



# Der Plan G

Wenn der Chef mal wieder ätzend ist, die Kollegen nerven oder das Unternehmen Stellen abbaut, denkt man an ihn: den Plan G. An die tolle Geschäftsidee, die man bei mehreren Gläsern Wein mit Freunden schon ins Detail besprochen hat – und die man sich dann doch nicht traut umzusetzen. Warum vielen Deutschen der Mut zum Schritt in die Selbstständigkeit fehlt, erklären wir in dieser Ausgabe. Außerdem prüfen Experten die Gründerideen unserer Leser – und einer, der es wissen muss, erzählt, warum Scheitern dazugehört.

## Den Deutschen fehlt das Gründer-Gen

Nur jeder 20. wagt den Schritt in die Selbstständigkeit, bei vielen dominiert die Angst – doch langsam ändert sich etwas

VON STEFANIE KÖHLER

Mark Zuckerberg ist das Paradebeispiel eines Gründers: 2004 erfand der damals 20 Jahre alte US-Amerikaner zusammen mit Harvard-Kommitteedaten das soziale Netzwerk Facebook. Zwei Jahre später lief es so gut, dass er sein Studium schmiss. Fortan setzte Zuckerberg seine Mission Schritt für Schritt um. Er wollte die ganze Welt mit dem Internet verbinden – und nicht etwa möglichst viel Geld verdienen. Das betont er immer wieder. Heute ist Facebook das weltweit größte soziale Netzwerk. Der Wachstumspfeil zeigt nach oben. Lukrative Kaufofferten milliardenschwerer Firmen wie des Internetkonzerns Yahoo lehnt Zuckerberg konsequent ab. Stinkreich ist der junge Mann ganz nebenbei trotzdem geworden: Unter anderem war er 2009 der jüngste lebende Selfmade-Milliardär der Welt.

Gründer sind wichtig für die Weiterentwicklung eines Landes. Sie bringen pfiffige Produkte und Dienstleistungen auf den Markt. Anders als etablierte Firmen, die oft nur ihr bestehendes Angebot verbessern. „Eine Volkswirtschaft profitiert von einem regen Gründungsgeschehen“, heißt es im aktuellen Gründungsmonitor der Förderbank KfW. Gründer forderten Unternehmen ständig aufs Neue heraus.

Die meisten Menschen in Deutschland machten sich 2014 laut KfW mit Dienstleistungen (68 Prozent) wie Unternehmensbera-

tungen, Kindertagespflege, Webdesign oder Ingenieurbüros selbstständig. Es folgten Handel (18 Prozent) und produzierendes Gewerbe (14 Prozent). Mehr als zwei Fünftel aller Gründer waren Frauen. Insgesamt haben sich 915 000 Menschen selbstständig gemacht – 47 000 mehr als im Vorjahr.

Und doch blicken Experten besorgt auf das Gründungsgeschehen. „Wir brauchen mehr Menschen, die große Dinge machen wollen“, sagt etwa Andreas Kuckertz, Professor für Unternehmensgründungen und Unternehmertum an der Universität Hohenheim und Mitglied im Präsidium des Förderkreises Gründungsforschung (FGF). „Sonst werden wir abgehängt.“

Dabei ist Deutschland und besonders Baden-Württemberg angesichts der guten Wirtschafts- und eines gesunden Mittelstands prädestiniert für Start-up-Unternehmer (Start-up bezeichnet eine junge Firma) – zugleich ist das ein Knackpunkt. Viele Firmen bieten gut bezahlte Jobs an. Da fällt einem die Entscheidung zwischen sicherer Festanstellung und risikoreicher Selbstständigkeit leicht. „Unsere wirtschaftliche Stärke ist unsere unternehmerische Schwäche“, so Kuckertz. Bezogen auf die Bevölkerung im Alter von 18 bis 64 Jahren liegt die Gründungsquote in Baden-Württemberg laut KfW-Gründungsmonitor deutschlandweit auf Platz acht.

In Sachen Start-up-Kultur könnte sich Deutschland deshalb nach Ansicht von Ex-

perten von anderen Ländern einiges abschauen. Zum Beispiel von den USA. Den Amerikanern bescheinigt man einen stark ausgeprägten Gründergeist. Sie lieben es zu gründen.

Von klein auf spiele das Unternehmertum in der Familie und bei Freunden eine ebenso große Rolle wie in der Schule und Universität, sagt Thomas Villingner. Der Geschäftsführer des Zukunftsfonds Heilbronn hat in Deutschland und den USA viele Gründer begleitet. „Die Amerikaner saugen das Thema quasi mit der Muttermilch auf“, sagt Villingner.

### Nur fünf Prozent der Deutschen wurden in den vergangenen zwölf Monaten Unternehmer

Den Menschen in Deutschland sagt man einen gering ausgeprägten Gründergeist nach. Das sei neben der guten Arbeitsmarktsituation ein weiterer Grund, warum sich vergleichsweise wenig Menschen selbstständig machen, sagt Villingner. Und Rolf Sternberg, Professor für Wirtschaftsgeografie an der Leibniz-Universität Hannover, stellt fest: „Die fehlende Gründungskultur ist eine der großen Schwachstellen des Wirtschaftsstandorts Deutschland.“

Sternberg leitet auch das GEM-Länderteam Deutschland. GEM steht für Global

Entrepreneurship Monitor, der die Gründungsaktivität weltweit vergleicht. Das GEM ermittelt, wie viel Prozent der 18- bis 64-Jährigen in den vergangenen 24 Monaten eine Firma gründeten oder gerade dabei waren. Mit 5,3 Prozent belegt Deutschland im Vergleich mit 29 sogenannten innovationsbasierten Volkswirtschaften Rang 27 – ein Wert, der sich in den vergangenen drei Jahren kaum verändert hat. Die USA liegen auf Rang drei.

Anders als in den USA oder auch in den Niederlanden, die Rang elf belegen, sind in Deutschland folgende Werte weniger ausgeprägt, die für das Gründungsverhalten wichtig sind: das Erreichen individuellen Erfolgs durch Anstrengungen, Selbstständigkeit, Autonomie und Eigeninitiative, Bereitschaft zur Übernahme unternehmerischen Risikos, Kreativität sowie der Wille, sein Leben zu gestalten.

Der Hohenheimer Forscher Kuckertz beschreibt Gründergeist so: Er sei eine Mischung aus dem Wunsch, Initiative zu ergreifen, und Autonomiestreben. Den Schritt in die Selbstständigkeit wagten Menschen, die sich für Neues interessieren, unabhängig etwas aufbauen, den Status quo nicht akzeptieren und für sich selbst verantwortlich sein wollen – und das als Ideal sehen. „Das unterscheidet Chancengründer von Notgründern, die mangels Alternativen ein Unternehmen gründen und es als notwendiges Übel betrachten.“

► Fortsetzung auf Seite V2

### ► V2 Ideenreich



Unsere Leser haben ihre Geschäftsideen eingeschickt, unter anderem Stadtrundfahrten auf Schwalbe-Motorrollern. Zwei Gründungs-Experten erklären, ob dieses und andere Konzepte erfolgreich werden könnten.

### ► V3 Erfolgreich

Weil er eine Alternative zur roten Wurst suchte, steckte ein Schwabe eine Maultasche in ein Weckle – und machte daraus ein Geschäft. Die Erfolgsgeschichte des Gastro-Unternehmens Running Mhhhh.

### ► V4 Mitmachen und gewinnen

Auf unserer Unterhaltungsseite gibt es in der Rubrik „Landsleute“ wieder einen attraktiven Preis zu gewinnen. Wir verlosen einen CIS-Geschenkgutschein im Wert von 100 Euro.

# Gründ dir was!

Wir haben unsere Leser gebeten, ihre Geschäftsideen einzuschicken. Zwei Experten erklären, ob es dafür eine Zielgruppe gibt, woher das Geld kommt, worauf die Gründer achten sollten – und ob das Konzept überhaupt funktionieren kann.

AUFGEZEICHNET VON  
LISA WELZHOFFER

## Die Experten

### Michael Weißleder

- 1973 geboren, studiert Michael Weißleder Naturwissenschaften sowie berufsbegleitend Wirtschaftswissenschaften.
- Seit 2008 arbeitet er bei der Industrie- und Handelskammer, seit 2011 in der Existenzgründungsberatung.
- Die IHK Region Stuttgart berät Gründungsinteressierte und Jungunternehmer unabhängig und kostenlos bei vielen Fragestellungen auf dem Weg in die Selbstständigkeit. Sie ist an sieben Standorten in der Region präsent. Informationen unter [www.stuttgart.ihk.de/existenzgruendung](http://www.stuttgart.ihk.de/existenzgruendung).



### Mario Buric

- 1975 wird Mario Buric in Stuttgart geboren.
- 1998–2003 studiert er Wirtschaftswissenschaften an der Uni Hohenheim.
- Ab 2000 gilt sein Interesse Start-ups und dem Thema Unternehmensfinanzierung.
- Ab 2012 ist er Gründungsmitglied des German Crowd-Funding Networks, außerdem Mitgründer von Crowd Nine, einer Crowd-Funding-Plattform für Baden-Württemberg, die Gründer auch berät und schult ([www.crowdfund.de](http://www.crowdfund.de)). Beim Crowd-Funding stellen Gründer ihre Idee im Internet vor und werben darum, dass andere Internetnutzer sie finanziell unterstützen.



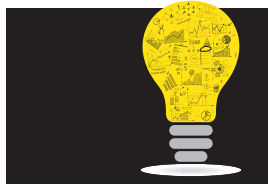
# Den Deutschen fehlt das Gründer-Gen

Fortsetzung von Seite V1

Im Gegensatz zu den Deutschen hätten viele Amerikaner den Traum, etwas zu bewegen und zu erreichen, sagt Kuckertz. Dabei geht es oft nicht in erster Linie um Reichtum, sondern um Größe und Einfluss. Wie bei Facebook-Gründer Zuckerberg. „Dieser Hunger fehlt uns“, sagt Kuckertz. Die Deutschen sind also zu bescheiden. Ein bisschen mehr Größenwahn täte ihnen gut. „Hier bleibt man lieber klein. Dazu kommt ein Neidproblem: Wer zu erfolgreich ist, wird kritisch beäugt.“

Laut Villinger vom Zukunftsfonds Heilbronn ist es in den USA üblich, sich auch von Familie und Freunden Geld zu leihen, eine Firma ins Leben zu rufen und sie wieder zu verkaufen, um dann in andere Unternehmen zu investieren. „Ich wünsche mir mehr Menschen, die Gründungen und Ausgründungen mit Freude vorantreiben. Erfolge zeigen und stolz darauf sind“, sagt Villinger. So verbreite sich der entsprechende Geist in einer Gesellschaft automatisch.

Und vielleicht würde dann auch ein anderes Hemmnis kleiner werden: die Angst vor



dem Scheitern. „Wer Gründergeist hat, denkt nicht an die Pleite“, sagt Kuckertz. Laut GEM hält die Angst davor fast die Hälfte der Bundesbürger von der Selbstständigkeit ab. Bei den Amerikanern fürchtet nur jeder Dritte die Pleite. „Andere Länder denken bei dem Schritt in die Selbstständigkeit an Befreiung und Selbstverwirklichung, wir an Insolvenz“, sagt Villinger. Zwar ist Scheitern Realität: Laut KfW gibt ein Drittel der Neu-Unternehmer in den ersten drei Jahren auf. Trotzdem ist Schei-

tern ein Stigma – sofern man über Niederlagen überhaupt spricht.

In einer Umfrage des Bundesverbands Deutsche Start-ups sagten fast zwei Drittel der Unternehmer, dass die Toleranz der Gesellschaft für Scheitern gering sei. Sternberg sagt, dass gescheiterte Gründer nur schwer weitere Kredite bekommen. „Wir würden viel gewinnen, wenn wir Scheitern als Chance erkennen würden.“ Wer Fehler macht, lernt daraus und wiederholt sie nicht. Laut Villinger stecken in den USA Investoren gern Geld in Gründer, die schon mal keinen Erfolg hatten. „Sie schätzen ihre Energie, sich nach einem Absturz neu aufzustellen.“ Und Studien belegen, dass die Erfolgsquote bei ihnen im zweiten Anlauf im Schnitt sehr hoch liegt. In den USA ist der positive Umgang mit Fehlern so normal, dass man Pleiten auf sogenannten Failure-Partys feiert.

Aber: Langsam verändert sich auch in Deutschland die Einstellung zum Absturz. Auf sogenannten Fuck-up-Nights berichten Gründer von ihrer Pleite, um andere vor den gleichen Fehlern zu bewahren. Auch im

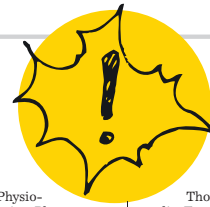
## Die Idee

**Bewertungsportal im Internet für Physiotherapeuten**

René Lehwalder ist Physiotherapeut. Er möchte eine Plattform im Internet schaffen, auf der Patienten Physiotherapeuten bewerten können. Sie soll Menschen bei der Suche nach einer Praxis helfen.



Foto: Fotolia



**Schwalbe()ben City Tour – Stadtrundfahrten auf DDR-Motorrollern**

Thorsten Petrzalka betreibt bereits die Eventagentur Conceptual Events. Er möchte nun individuelle Stadtrundfahrten durch Stuttgart auf einer original Schwalbe anbieten, als Selbstfahrer oder Sozios. Die Ausweitung auf mehrere Schwalben ist geplant.



Foto: Petrzalka

## Die Zielgruppe



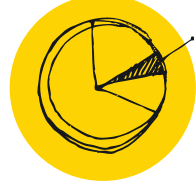
**Michael Weißleder:** „Der Ideengeber hat zwei Zielgruppen im Blick: zum einen Menschen, die einen Physiotherapeuten suchen, zum anderen die Physiotherapeuten selber, die über die Plattform mit guten Leistungen für sich werben können. Das ist sinnvoll.“

**Mario Buric:** „Der Gründer sollte unter seinen Kollegen klären, ob auch von deren Seite Interesse besteht. In manchen Branchen wird Transparenz kritisch gesehen, da ein Preiswettbewerb befürchtet wird.“

**Weißleder:** „Ganz klar: Schwalbe-Liebhaber, die Stuttgart kennenlernen wollen.“

**Buric:** „Spezielle Stadtführungen kommen an. Außerdem sind Motorroller aller Art ein Trendthema. Ein Zielpublikum ist auf jeden Fall da – und Schwalbe-Touren sind etwas Neues in Stuttgart.“

## Der Wettbewerb



**Weißleder:** „Es gibt bereits mehrere Bewertungsportale im Internet, die auch für Physiotherapeuten offenstehen. Was unterscheidet das Angebot von den anderen? Warum sollte ich meine Bewertung gerade auf diesem Portal abgeben?“

**Buric:** „Wenn es Konkurrenz gibt, zeigt das, dass der Markt für so ein Angebot vorhanden ist. Der Gründer müsste sich auf seine Nische fokussieren und klarmachen, was sein Angebot unterscheidet und einzigartig macht. Dass er selbst Physiotherapeut ist, schafft Glaubwürdigkeit.“

**Weißleder:** „Stadttouren gibt es reichlich: zu Fuß, mit dem Bus, mit dem Fahrrad, Scooter oder Segway...“

**Buric:** „Um in der Vielzahl der Angebote bestehen zu können, sollte sich der Gründer Multiplikatoren suchen, also zum Beispiel Tourismusportale, Infostellen für Besucher.“

## Die Finanzen



**Weißleder:** „Ein Bewertungsportal lässt sich in der Regel vergleichsweise kostengünstig realisieren und betreiben, das Investitionsrisiko ist also überschaubar. Offen bleibt, wie mit dem Portal Geld verdient werden soll.“

**Buric:** „Die Idee könnte sich für Crowd-Funding eignen. Dabei stellt der Gründer sein Vorhaben auf einer entsprechenden Internetplattform vor und wirbt um finanzielle Unterstützung durch andere Internetnutzer. Da viele Menschen einen Physiotherapeuten brauchen, könnte das Projekt für sie unterstützenswert sein.“

**Weißleder:** „Die Investitionskosten beschränken sich hauptsächlich auf die Anschaffung oder Anmietung der Motorroller. Die eigentliche Herausforderung wird darin liegen, sich im bestehenden Angebot zu etablieren.“

**Buric:** „Crowd-Funding eignet sich in diesem Fall. Ich würde ein reward-based Crowd-Funding empfehlen, dabei bekommen die Geldgeber etwas zurück, eine Belohnung (reward). Das könnten zum Beispiel Gutscheine für Vip-Touren sein.“

## Das ist zu beachten



**Weißleder:** „Bei einem Bewertungsportal stehen insbesondere die Themen Datenschutz und Umgang mit Kommentaren im Vordergrund.“

**Buric:** „Der Gründer sollte sich sehr früh Hilfe durch gute Programmierer holen. Um die Plattform erfolgreich zu machen, wird er ein Team von Leuten benötigen.“

**Weißleder:** „Bitte das Thema Versicherungen nicht vergessen, unter anderem Haftpflicht, Kasko, Unfallversicherung für die Teilnehmer. Der Anbieter ist für die Verkehrssicherheit der Fahrzeuge verantwortlich. Außerdem sollte er klären, welche Sicherheitsvorschriften sich mit dem Motorroller erreichen lassen, und daran denken, dass es eine Feinstaub-Diskussion gibt.“

**Buric:** „Der Gründer sollte darauf achten, dass der Preis für Kunden nicht zu hoch wird. Stattdessen könnte er sich etwa am Umsatz der Gastronomen, zu denen er die Gäste bringt, beteiligen lassen.“

## Das Resümee



**Weißleder:** „Eine gute Idee für Menschen auf der Suche nach einem guten Therapeuten. Aber ganz uneigennützig wird man die Plattform nicht betreiben wollen, daher die Frage: Wie lautet das Geschäftsmodell, um Geld zu verdienen?“

**Buric:** „Der größte Knackpunkt ist für mich das Marketing. Eine solche Seite braucht zu machen kann sehr teuer werden. Der Online-Händler Zalando beispielsweise hat einen dreistelligen Millionenbetrag investiert, um so bekannt zu werden.“

**Weißleder:** „Das ist eine gute Idee für Schwalbe-Liebhaber und solche, die es werden wollen. Aber: Warum in Stuttgart? Als DDR-Produkt passen sie besser nach Berlin oder Dresden. Die Region hätte auch einiges zu bieten, etwa Solo-Mofas aus Sindelfingen oder Kreidler-Mokicks aus Kornwestheim.“

**Buric:** „Die Idee ist schon gut durchdacht und die Planung fortgeschritten. Außerdem hat der Gründer Erfahrung im Eventbereich. Er sollte jetzt einfach mal mit einer Schwalbe loslegen und testen, ob das Angebot angenommen wird.“

Raum Stuttgart finden sie regelmäßig statt. Experten bemerken nicht nur im Umgang mit Fehlern einen Wandel.

### „Amerikaner denken bei dem Schritt in die Selbstständigkeit an Befreiung, wir an Insolvenz“

Thomas Villinger  
Geschäftsführer Zukunftsfonds Heilbronn

Villinger nennt Berlin als Positivbeispiel, wo sich vor allem in den Bereichen Technologie und digitale Medien eine rege, internationale Gründerszene etabliert habe. Sie zieht Investoren auch aus Amerika an, was wieder junge Unternehmer anlockt, die teils viel Geld benötigen. Zudem sind die Mietkosten für Büroräume und die Lebenshaltungskosten vergleichsweise günstig. Geringere Gehälter motivieren Menschen zusätzlich, mit Geschäftsideen etwas hinzuzuerwirtschaften. „Berlin gibt uns die Perspektive,

dass Deutschland doch noch ein Gründerland wird“, sagt Villinger.

Auch in Stuttgart tut sich etwas. Immer mehr Gründer vernetzen sich, um sich auszutauschen und beraten zu lassen. Der neue Gründercampus, eine private Initiative, will die Start-up-Förderung in Baden-Württemberg besser bündeln. Beim Gründernetzwerk des Netzwerks Start-up Stuttgart treffen sich teilweise bis zu 100 Leute. Das Credo des Netzwerks: „Wir sind vom Potenzial in Baden-Württemberg für eine nachhaltige Gründerszene überzeugt.“ Villinger sieht das ähnlich: „Unsere Chance ist es, von der Gründerszene in der Welt zu lernen. Wir haben dafür beste Strukturen.“

Die Experten fordern außerdem, das Thema Unternehmertum in der Schule zu verankern. Aus Sicht von Professor Sternberg aus Hannover sollte es ein Fach geben, in dem Schüler lernen, selbstständig zu denken, Ideen zu finden und vorzustellen. Villinger appelliert auch an die Firmen, Mitarbeiter bei Gründungen zu begleiten – und das nicht als Konkurrenz zu sehen, sondern als Chance.

**Aquaponics Farm als Hilfsprojekt für Flüchtlinge**

Der Verein Aquaponics Farm Stuttgart betreibt eine Aquaponics-Anlage. In Fischbecken wird nährstoffreiches Wasser erzeugt, das zur Pflanzenaufzucht benutzt und rückgeführt wird. In dem Projekt arbeiten Flüchtlinge mit und erhalten eine Ausbildung. In Zukunft ist ein Zentrum mit Streichelzoo und Bienen für Besucher geplant sowie ein Schulungs-/ Trainingszentrum.



**Weißleder:** „Die Idee von Aquaponics vereint Fischzucht und Nutzpflanzen-Anbau in einem Verfahren. Die Anlage soll außerdem zu einem Kleintierbauernhof mit Imbissverkauf ausgebaut werden, um so zusätzlich Familien mit Kindern als Besucher anzulocken.“

**Weißleder:** „In ihren jeweiligen Geschäftsfeldern, darunter Fisch- und Nutzpflanzenverkauf sowie der Kleintierbauernhof, konkurriert die Aquaponics Farm mit unterschiedlichen Wettbewerbern. Alleinstellungsmerkmal ist die Verbindung mit einem Hilfsprojekt.“

**Buric:** „Die Aquaponics Farm ist ein Social Business, das bedeutet, dass durch ein ökonomisches Modell gleichzeitig auch gesellschaftliche Probleme gelöst werden, in diesem Fall die Integration von Flüchtlingen. Das macht die Idee besonders.“

**Weißleder:** „Zurzeit lebt der Verein von Spenden und ehrenamtlicher Arbeit, künftig wird mit Verkaufserlösen und Eintrittsgeldern gerechnet. Die Helfer sollen Aufwandsentschädigungen erhalten, hinzu kommen die Investitionskosten. Es wird darauf ankommen, viele Spenden zu gewinnen, um die Unkosten zu decken.“

**Buric:** „Das Projekt wäre für ein sogenanntes donation-based crowd-funding geeignet, das um Spenden wirbt. Ich könnte mir vorstellen, dass der Verein so deutschlandweit oder vielleicht sogar international Unterstützer findet.“

**Weißleder:** „Ein eingetragener Verein darf nur in sehr engen Grenzen wirtschaftlich tätig werden. Daher ist genau zu prüfen, ob der e.V. eine zulässige Rechtsform für die geschäftlichen Aktivitäten ist oder ob auf eine andere Rechtsform, etwa eine GmbH, zurückgegriffen werden muss. Beim Umgang mit Lebensmitteln – insbesondere als Produzent – ist darüber hinaus eine Reihe von Vorschriften einzuhalten.“

**Weißleder:** „Die Aquaponics Farm Stuttgart bezeichnet sich selber als Integrations-Hilfsprojekt für Flüchtlinge“. Der Erfolg des Projektes wird sich auch daran bemessen, ob eine ausreichende Finanzierung sichergestellt werden kann.“

**Buric:** „Ein sehr spannendes Projekt, in das bereits viel Energie und Aufbruch geht. Ich bin froh, dass es sich bei Flüchtlingen um das Thema der Stunde. Das könnte dem Projekt helfen, viele Unterstützer zu finden.“

**App zur Steuerung von Lichtsystemen**

Johannes Lauber hat eine App für Android-Smartphones entwickelt, mit der man Lichtsysteme in der Wohnung steuern kann. Zum Beispiel schaltet sich das Licht aus und an, wenn man das Handy schüttelt, oder man lässt sich durch einen Sonnenaufgang wecken. Die kostenlose App wurde schon 30 000-mal heruntergeladen. Lauber hat gut 10 000 Euro Umsatz damit gemacht.



**Weißleder:** „Die Kundenzielgruppe ist klar definiert: Nur Lichtsysteme eines einzigen Anbieters lassen sich durch die App steuern. Dies ist Gefahr und Chance zugleich.“

**Buric:** „Dass es schon 30 000 Downloads gab, zeigt, dass es dafür ein Publikum gibt. Durch die Weiterentwicklung der App kann es noch größer werden.“

**Weißleder:** „Mehrere Anbieter haben vergleichbare Apps auf den Markt gebracht, darunter der Hersteller selbst. Es wird also darum gehen, insbesondere Benutzerführung und die Produktbestandteile noch besser auf die Anforderungen der Kunden abzustimmen als die Wettbewerber.“

**Buric:** „Der Gründer muss eventuell sein Team erweitern, vor allem um jemand, der sich um das Marketing kümmert, damit sein Produkt bekannter wird.“

**Weißleder:** „Eine App-Entwicklung lässt sich in der Regel vergleichsweise kostengünstig realisieren, das Investitionsrisiko ist überschaubar. Die App wird kostenlos angeboten – das Geld soll durch In-App-Käufe reinkommen, also dadurch, dass die Kunden für bestimmte Funktionen der App bezahlen. Dafür müssen die Kunden von der Produktqualität überzeugt sein.“

**Buric:** „Die App ist für ein reward-based crowd-funding geeignet, das heißt, potenzielle Geldgeber bekämen etwas zurück, zum Beispiel, dass sie viele Funktionen kostenlos nutzen können.“

**Weißleder:** „Der Hersteller der Lichtsysteme weiß immer, welche Produkte mit welchen Eigenschafte er als Nächstes auf den Markt bringen will. Er hat also einen zeitlichen Vorsprung gegenüber dem Gründer bei der Programmierung oder der Anpassung der zugehörigen App.“

**Weißleder:** „Die Menge macht's. Apps werden heruntergeladen, ausprobiert und bewertet: hopp oder top. Es wird also darauf ankommen, das Produkt ständig weiterzuentwickeln, um alte, aber auch neue Kunden mit immer neuen Features zu überraschen – und zum Kauf zu bewegen.“

**Buric:** „Der Gründer ist durch eigene Anstrengung schon weit gekommen. Jetzt geht es darum, sich Unterstützung durch ein Team zu holen, um eventuell eine ganze Produktfamilie zu entwickeln. Dann wird es auch für Investoren interessant.“



**Dreiräder mit Ladefläche**

Die Idee des Fahrrads weiterentwickelt hat Wolfgang Hoffeins: Seine Dreiräder haben einen tiefen Sitz, Sicherheitsgurt und Überrollbügel und sind laut Hoffeins sicherer als das klassische Fahrrad. Außerdem haben sie einen Kofferraum und eine Ladefläche. Hoffeins hat mehrere Prototypen entwickelt, es gibt auch eine Zweiradvariante.



**Weißleder:** „Der Erfinder hat zwei Zielgruppen definiert: die, die sich auf einem Zweirad nicht mehr sicher fühlen, und die, die das Fahrrad als Lastesel nutzen wollen. Aber wer ist das genau? Händler, die es an Kunden verleihen oder die damit selber ausliefern? Für Private dürfte der Markt noch zu klein sein.“

**Buric:** „Der Gründer hat ein Trendthema erkannt: die Zukunft der Mobilität, gerade in einer staueingelagerten Stadt wie Stuttgart. Wer genau die Zielgruppe ist, bleibt aber noch offen.“

**Weißleder:** „Der Markt für Dreirad-Pedelecs bietet bereits eine recht große Auswahl, die teilweise auch für den Lastenradtransport geeignet sind. Alleinstellungsmerkmal des Konzepts dürfte die Konstruktionsart aus mehreren Baugruppen sein.“

**Weißleder:** „Eine innovative Produktidee bis zur Marktreife zu entwickeln kostet in der Regel viel Geld. Unterstützung können öffentliche Förderprogramme bieten, beispielsweise der Innovationsgutschein Baden-Württemberg.“

**Buric:** „Für Crowd-Funding ist das Produkt (noch) nicht geeignet. Es müsste bei den Leuten eine ‚Das will ich haben‘-Reaktion auslösen. Das sehe ich in diesem Stadium noch nicht.“

**Weißleder:** „Offene Fragen sind unter anderem: Brauchen die Dreiräder eine Straßenzulassung? Liegt diese bereits vor? Wie sieht es hinsichtlich Produktsicherheit, CE-Kennzeichnung aus? Besteht Zulassungs- und Versicherungspflicht? Entspricht die Nutzlast den Erwartungen der Kunden?“

**Weißleder:** „Die Idee scheint bereits recht weit gediehen zu sein. Da das Fahrzeug aus Baugruppen bestehen soll, stellt sich insbesondere die Frage, ob es bei Design, Preis, Reichweite und Gewicht mit den Mitbewerbern mithalten kann.“

**Buric:** „Der Weg vom Prototypen zur Kleinserie ist weit und teuer. Es gibt viele Stolpersteine. Der Gründer sollte sich vorher gut überlegen, ob er dieses finanzielle Risiko eingehen will.“

**Restaurant für Menschen mit Lebensmittelallergien/-unverträglichkeiten:**

Die Gründerin hat eine Glutenunverträglichkeit und oft Schwierigkeiten in Restaurants/Cafés, etwas zu Essen zu finden. Sie will deshalb ein Restaurant aufmachen, das Speisen für verschiedene Betroffene (lactosefrei, eifrei, glutenfrei etc.) anbietet, die man sich auch individuell zusammenstellen kann.



**Weißleder:** „Lebensmittelallergiker sind eine von Restaurants bislang weitgehend vernachlässigte Zielgruppe. Darüber hinaus gibt es viele Menschen, die sich bewusster ernähren wollen wie Vegetarier, Veganer.“

**Buric:** „Die Gründerin hat auf jeden Fall ein Trendthema erkannt. Die Gruppierungen, die sich gluten- oder lactosefrei ernähren wollen, wird wachsen.“

**Weißleder:** „Gaststätten müssen allergene Zutaten kennzeichnen. Dadurch wissen Lebensmittelallergiker, welche Speisen sie nicht essen dürfen. Ein Ort, an dem Lebensmittelallergiker ausschließlich geeignete Angebote finden, gibt es bislang wahrscheinlich nicht.“

**Buric:** „Die Gründerin ist früh genug dran, um noch ziemlich alleine auf diesem Markt zu sein. Da es sich um ein Nischenangebot handelt, das Menschen gezielt aufsuchen, würde auch die Lage des Restaurants keine so große Rolle spielen.“

**Weißleder:** „Ein Restaurant zu eröffnen bringt nicht nur hohe Investitionskosten mit sich, sondern z. B. auch einen längerfristigen Mietvertrag. Eine solide Finanzplanung ist daher das A und O.“

**Buric:** „Die Idee ist auf jeden Fall für Crowd-Funding geeignet. Sicherlich würden es viele Menschen, die selbst betroffen sind, unterstützen.“

**Weißleder:** „Beim Umgang mit Lebensmitteln ist eine Reihe von Vorschriften einzuhalten. Die Gründerin sollte sich bitte darüber informieren. Gliches gilt, wenn Alkoholausschank geplant ist.“

**Buric:** „Marketing ist wichtig, könnte bei dieser Idee aber fast von selbst laufen. Die Gründerin muss ihr Restaurant nur in den bestehenden entsprechenden Foren, Blogs und Apps bekannt machen.“

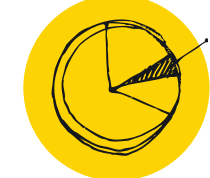
**Weißleder:** „Eine schöne Idee, aber vermutlich wird sie schwierig umzusetzen: Teilweise genügen kleinste Mengen eines Stoffes, um Allergien oder Unverträglichkeiten auszulösen. Das Thema Verunreinigungen rückt in diesem Fall stark in den Vordergrund.“

**Buric:** „Die Gründerin sollte sich überlegen, ob sie mit einem bestehenden, zum Beispiel veganen Restaurant kooperiert. Ich würde das Konzept erst im Kleinen testen, also zum Beispiel mit ein paar Gerichten oder einfachen Snacks auf Märkte gehen und sehen, wie sie ankommen.“

**Die Zielgruppe**



**Der Wettbewerb**



**Die Finanzen**



**Das ist zu beachten**



**Das Resümee**



**Mit Maultaschen nach Manhattan**

„Ich glaube, wenn dich eine Idee nicht mehr loslässt, dann solltest du sie einfach ausprobieren. So war das auch bei Running Mhh. Die Idee hatte unser Kompagnon Michael Wast, weil ihm aufgefallen war, dass es keine schwäbische Alternative zur roten Wurst gab. Also dachte er sich, warum nicht eine Maultasche in ein Weckle stecken? Das Geschäftskonzept hat er dann in nur einer Nacht geschrieben. Das war 2011. Sein Schwager Peter Spataro war von der Idee so begeistert, dass er sofort mitmachen wollte. Gemeinsam haben sie verschiedene Maultaschen-Snacks entwickelt und sind damit auf Wochenmärkte gegangen. Es hat funktioniert, die Leute, die die Weckle probiert haben, waren begeistert.“



2013 bin ich dann zum Team gestoßen. Wir haben angefangen, Caterings anzubieten, dann kam die Ladeneröffnung in Stuttgart. Seit Juni gibt es unseren zweiten Laden in Reutlingen. Mittlerweile haben Michael und Peter ihre Festanstellungen aufgegeben und

leben von Running Mhh. Ich bin noch bei einem großen Versicherungsumtreiber angestellt, aber das Ziel ist, irgendwann ebenfalls voll einzusteigen. Ich glaube, neben der Qualität der Produkte hängt ein Teil des Erfolgs an unseren Personen. Bei uns gibt es nicht nur etwas zu essen, sondern immer auch eine Show dazu. Wir haben gute Laune, machen Sprüche und interagieren mit den Kunden. Unsere Mitarbeiter wählen wir so aus, dass sie zur Philosophie passen. Wichtig war für uns auch, zu einer Gründungsberaterin zu gehen und an Wettbewerber teilzunehmen. Beim Gründerpreis Baden-Württemberg haben wir den vierten Platz gemacht, im Rems-Murr-Kreis den ersten Platz. Die Bewerbung hat uns gezwungen, uns klarzumachen, worum es uns geht. Außerdem haben die Wettbewerber viel Aufmerksamkeit und Angebote von Investoren gebracht. Wir wollen langsam wachsen und aus jedem Schritt lernen. Ein Beispiel: Küchengeräte,

**Das Erfolgsrezept**

Sebastian Werner erzählt, wie er mit Maultaschensemmeln erfolgreich wurde – und Johannes Ellenberg, warum Scheitern zum Gründen dazugehört

VON LISA WELZHOFFER

mit denen wir im Stuttgarter Laden unzufrieden waren, werden in Reutlingen gar nicht mehr eingesetzt. Und indem wir Arbeitsabläufe umorganisiert haben, verkaufen wir mittlerweile auf Märkten das Doppelte in der gleichen Zeit.

Ich habe an unserer Idee nie gezweifelt. Für mich ist ganz klar, dass man uns irgendwann deutschlandweit finden will. Mein Traum ist eine Filiale in Manhattan. Ich bin sicher, das ist nur eine Frage der Zeit.“

Sebastian Werner (34) ist einer der drei Geschäftsführer der Firma Running Mhh mit Sitz in Berglen im Rems-Murr-Kreis.

**Dreimal gescheitert, viel gelernt**

„Ich bin schon mit drei Geschäftsideen gescheitert. 2011 habe ich 7seconds.tv gegründet. Das war eine Internetplattform, die Menschen per Zufall in einem Chat für sieben Sekunden zusammengeführt hat. Es hat technisch gut funktioniert, aber ich habe unterschätzt,

wie viel Marketing nötig ist, um so ein Angebot bekannt zu machen. Die zweite Gründung war ein Internet-basiertes Verwaltungssystem für Schulen, das wir zu dritt ein Jahr lang entwickelt haben. Aber die Schulen wollten es nicht oder hatten kein Geld dafür. Wir hätten vorher mit unseren potenziellen Kunden sprechen sollen. Die dritte Idee, eine Software zur Datenanalyse für Unternehmen, war deshalb nicht erfolgreich, weil mein Partner und ich nebenher noch andere Projekte hatten und uns nicht voll darauf konzentrieren konnten. Obwohl ich ein paar Zehntausend Euro ir-

mer bin, habe ich aus all diesen Versuchen etwas gelernt. Ohne diese Erfahrungen könnte ich nicht das tun, was ich heute mache: Ich berate mit meinem Unternehmen Gründer und Firmen.

Das Problem in Deutschland ist, dass Scheitern gesellschaftlich nicht akzeptiert ist. Es wird nicht zwischen Projekt und Person unterschieden, es bleibt ein Makel. Ich erlebe zum Beispiel viele hervorragende Informantiken, die eine tolle Idee haben, aber sich nicht trauen, ihre Festanstellung aufzugeben. Dabei würden sie – wenn es nicht funktionieren sollte – sofort wieder eine neue Stelle finden.

Ich habe früh erlebt, was Scheitern bedeutet. Mein Vater hat sein Unternehmen verloren. Es wurde nicht darüber geredet, die Familie hat sich geschämt und abgeschottet. Ich wollte das anders machen. Deshalb rede ich offen über meine Erfahrungen. Unsere Agentur veranstaltet auch die sogenannte Fuck-up Night in Esslingen. Dort treten Menschen auf, die gescheitert sind, und erzählen davon.“

Johannes Ellenberg (31), Gründer und Geschäftsführer von Accelerate Stuttgart



Ellenberg