



Abenteuer Selbstständigkeit

Gründerzeit

Wer wagt, gewinnt – sie wollen ihr eigener Chef sein, einen Lebenstraum verwirklichen oder Hartz IV den Rücken kehren. PRINZ stellt erfolgreiche junge Unternehmer in Deutschland vor

TEXT: MIRJA KUCKUK

Ihre Liebe zum Kaffee tragen sie über die Stadtgrenzen hinaus: Thomas Klieforth und Annika Taschinski beleben mit ihrem „Elbgold“ Hamburgs Röstereitradition wieder

FOTO: DOMINIK VON WINTERFELD



Pit Green: Mit der ersten „Tipp-Golf-Figur“ der Welt haben die Darmstädter Oliver Johannson, Oliver Bauscher und ihre Kollegen den Nike Play Award gewonnen

„Aus einer echten Schnapsidee wurde ganz unerwartet ein Erfolg, der schneller war als wir“

Manche Erfolgsgeschichte liest sich wie eine Liebesgeschichte. Thomas und Annika liebten Kaffee, schon bevor sie sich vor zwölf Jahren kennen lernten. Der Hamburger Architekt fuhr bereits als Jugendlicher mit seinem Motorroller quer durch die Stadt, um Mädchen zum „besten Cappuccino Hamburgs“ einzuladen. Eines Tages saß Annika mit auf dem Zweirad, und fortan teilten sie ihre Leidenschaft. Ein Studium und einige Berufsjahre später stehen Thomas Klieforth und Annika Taschinski in ihrer eigenen Kaffeerösterei mit Cafébetrieb und können, auch nach zwei erfolgreichen Jahren, den täglichen Kundenansturm noch nicht ganz fassen.

Die Hamburger gehören zu jener Generation junger Deutscher, die trotz aller Klagelieder über die schwierige Arbeitsmarktlage den Schritt in die Selbstständigkeit gewagt haben. Menschen wie sie tragen dazu bei, dass die

Bundesanstalt für Arbeit im November die niedrigste Arbeitslosenzahl seit vier Jahren vermelden konnte.

Einen Traum verwirklichen

In den Augen des Staates dürften Thomas und Annika ein Vorzeige-Unternehmerpaar abgeben: Einst kehrte Thomas wegen der geringen Jobchancen für Architekten Deutschland den Rücken. Heute beschäftigt er im Café Elbgold acht Mitarbeiter. Im Urlaub fassten er und Annika den Entschluss: Es ist Zeit, die lästige Fernbeziehung zu beenden und ihren Traum zu verwirklichen. Der Businessplan für die eigene Rösterei wartete schließlich seit Jahren in der Schublade. Dass in Hamburg, dem nach New York zweitgrößten Umschlagplatz für Kaffeebohnen, die Röstereitradition zugunsten von Industriekaffee verblasste, schmeckte den

Kaffeekennern nicht. Der Erfolg ihres Kleinunternehmens bestätigt sie in ihrem Streben nach Qualität. Warum sie heute noch Stammkunden der ersten Stunde begrüßen dürfen, erklärt Annika sich so: „Als Selbstständige sind wir in der glücklichen Lage, alles nach unseren Vorstellungen so optimal wie möglich zu gestalten. Ich denke, unsere Kunden spüren einfach, dass wir mit Liebe dabei sind.“

Die Liebe zum Hobby machte auch den Dresdner Jan Czarnetzki zum Unternehmer. Am liebsten war der Einzelhandelskaufmann mit dem Sportboot auf der Elbe unterwegs. Als ihm der Freizeitspaß zu teuer wurde, machte er ihn zum Beruf. Er erfand das „Elbetaxi“, mit dem er Ausflügler an die schönen Plätze rund um das Elbflorenz beförderte. Allerdings ging seine Idee nicht gleich auf. „Manchmal versperrt zu viel Emotion den objektiven Blick auf

„Man darf bei allem Enthusiasmus nicht den objektiven Blick auf das Geschäft verlieren“



Jan Czarnetzki betreibt in Dresden den „VIP Skipper“

FOTOS: ERNST STRATTMANN (OBEN), FRANK GRATZ (UNTEN)



KARRIERE

Studentin und Geschäftsfrau: Sobald Simone Adler ihr Soziologiestudium abgeschlossen hat, steigt sie hundertprozentig ein – in ihr Nürnberger Küchenfachgeschäft

„Ich habe gelernt, flexibel zu bleiben. Wer kreativ im Kopf ist, kann auch mit wenig viel bewegen“

die Dinge“, gesteht Czarnetzki. „Bei der Wahl meiner Geschäftspartner hätte ich sorgfältiger sein müssen. Außerdem habe ich den Markt unterschätzt.“ Das Elbetaxi war zwar beliebt, aber das im Unterhalt teure Unternehmen rechnete sich vier Jahre lang nicht. Schließlich konsultierte er einen Unternehmensberater. Im nächsten Sommer geht der Sportbootfan mit einem erfolgsversprechenderen Konzept an den Start: Auf seinem „VIP Skipper“ lädt er zahlungskräftigere Kunden zu exklusiven Events auf dem Wasser ein.

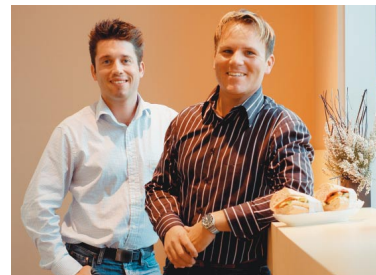
Eine Schnapsidee wird zum Erfolgsmodell
Manchmal müssen Ideen wie Jan Czarnetzkis überdacht werden. In anderen Fällen schlagen sie auf Anhieb ein. Pit Green heißt die weltweit erste „Tipp-Golfer-Figur“, die Axel Hildenbrand, Oliver Johannson, Matthias Lenz und Jörg Meister erfunden haben. Aus dem Draht

eines Sektverschlusses entwarfen die vier Industrie- und Grafikdesigner den Prototypen des Spielers. Dass aus der Schnapsidee ein Erfolgsmodell wurde, dafür sorgte der Nike Play Award, den die vier Freunde mit ihrem Pit Green gewannen. Mund-zu-Mund-Propaganda und die Schnelligkeit des Internet regten die Nachfrage nach dem neuen Freizeitspaß an. „Plötzlich ging alles ziemlich schnell“, erinnert sich Oliver Bauscher, der Pressesprecher der Rutan GmbH, die Pit Green seit 2003 vertreibt. „Pit war der Katalysator dafür, dass wir unsere Angestelltenverhältnisse gekündigt und uns voll auf unsere Geschäftsidee konzentriert haben.“ In den ersten anderthalb Jahren galt es Schritt zu halten mit dem Tempo der Expansion. „Wir sind schließlich weder Patentanwälte noch Kunststoffexperten, also mussten wir uns bei der Entwicklung von Pit in ganz neue

Bereiche einarbeiten.“ Die enge Freundschaft der GmbH-Betreiber beschreibt Bauscher als ambivalent: „Man weiß um die Stärken der anderen und kann sich wunderbar ergänzen. Das kann aber auch bedeuten, dass auf Empfindlichkeiten des anderen mehr Rücksicht genommen wird, als es unter reinen Geschäftspartnern der Fall wäre.“ Mittlerweile reisen die vier Erfinder mit Pit Green rund um die Welt, finden Vertriebspartner in den USA, Asien und Afrika und haben eine internationale Tipp-Golf-Liga ins Leben gerufen.

Abends beim Feierabendbier kam Karin Bönsch und ihrem Schwager Uwe Bönsch die Idee für ihre Dienstleistung mit dem populären Namen „Harry holt den Wagen“. Die Münchner fanden die Lösung für die häufig drängende Frage: Wer bringt nach dem zweiten oder dritten Drink mich und mein Auto sicher

„Risikobereit und ausdauernd muss man sein. Und vor allem einen verlässlichen Partner haben“



Stephan Unger, Philipp Schneider aus Stuttgart

FOTOS: MATTHIAS KOTH (OBEN), STEFFEN SCHMID (UNTEN)



Vom Kunstliebhaber zum Messeveranstalter: Andreas Lohaus hat die Kölner „Art Fair“ ins Leben gerufen

nach Hause? Der Jurist und die Hausfrau kauften 20 Fahrräder, fünf Mokicks und stellten Fahrer ein, die die Kunden in ihren eigenen Wagen nach Hause bringen. Die zusammenklappbaren Zweiräder kommen dabei gut verstaut in den Kofferraum.

Die Agentur für Arbeit bezuschusst Kleinunternehmen, die Arbeitslose anstellen. Doch die Praxis erweist sich, so Karin Bönsch, oft als zu bürokratisch: „Gern würden wir Arbeitslose beschäftigen, doch das Arbeitsamt vermittelt sie nur in Vollzeitstellen. Wir aber stellen die Fahrer auf 400-Euro-Basis oder als Selbstständige an.“ Mit ihrem Fahrdienst ermöglichen sie so rund 20 Menschen einen Nebenverdienst.

Erfolg ist planbar

Finanzberater Marko Habschick von Evers & Jung in Hamburg entwickelt Förderprogramme für Existenzgründer. Er weiß um die Notwendigkeit einer soliden Planung: „Wir erleben, dass das Niveau, auf dem Gründer mit ihren Plänen sind, wenn sie eine Fördereinrichtung aufsuchen, im Durchschnitt sinkt.“

30 . DEZEMBER . PRINZ

Das hat auch mit den vielen ‚Notgründungen‘ von Arbeitslosen in den vergangenen Jahren zu tun.“ (Interview Seite 34)

Dass ihre Planung durchdacht sei und sie mit ihrer Idee auf Erfolgskurs gehen würden, da waren sich Andreas Lohaus und Walter Gehlen sicher. Der Jurist und der Kommunikationswirt sind Spezialisten im Bereich Business-Development. „Wir sind die Selbstständigkeit analytisch angegangen“, erzählt Lohaus. „Wir haben mögliche Geschäftsideen entwickelt und

„Wir müssen endlich unsere ‚German Angst‘ verlieren. Denn den Erfolg einer Idee kann man planen“

dann anhand von Businessplänen die rentabelste ausgewählt.“ Lohaus macht in Gastvorträgen jungen Existenzgründern Mut: „Wir müssen endlich unsere ‚German Angst‘ verlieren. Erfolg ist durchaus planbar.“ Das zeigen Lohaus und Gehlen mit der „Art Fair“. Seit 2003 verbucht ihre Kölner Messe für zeitgenössische Kunst steigende Besucherzahlen. Und das trotz direkter Konkurrenz: Die Messe öffnet ihre Tore zeitgleich mit der renommierten „Art Cologne“. „Wir wussten einfach, dass unser Konzept stimmt“, sagt Lohaus.

Dem Zufall überlassen wollten auch Stephan Unger und Philipp Schneider nichts. Die Stuttgarter Betriebswirte haben sich seit 2002 mit dem Sandwich-Restaurant „FreshSub“ etabliert. Während ihres Studienaufenthalts in den USA lernten sie das Prinzip des ‚fast dining‘ kennen. „Marktstudien haben gezeigt, dass der Außer-Haus-Verkauf von Essen in Deutschland zunimmt. Wir sind zu dem Schluss gekommen, dass der Kunde diese Mischung aus Fast Food und Dining annehmen wird. Es gibt schließlich viele Singles, die keine Lust auf Kochen, aber durchaus auf gutes Essen haben“, sagt Schneider. Der Erfolg gibt ihm Recht: Der Filiale in Karlsruhe folgte bald eine Stuttgarter, in Planung sind weitere in Süddeutschland sowie der Ausbau ihres Catering-Services.

Das Unternehmen beschäftigt mittlerweile rund 40 Mitarbeiter. Klimaanlage, Kühlräume, Inneneinrichtung und Corporate Identity – die Investitionskosten für einen Betrieb in der Systemgastronomie sind höher als bei der Eröffnung eines Schuhladens. „Risikobereit muss man schon sein“, so Schneider, „doch wir haben bei der Finanzierung darauf geachtet,



Karin Bönsch und Gunnar Haeder aus München

FOTOS: FRANK DÜNZL (OBEN); MAREN WEBER (UNTEN)

„Die Tendenz geht zum Zweitjob. Wir sind wie viele unserer Mitarbeiter im Nebenberuf selbstständig“

KARRIERE



Self-made-Hotelier statt Hartz-IV-Empfänger: Der Berliner Andreas Kaps bietet seinen Gästen Bed & Breakfast

bei einem möglichen Misserfolg nicht zu hart zu landen.“ Dass sie sich selbstständig machen wollten, wussten Unger und Schneider schon früh. Dass man diese Lebensaufgabe am besten mit einem verlässlichen Partner bewältigt, haben die ehemaligen Schulfreunde dazugelernt.

Hartz IV, nein danke

Laut Bundesagentur für Arbeit überstehen rund zwei von drei Jungunternehmern die schwierigen Gründerjahre. Im Juli 2006 bezogen 219 503 Jungunternehmer den über drei Jahre gewährten Existenzgründungszuschuss (ehemals „Ich-AG“). Die Angst, finanziell zu scheitern, ließ Andreas Kaps lange Zeit zögern, sich selbstständig zu machen. Einen Tag bevor der Arbeitslose zum Hartz-IV-Empfänger geworden wäre, meldete er bei der Arbeitsagentur seine Selbstständigkeit an. „Mir fehlte noch die richtige Idee“, erzählt Kaps, „darum habe ich überlegt, wo ich am besten meine Talente einfließen lassen könnte.“ Der gelernte Tischler und Erzieher besuchte ein Existenzgründerseminar der Arbeitsagentur und entwickelte

das Modell für sein Berliner Bed-&-Breakfast-Hotel. Hier sieht er seine praktischen und kommunikativen Stärken vereint. In Eigenregie mit Freunden baute er ein ehemaliges Ecklokal zu einer fantasievoll gestalteten Pension um. „Selbstständigkeit bedeutet

„Von Hartz IV wollte ich nichts wissen. Als Selbstständiger kann ich meine wahren Talente vereinen“

unheimlich viel Verantwortung, setzt aber auch ungeahnte Kräfte frei“, so Kaps. Im Mai 2006 eröffnete er schließlich sein kleines Hotel. „In Berlin ist die Arbeitslosigkeit besonders hoch. Deshalb machte es Sinn, Touristen als Kunden anzusprechen.“ Manchmal hat er schlaflose Nächte, doch wenn seine Gäste am nächsten Morgen gut geschlafen haben, weiß Andreas Kaps: Der Einsatz hat sich gelohnt.

Aus dem Hörsaal auf den Chefsessel

Junge Akademiker wie Simone Adler und Arne Krasting wissen, dass der Arbeitsmarkt sie in seltenen Fällen mit offenen Armen empfängt. Doch nicht primär die Sorge vor Arbeitslosigkeit, sondern vielmehr die Freude an der Sache machte den Hamburger Historiker und die Nürnberger Soziologin bereits während ihres Studiums zu Selbstständigen. Angefangen hat Arne Krasting mit Stadtführungen durch seine Wahlheimat Berlin. Aus dem Nebenjob entstand seine Erlebnisagentur Zeitreisen, die für Touristen wie auch Firmenkunden die Geschichte Berlins erlebbar macht. Ein Klassiker sind themenbezogene Stadtführungen. „Ich liebe es, neue Projekte zu entwickeln. In meiner Rolle als Selbstständiger wird mir nie langweilig“, schwärmt Krasting. Sein neuester Coup: Mit seinem Kompagnon Andreas Dahrendorf organisiert er Video-Bus-touren durch Berlin und bald auch Hamburg. Es geht vorbei an historischen Plätzen, auf Flatscreens spielt Krasting alte Filmdokumente

ANSPRECHPARTNER FÜR EXISTENZGRÜNDER

Auf dem Weg von der zündenden Geschäftsidee bis zur Unternehmensgründung gibt es vieles zu beachten. Ob beim Erstellen eines Businessplans oder in Fragen der Finanzierung – richtige Beratung bewahrt vor Fehlern

Bundesagentur für Arbeit

Die BA bereitet in Existenzgründerseminaren auf die Selbstständigkeit vor und nennt die richtigen Ansprechpartner für weiterführende Fragen. Sie gewährt einen über drei Jahre gestaffelten Existenzgründerzuschuss (ehem. „Ich-AG“) oder einen sechsmonatigen Überbrückungszuschuss.

Industrie- und Handelskammern

Die Existenzgründungsberater der jeweiligen Industrie- und Handelskammer vor Ort sprechen über mögliche Geschäftsideen, Finanzierungsfragen bis hin zu Details der Rechtsform eines neuen Unternehmens.

Individuelle Anlaufstellen

Jedes Bundesland hat ein Netz individueller Grün-

dungsinitiativen. Die Handelskammer Hamburg hat beispielsweise eine innovative Beratungsstelle ins Leben gerufen, bei der ein Online-Tutor während des gesamten Gründungsprozesses ansprechbar ist (<http://gruendungswerkstatt.hk24.de>).

Die Firmenhilfe (www.firmenhilfe.org) bietet kostenlose Beratung per Telefon seitens erfahrener Unternehmensberater. Unter www.minicontrol.eu ist eine günstige Software erhältlich, mit der man seine Kundenakquise und Liquidität steuern kann.

Wer sonst noch helfen kann

Kompetente Ansprechpartner sind generell Steuerberater, Unternehmensberater, Berater der Fachverbände, Kreditinstitute sowie – wenn es um Verträge geht – Anwälte und Notare.

FOTO: STEPHAN PRÄMMER



Multimedialer Stadtführer: Arne Krasting macht Video-Bustouren durch Berlin – und bald auch durch Hamburg

„Um sich einen Namen zu machen, braucht man keine teure Werbung. Aber ein gutes Networking“

über die Orte ein und nimmt so den Zuschauer mit auf eine Zeitreise.

Ihre Kreativität ausleben will auch Simone Adler. Die Soziologiestudentin sitzt zwar noch an ihrer Diplomarbeit, betreibt aber nebenbei bereits ihr Küchenfachgeschäft „Kochnische“. „In meiner Freizeit Nähe ich Schürzen und fertige andere Küchenutensilien“, erzählt die Nürnbergerin. Als sie von einer günstigen Immobilie hörte, griff sie zu und machte aus ihrem Hobby ein Geschäft. Zudem bietet sie lokalen Künstlerinnen eine Ausstellungsfläche

und im Sommer in Zusammenarbeit mit einem benachbarten Café einen Picknickservice. „Meine Kunden müssen zurzeit ein wenig Nachsicht haben, wenn ich wegen der Uni nicht jeden Tag geöffnet haben kann. Aber wenn ich mein Diplom in der Tasche habe, steige ich hundertprozentig ein – in meinen Laden.“

Erfolgsgaranten

Selbstständigkeit muss kein Abenteuer sein, wenn sie gut geplant ist und das nötige Quantchen Glück nicht fehlt. Sein eigener Chef zu sein fordert aber auch Risikobereitschaft und Ausdauer. In den ersten Gründerjahren sind Selbstständige oft noch dann in hundertprozentigem Einsatz, während mancher Arbeitnehmer bereits das zweite Feierabendbier trinkt. Doch Thomas, der mit seiner Freundin Annika sieben Tage pro Woche Kaffee röstet und serviert, weiß, woher er die Kraft nimmt: „Wenn mir ein Kunde am Tag sagt, wir hätten den besten Kaffee – das ist wie der Gewinn einer Goldmedaille.“

TIPPS FÜR DEN RICHTIGEN START

Marco Habschick (Evers & Jung) entwickelt Förder-einrichtungen für Existenzgründer. Der Finanzberater hilft bei der Planung von Selbstständigkeit



Marco Habschick

PRINZ: Welche Fallen gibt es bei der Finanzierung, in die Jungunternehmer tappen?

Habschick: Auch wenn es hart klingt: Man kann gar nicht negativ genug planen. In der Regel dauert die Anlauf-

phase nochmals länger, als es sich die meisten Gründer in ihren Worst-Case-Szenarien ausmalen. Mindestens sechs Monate lang sollte noch Reservegeld aus der Finanzierung vorhanden sein.

PRINZ: Welche Finanzierungsmöglichkeiten gibt es?

Habschick: In Deutschland kommt man am Gespräch mit der Bank kaum vorbei, da viele Fördermittel über die Hausbank ausbezahlt werden. Grundsätzlich gilt: Je mehr Eigenkapital man mitbringt, desto besser die Finanzierungschancen. Keine Bank sieht es gern, wenn ein Gründer nicht auch mit eigenem Geld ins Risiko geht. Wir raten grundsätzlich, öffentliche Förderkredite einzubeziehen, zum Beispiel von der KfW Mittelstandsbank. Hier sind nicht nur die Zinsen günstig, sondern oft auch die Tilgungskonditionen. Viele Hausbanken machen das nicht gern, aber die Durchleitung von Fördermitteln ist auch für sie mittlerweile attraktiver geworden. Ausreden gelten also immer weniger.

PRINZ: Wann raten Sie Kunden von einem Vorhaben ab?

Habschick: Wenn in der Liquiditätsplanung die ersten Engpässe schon vor dem Start absehbar sind, versuchen wir die Gründer zu überzeugen, ihr Konzept noch mal umzuarbeiten. Vielleicht trägt auch die Geschäftsidee einfach nicht – das kann man sich dann nur begrenzt schönreden.

PRINZ: Was geben Sie ambitionierten Jungunternehmern mit auf den Weg?

Habschick: Drei Dinge: erstens unsere Wertschätzung, dass sie den Mut haben, Neues zu probieren in einer Zeit, in der unser Land sich oft nur im Lamento ergeht. Als zweites ein Praxistipp: Betriebsmittel nicht zu knapp kalkulieren und vor allem den Lebensunterhalt für die Startphase mit berücksichtigen. Wer dann, drittens, noch konsequent eine Liquiditätsplanung macht, hat die größten Fehler schon vermieden.