeit, nicht Perfektion. Sobald man das Produkt auf dem Markt hat, kann man immer wieder testen und verbessern. Die Rückmeldungen der Nutzer sind dabei unersetzlich. Außerdem braucht man Leute, die von der Idee genauso überzeugt sind wie man selbst und ebenfalls bereit sind, sich richtig in die Sache reinzuhängen."

4 Auctionata

Echtzeit-Auktionen im Internet

Auctionata (**auctionata.com**) ist ein traditionelles Kunst- und Auktionshaus, das alle Services eines stationären Auktionshauses auch über das Internet anbietet. Die knapp 250 Mitglieder des nach eigenen Angaben weltweit größten Expertennetzwerks schätzen Kunstgegenstände, Antiquitäten, Sammlerstücke und Luxus-Vintageartikel, prüfen deren Echtheit und beraten interessierte Käufer und Verkäufer professionell. Neben dem kostenlosen und unverbindlichen Schätzservice gibt es auch Auktionen live und in Echtzeit über das Internet erlebbar. Dem von Alexander Zacke entwickelten Geschäftsmodell liegt die Nutzung aller für den Kunsthandel typischen Verkaufskanäle zugrunde. „Zunächst bieten wir jedem Nutzer an, eigene Objekte kostenlos von unserem internationalen über 200-köpfigen Expertennetzwerk schätzen zu lassen. Für eine erste Schätzung muss lediglich ein Foto in guter Qualität eingereicht werden", sagt Gründer Alexander Zacke. Der Verkäufer erhalte dann ein unverbindliches Expertengutachten mit einer Preisbewertung. Stimmt der Besitzer dem Verkauf zu, wird das Objekt im Shop veröffentlicht oder geht in eine Online-Auktion. Für alle verkauften Objekte gewährt Auctionata eine Echtheitsgarantie, die 25 Jahre gültig ist. Nach dem Verkauf kümmert sich Auctionata um die Zahlungsabwicklung und den Versand – weltweit.

„Stempelkarten sind in der Handhabung immer noch einfacher und schneller als bei 10stamps. Hier heißt es erst: Handy raus, App starten, Händler sucht seine 10stamps-Karte, QR-Code fokussieren. Und bezahlt ist immer noch nicht. Das könnte sicher einfacher gehen."

Christoph Ludewig bloggt auf marktding.de über Marketing, Strategie und Technologie

„Die Idee hinter Auctionata finde ich richtig gut! Da soll noch mal einer sagen, eine Alternative zu eBay aufzubauen, geht nicht. Die Bewertung durch die Experten macht den entscheidenden Unterschied. Ich würde investieren."

Björn Begemann berät Existenzgründer und kleine wie mittelständische Unternehmen (start2change.de)

Auctionata

Webseite: auctionata.com
Kapitalbedarf: k. A.
Rechtsform: AG
Investitionsbedarf: k. A.
Ware: Kunstgegenstände, besondere Antiquitäten, Sammlerstücke und Luxus-Vintageartikel
Zahl der Mitarbeiter: ca. 80
Zahl der Gründer: 2
Marktforschung betrieben? Ja
Businessplan erstellt? Ja
Besondere Risiken: keine
Wichtige Voraussetzung: Erfahrung im Umgang mit Auktionen

BiteBox

Webseite: bitebox.com
Kapitalbedarf: 25.000 Euro
Rechtsform: GmbH
Investitionsbedarf: Maschine in der Produktion, IT-Hardware, Food-Produkte
Ware: ca. 60 einzigartige Snackmischungen, selbstentwickelt
Zahl der Mitarbeiter: 22
Zahl der Gründer: 4
Marktforschung betrieben? Ja
Businessplan erstellt? Ja
Besondere Risiken: k. A.
Wichtige Voraussetzung: Eine hohe Frustrationstoleranz ist wichtig

Toptranslation

Webseite: toptranslation.com
Kapitalbedarf: < 5 Mio. Euro
Rechtsform: GmbH
Investitionsbedarf: ca 25 % des Kapitalbedarfs
Ware: Fachübersetzungen
Zahl der Mitarbeiter: ca. 30
Zahl der Gründer: 2
Marktforschung betrieben? Ja
Businessplan erstellt? Ja
Besondere Risiken: Mögliche Zahlungsausfälle; auf die falschen Märkte setzen
Wichtige Voraussetzung: Man darf nicht risikoscheu sein

„Wenn man wenig Budget hat, wird man in der Lösungsfindung sehr kreativ: So mussten wir zum Beispiel die Folie rund um unserer Snackschälchen anfangs per Hand mit einem Schneidemesser ausschneiden, da wir uns noch keine Maschine leisten konnten, die die Folie automatisch ausstanzt."

Mari Enzensberger, Gründerin und Geschäftsführerin von BiteBox (bitebox.com)

5 BiteBox

Gesunde Snacks am Arbeitsplatz

Abwechslungsreiches und natürliches Snacken am Arbeitsplatz – das ist die Idee hinter BiteBox. Gestartet ist das Team um das Start-up mit einem innovativen Abo inklusive Direktversand. Jeder Kunde wird dabei regelmäßig mit einer BiteBox direkt ins Büro beliefert. Mittlerweile hat BiteBox das Endkunden-Modell um das Firmenkundensegment erweitert, da die Nachfrage nach Unternehmenslösungen immer größer geworden sei. Der erste Firmenkunde war Google Deutschland. Derzeitiger Fokus liegt auf Wachstum, vor allem im Firmenkundensegment. Bisher werden die natürlichen Snacks exklusiv über die eigene Website **bitebox.com** vertrieben, mittelfristig soll ein Netz mit Vertriebskooperationen aufgebaut werden. Entstanden sei die Idee zu BiteBox beim Studium in Rotterdam, sagt die Gründerin Mari Enzensberger. „Konkret standen die Entwicklung des physischen Produktes und des Produktsortiments, der Aufbau einer Produktionsstätte sowie die Entwicklung der Webplattform im Vordergrund."

6 Toptranslation

Fachübersetzung via Internet

Toptranslation ist eine global agierende Agentur für Fachübersetzungen, die sich an mittlere Unternehmen und Großkonzerne richtet. Das Hamburger Unternehmen arbeitet mit über 3.000 geprüften Fachübersetzern weltweit zusammen und übersetzt für ausgewählte Branchen in 51 Sprachen. **Toptranslation.com** ist ein B2B-Onlineportal und bildet die Schnittstelle zwischen Kunden und Fachübersetzern. „Über die Website können die zu übersetzenden Dokumente schnell und einfach übermittelt werden", sagt Gründer und Geschäftsführer Houman Gieleky, „innerhalb von 30 Minuten erhalten dann die Kunden ein verbindliches Angebot." Bei Auftragsvergabe wählen die Projektmanager laut Gieleky den für den Auftrag qualifiziertesten Übersetzer aus. Ein zweiter unabhängiger Fachübersetzer übernimmt die Korrektur der Dokumente. Bei Bedarf führt ein Branchenexperte zusätzlich ein fachliches Lektorat durch. Neben der reinen Textübersetzung bietet Toptranslation zudem technische Features an wie Schnittstellenprogrammierung, Einbindung der Übersetzung in das CMS des Kunden und internationale Suchmaschinenoptimierung. Weiterführende Dienstleistungen sind beispielsweise Glossarerstellung für die Corporate Language eines Unternehmens oder internationales Marketing. Außerdem bereitet Toptranslation die Fachübersetzungen für alle Distributionswege in den Kommunikationskanälen von Print über Online und Audio auf.

7 Bloomy Days

Blumen-Abo fürs Auge

Laut Aussage des Unternehmens sei Bloomy Days das erste deutsche Unternehmen, das sowohl Privatkunden als auch Firmen anbietet, ein Schnittblumenabonnement abzuschließen. Aus der saisonalen Blumenvielfalt des ganzen Jahres sucht Bloomy Days jeden Dienstag die frischsten Schnittblumen auf dem Markt aus und versendet sie – von Hand geputzt und verpackt – noch am gleichen Tag. „Dadurch, dass wir die Blumen aussuchen, sparen unsere Kunden nicht nur Zeit, weil sie ihnen bis vor die Haustür geliefert werden", erklärt die Gründerin Franziska von Hardenberg, „sondern werden zusätzlich jedes Mal aufs Neue überrascht." Bloomy Days bietet ein Abonnement ohne feste Vertragslaufzeit an, das jederzeit pausiert oder beendet werden kann. Auf der Website (**bloomydays.de**) kann jeder ganz einfach selbst entscheiden, wie oft er alle vier Wochen mit frischen Schnittblumen versorgt werden möch-

„Ich sehe bei BringWasMit schon ein Potenzial – es trifft aber (noch) nicht den Nerv, der einen ‚Begeisterungssturm' der heutigen Nutzer verursacht."

Start-up-Experte Marcel Durchholz (digitalverve.de)

„Das Ausprobieren einer Idee im Rahmen eines Inkubatorprogramms ist empfehlenswert"

Mit Stuffle bietet Morten Hartmann eine Smartphone-App an, über die Sie in Ihrer Umgebung Trödel (ver)kaufen können. Wir sprachen mit Hartmann über sein Start-up.

Wie fing alles an?
Morten Hartmann Die Idee zu Stuffle entstand bei einem Grillabend mit Freunden. Da stand die Frage im Raum, warum bestehende Kleinanzeigendienste und Auktionsplattformen eigentlich so unbequem sind. All diese Dienste sind unpersönlich, haben oftmals nur miserable mobile Lösungen, kosten nicht selten horrende Gebühren und sind schlichtweg total unsexy in der Bedienung. Kurz: Das Handeln auf diesen Plattformen haben entweder Profihändler übernommen oder sie machen schlichtweg keinen Spaß mehr. Aber wohin dann mit all den schönen und nützlichen Dingen im eigenen Keller, die zu schade zum Wegwerfen sind? Die Idee war simpel: eine Handelsplattform, die nur auf mobilen Geräten funktioniert, sich kinderleicht bedienen lässt und bei der noch echte Menschen miteinander verhandeln.

Morten Hartmann, Gründer des Hosentaschen-Flohmarkts Stuffle (stuffle.it)

Und dann war Ihr Start-up geboren?
Morten Hartmann Die Idee, ein eigenes Start-up zu gründen, gab es schon länger. Bisher fehlte dazu aber immer der Mut. Besonders hilfreich war daher, die Idee ohne echtes eigenes Risiko erst einmal im Rahmen eines Inkubatormodells zu entwickeln und am Markt als Minimum Viable Product, also als eher einfaches Produkt mit herausstechendem Design, zu testen. Als dieser Test erfolgreich war, wurde Stuffle dann in ein eigenes Unternehmen ausgegründet.

Wie ist heute Ihre Meinung zu dem Inkubatorprogramm?
Morten Hartmann Das Ausprobieren einer Idee im Rahmen eines Inkubatorprogramms ist sicherlich sehr empfehlenswert. Man kann eine Idee erst einmal testen und geht selbst kein finanzielles Risiko ein. Auf der anderen Seite – aber das wird wohl jeder Gründer kennen – muss man selbst enorm viel leisten. Investoren und Inkubator fordern enorm viel persönliches Engagement.

„Ich habe die Gründung bis heute nie bereut“

Vor einem Jahr gründete Franziska von Hardenberg das Unternehmen Bloomy Days. Wir sprachen mit ihr über die Idee hinter dem Projekt und über die Umsetzung.

Franziska v. Hardenberg, Geschäftsführende Gesellschafterin von Bloomy Days (bloomydays.de)

Wie entstand die Idee zu Bloomy Days?
Franziska von Hardenberg Ich habe die letzten sechs Jahre in der Modebranche gearbeitet. Ein Unternehmen zu gründen, war schon lange mein Traum, allerdings nichts im Bereich Mode, das wusste ich. Beim Aufräumen fiel mir dann ein altes Tagebuch in die Hände. Dies schrieb ich mit zwölf Jahren, um mir wohl heute den Blick durch die Augen meiner Kindheit zu ermöglichen. Und dieses Buch sprach nur eine Sprache: Blumen. Mit zehn Jahren malte ich ein Ölbild, die Sonnenblumen von Van Gogh, es hing in meinem Zimmer, in dem sich wohl alles um Blumen drehte. Ich beschreibe im Tagebuch, was ich dort sehe: Blumenkerzen, Blumenkissen, Blumengirlanden, ein Rosenring und vieles mehr.

Und Blumen waren auch Jahre später noch ein wichtiges Etwas in Ihrem Leben?
Franziska von Hardenberg Ich kaufe schon seit über zehn Jahren Woche für Woche eine große Menge Blumen und arrangiere diese in meiner Wohnung. Selbst in den Unternehmen, in denen ich gearbeitet habe, kaufte ich Blumen von meinem eigenen Geld, um den Arbeitsplatz zu verschönern. Über die Jahre habe ich meine Fertigkeiten weiter ausgebaut und mir immer mehr Fachwissen angeeignet. Plötzlich lag es auf der Hand: Mit meiner Erfahrung im Aufbau von Unternehmen und den operativen Fähigkeiten, die ich mir durch das bisherige Berufsleben angeeignet hatte, wollte ich ein Unternehmen gründen, welches endlich Schnittblumen ins Internet und auf einfachste Weise zu den Kunden bringt. Die Idee zu Bloomy Days war geboren.

Wie setzten Sie die Idee dann um?
Franziska von Hardenberg Die letzten Monate nutzte ich, um ein Praktikum in einer VIA-Floristik-Werkstatt zu absolvieren und die Gründung des Unternehmens vorzubereiten.

War die Vorbereitung kompliziert?
Franziska von Hardenberg Ehrlich gesagt, war es kein großer Schritt. Ich wusste immer, dass ich ein eigenes Unternehmen gründen möchte. Ich habe es auch bis heute nie bereut. Das nötige Kapital für die Gründung bekam ich über Seedmatch mittels Crowdfunding.

te. Noch steckt das 2012 gegründete Unternehmen in den Anfängen: „Mein Team und ich freuen uns sehr auf die spannende Zeit, die vor uns liegt“, sagt von Hardenberg.

8 BringWasMit

Onlineshopping der anderen Art

Unter **bringwasmit.de** finden Sie einen Community-Marktplatz für außergewöhnliche und günstige Artikel aus aller Welt. Die Plattform vernetzt zwei Bereiche: Auf der einen Seite die Menschen, die Interesse an ausländischen Produkten haben und diese nicht so leicht bekommen können. Auf der anderen Seite sind die Reisenden, die diese speziellen Produkte mitbringen können, oder auch Einheimische, die diese Produkte kaufen und schicken können. Diese Vernetzung ermöglicht es, jeden Artikel zu bekommen – egal, ob aus einem kleinen ausländischen Laden, von einem Privatverkäufer oder einem großen ausländischen Onlineshop. „Als Alternative zum grenzüberschreitenden Online-Einkauf können unter Beachtung der bestehenden Zollvorschriften einerseits Preisvorteile im Ausland in Anspruch genommen und gewahrt werden“, erklärt Co-Founder Jennifer Schietzel. Solche Vorteile wären ein guter Wechselkurs, keine hohen Versand-/Zollgebühren und keine langen Wartezeiten. „Andererseits können Artikel erworben werden, die man über das Internet nicht bekommt, oder persönliche Sachen wiederbekommen, die man im Ausland vergessen hat“, beschreibt Schietzel weiter. BringWasMit sowie Anfragen sind kostenlos; bei Verkauf fällt eine Transaktionsgebühr in Höhe von 10 Prozent an.

9 futalis

Hundefutter on demand

Das Unternehmen futalis bietet unter **futalis.de** jedem Hundehalter ein maßgeschneidertes Futter, das bei jeder Be-

Bloomy Days

Webseite: bloomydays.de
Kapitalbedarf: k. A.
Rechtsform: GmbH
Investitionsbedarf: k. A.
Ware: Blumen
Zahl der Mitarbeiter: 6
Zahl der Gründer: 1
Marktforschung betrieben? Ja
Businessplan erstellt? Ja
Besondere Risiken: keine
Wichtige Voraussetzung: Durchhaltevermögen, Disziplin und Euphorie. Immer an seine Idee glauben und nie die Hoffnung aufgeben

BringWasMit

Webseite: bringwasmit.de
Kapitalbedarf: k. A.
Rechtsform: GmbH
Investitionsbedarf: k. A.
Ware: Dienstleistungen
Zahl der Mitarbeiter: k. A.
Zahl der Gründer: 5
Marktforschung betrieben? Ja
Businessplan erstellt? Ja
Besondere Risiken: k. A.
Wichtige Voraussetzung: Nicht aus Angst vor Nachahmern zu verschwiegen sein und von unterschiedlichen Leuten ehrliche Meinungen zu der Idee einholen

futalis

Webseite: futalis.de
Kapitalbedarf: k. A.
Rechtsform: GmbH
Investitionsbedarf: k. A.
Ware: Hundefutter
Zahl der Mitarbeiter: über 15
Zahl der Gründer: 3
Marktforschung betrieben? Ja, Experteninterviews, Lead-User-Tests und enge Zusammenarbeit mit Hundezüchtern
Businessplan erstellt? k. A.
Besondere Risiken: k. A.
Wichtige Voraussetzung: wissenschaftliche Forschungen

„Ich rate immer, ehrliche Meinungen zu der Idee einzuholen“

Möchten Sie bestimmte Produkte, die nur in bestimmten Ländern zu finden, erwerben, kann die Plattform von BringWasMit praktisch sein. Wir sprachen mit einer der Gründerinnen, Jennifer Schietzel.

Jennifer Schietzel, Co-Founder von bringwasmit.de

Wie entstand die Idee hinter BringWasMit?
Jennifer Schietzel Die Geschäftsidee basiert auf eigenen Erfahrungen und ist deshalb aus dem Leben gegriffen. Meine Mitgründer und ich waren schon in vielen verschiedenen Ländern dieser Welt und haben uns vor Ort die unterschiedlichsten Produkte kaufen können. Bei mir was es ein ganz tolles Shampoo aus den USA. Wieder daheim, war das „Einkaufen“ dieser Sachen nicht mehr so einfach, entweder weil es die Produkte online nicht gab, sie nicht verschickt wurden oder es schlichtweg zu teuer war. Weil uns auch Freunde nicht helfen konnten, dachten wir uns, dass man doch Reisende ansprechen könnte, die einem die Wunschartikel mitbringen können. Die Idee zu BringWasMit war geboren.

Wie wurde das Projekt anfänglich finanziert?
Jennifer Schietzel Die Zusage vom BMWi für eine Förderung von BringWasMit durch das EXIST-Gründerstipendium war hier der erste Erfolg. Sie sicherte die finanzielle Unterstützung, die wir brauchten, um die Konzeptionierung und Entwicklung zu starten.

Haben Sie Tipps für ähnliche Unternehmen?
Jennifer Schietzel Ich rate neuen Gründern immer, bei möglichst vielen unterschiedlichen Leuten ehrliche Meinungen zu der Idee einzuholen. Leuten davon zu erzählen und dadurch gute Tipps zu bekommen, ist gerade am Anfang unbezahlbar.

stellung auf die individuellen Ernährungsbedürfnisse seines Hundes abgestimmt wird. Auf Grundlage von neun wissenschaftlich basierten Kriterien wie Rasse und Gewicht berechnet futalis den genauen Ernährungsbedarf eines Hundes und stellt ein Futter mit individueller Rezeptur her, das optimal auf den jeweiligen Hund abgestimmt ist. Der gesamte Produktionsprozess unterliegt höchsten Qualitätsansprüchen und wurde vom TÜV akkreditiert. „Ein derartig angepasstes Futter trägt dazu bei, ernährungsbedingte Probleme, wie beispielsweise Wachstumsstörungen, Fettleibigkeit oder Allergien zu vermeiden“, erklärt Gründer Christian Hetke. Dies würde laut Hetke Gesundheit, Wohlbefinden und Vitalität der Tiere fördern und so Arztkosten sparen. Futalis arbeitet eng mit dem Institut für Tierernährung, Ernährungsschäden und Diätetik der Universität Leipzig und Züchtern des Verbands für das Deutsche Hundewesen zusammen, um dauerhaft höchste Futterqualität zu garantieren. „Was wir anbieten, gibt es am Markt bisher nicht“, beurteilt Christian Hetke sein Unternehmen. Und die Resonanz? „Die war überwältigend und letztendlich ausschlaggebend für die Gründung von futalis.“ Praktisch sei, dass das Modell nicht schnell kopiert werden könne, da ein extrem forschungsintensiver wissenschaftlicher Ansatz dahinterstünde.

10 Hierbeidir

Örtlicher Onlineshop

Hierbeidir ist ein Unternehmen, das erst vor einigen Monaten gegründet worden ist, und befindet sich somit noch in der Startphase. Gründer sind drei junge Männer, von denen sich zwei noch im Studium befinden. „Das Geschäftsmodell sieht vor, einen Marktplatz für Händler in ganz Deutschland zu schaffen, den man sich auch als Onlinekaufhaus vorstellen kann“, sagt Mitgründer und Geschäftsführer Benjamin Haack. Das Besondere daran sei, dass sich die Plattform **hierbeidir.com** auf den lokalen Markt konzentriere, um den Einzelhandel in jeder Stadt wieder zu stärken. Die Angebote unterscheiden sich also je nach Standort maßgeblich. „Bei der Art des angebotenen Produktes gibt es generell keine Grenze“, erklärt Haack weiter. Außerdem bietet das Unternehmen Händlern, die nur selten einen Fuß in das Internet gesetzt haben, an, eine eigene Internetpräsenz mit deren Hilfe zu erstellen. „Einzigartig an Hierbeidir ist zudem, dass wir einen noch schnelleren Service als das schon bekannte Same-Day-Delivery ermöglichen“, sagt Haack. Der Kunde hat dabei die Möglichkeit, aus verschiedenen Versandmethoden zu wählen: Wenn er möchte, kann er das Produkt innerhalb von 30 bis 120 Minuten nach Hause geliefert bekommen. Es ist auch möglich, das Produkt im Laden vorzubestellen und selbst abzuholen oder der

Hierbeidir

Webseite: hierbeidir.com
Kapitalbedarf: k. A.
Rechtsform: GbR
Investitionsbedarf: keins (Open-Source-Software; Programmierung und Marketing wird selbst erledigt)
Ware: Dienstleistung
Zahl der Mitarbeiter: k. A.
Zahl der Gründer: 3
Marktforschung betrieben? in Maßen
Businessplan erstellt? Nein
Besondere Risiken: schnelllebiger Markt
Wichtige Voraussetzung: Programmierkenntnisse sind wichtig

Wirkaufens

Webseite: wirkaufens.de
Kapitalbedarf: k. A. (in etwa siebenstelliger Betrag)
Rechtsform: GmbH
Investitionsbedarf: vor allem Software, Marketing
Ware: Konsumelektronik
Zahl der Mitarbeiter: > 90
Zahl der Gründer: 2
Marktforschung betrieben? Ja
Businessplan erstellt? Ja
Besondere Risiken: k. A.
Wichtige Voraussetzung: breites Kompetenzfundament

AffiliPRINT

Webseite: affiliprint.com
Kapitalbedarf: k. A.
Rechtsform: GmbH
Investitionsbedarf: k. A.
Ware: Werbe- und Technologiedienstleistungen
Zahl der Mitarbeiter: 20
Zahl der Gründer: 1
Marktforschung betrieben? Ja, eigene Studien zum Thema Gutscheinmarketing, Gutscheinbedarf und Kundenverhalten
Businessplan erstellt? Ja, in 2010
Besondere Risiken: keine
Wichtige Voraussetzung: keine

Für jeden Hund das passende Futter: futalis wurde von den beiden Betriebswirten Christian Hetke und Janes Potthoff (v. l.) und von der Tierärztin Stefanie Schmidt im November 2011 gegründet

Kunde wählt die Standardlieferung. Als Zielgruppe sieht das Unternehmen nicht nur die Menschen, die das Internet schon länger als Plattform zum Einkaufen nutzen. „Wir möchten auch einige neue Zielgruppen erreichen", sagt Haack, „zu diesen zählen zum Beispiel zugezogene Menschen, die einfach die Möglichkeiten in ihrer Stadt entdecken möchten."

11 Wirkaufens

Gebrauchtes gegen Geld

Wirkaufens soll die Rückgabe gebrauchter Technik genauso einfach und komfortabel machen wie den Einkauf neuer Geräte. Auf der Webseite **wirkaufens.de** können Konsumenten ihr Gerät auswählen, Angaben zu seinem Zustand machen und erhalten sofort ein Preisangebot dazu. Nach Eingabe ihrer Daten erhalten sie per E-Mail einen Schein für den kostenlosen und klimaneutralen Versand. Und nach wenigen Tagen wird der vereinbarte Betrag überwiesen. Die geprüften, wiederaufbereiteten und mit einer neuen Software bespielten Geräte werden je nach Zustand anschließend in einem „So gut wie neu"-Zustand in EU-Ländern verkauft. Die Produktpalette umfasst Handys, Smartphones, tragbare Musikspieler, Digitalkameras und mehr. „Die Nutzung eines Ankaufsportals wie Wirkaufens lohnt sich in der Regel besonders für Gelegenheitsverkäufer", sagt Gründer und Geschäftsführer Christian Wolf. Insgesamt wurden 2012 über 100.000 Geräte von Wirkaufens angekauft. In diesem Jahr konnte das Unternehmen zudem weitere Arbeitsplätze schaffen und hat die Mitarbeiterzahl von 40 auf über 90 verdoppelt.

12 AffiliPRINT

Persönliche Werbemittel

AffiliPRINT hat sich nach eigenen Angaben im letzten Jahr zum führenden Performance-Beileger-Netzwerk in Deutschland entwickelt. Das Oldenburger Unternehmen bietet performancebasierte Dienstleistungen zur Neukundengewinnung über Print-, Online- und Ambient-Kanäle. Dabei erfolgen Abwicklung, Codierung und Tracking vollautomatisiert und transparent über das TÜV-zertifizierte AffiliPRINT-Portal (**affiliprint.com**). Werbekunden können so über alle Kanäle monatlich mehr als zehn Millionen Bruttokontakte über ein sehr differenziertes, mehr als 2.000 Vertriebspartner umfassendes Netzwerk buchen. Gutscheine oder Werbemittel werden mit individuellen Codes versehen und beispielsweise als Paket- oder Zeitungsbeilage, an Kleiderbügeln, in digitalen Buchungsbestätigungen oder persönlich am Point of Sale verteilt. Auf die interessante Frage, wie dem Gründer Sönke Burkert die Idee gekommen ist, antwortet er, dass ihm aufgefallen sei, wie sehr die Empfänglichkeit für Werbung variiere. So könne bei unterschiedlichen Menschen die gleiche Werbung für das gleiche Produkt einmal zum Kauf überzeugen, ein anderes Mal einfach nur nerven. „Die Kernfrage war also: Wann empfindet ein potenzieller Kunde Werbung als angenehm und relevant" sagt AffiliPRINT-Gründer Sönke Burkert, „und kauft entsprechend gerne, häufiger und mehr?" Daraus habe man dann einige interessante Ansätze für professionelle Geschäftsmodelle entwickelt und den Werbekunden vorgestellt. ■

„Affiliprint vereint Offline- und Online-Werbung. Das ist für mich schon das einzige Alleinstellungsmerkmal, das ich erkennen kann. Der Markt mit Offline-Werbung ist überflutet, die Beworbenen sind überreizt und die Werbungen haben riesige Streuverluste. Ich würde hier nicht investieren, da das Geschäftsmodell keinen wirklichen Mehrwert bietet."

Andreas Herzog von startup consulting e. K. (start-up-berater.de)

„Ich würde mir früher ein starkes Führungsteam suchen"

Christian Wolf gründete Wirkaufens.de vom eigenen Wohnzimmer aus und formte in nur 4 Jahren ein Unternehmen mit über 90 Mitarbeitern. Ziel des Unternehmens: Gebrauchte Handys und andere Geräte an den Mann bringen.

Wie begann wirkaufens.de?
Christian Wolf Als ich mit einem Start-up irgendwann beginnen wollte, war die Wirkaufens-Idee eine von drei möglichen Ideen. Sie machte am Ende das Rennen: Zum einen, weil ich hier das größte Potenzial sah, zum anderen sah ich aber auch eine gute Chance, die Konkurrenz auf Abstand zu halten. Schließlich hatte ich schon sehr gute Branchenkontakte und es gehören sehr viele unterschiedliche Kompetenzen dazu, diese Idee umzusetzen. Wir haben in der Tat reihenweise Wettbewerber aufgeben sehen, die das unterschätzt haben.

Christian Wolf, CEO von wirkaufens.de

Wie lange brauchen Sie, um Ihr Unternehmen profitabel zu machen?
Christian Wolf Im Moment investieren wir noch – vor allem in die Marke wirkaufens.de und in die Technologie für den Ankauf und die Wiederaufbereitung. Bei Technologie stutzen die meisten. Es ist aber ein erstaunlich technologieorientiertes Geschäft, obwohl es von außen nicht so aussieht. 2013 werden wir aber profitabel.

Hand aufs Herz: Was würden Sie beim nächsten Mal anders machen?
Christian Wolf Ich würde mir früher ein starkes Führungsteam suchen, man kann nicht alles alleine machen – gerade bei dem sehr schnellen Wachstum, das wir hingelegt haben. Gut gelaufen sind auch viele Dinge: Wir haben zum Beispiel sehr gute, detailorientierte und geduldige Investoren; das ist Gold wert.