

4 Gründe zu gründen

Eine gute Idee, ausreichend Mut und der Wille, sie umzusetzen – schon ist ein Unternehmen gegründet. Vier Beispiele zeigen, wie aus diesen Grundbausteinen Erfolgsgeschichten werden.

Irgendwann habe es geheißen, alles oder nichts, erzählt Monika Stotz. „Und wir haben uns für alles entschieden.“ Die Firma, für die sie jahrelang als Gebietsleiterin im Einsatz gewesen war, hatte Personalabbau angekündigt. Und irgendwie tat sich plötzlich eine Erfolg versprechende Nische auf: Trotz des Öko-Booms und der vorhergesagten Zunahme von Elektromobilität hatte es in Österreich noch keine einspurigen Elektrofahrzeuge gegeben.

Diese Nische wollten sie besetzen. Bevor es ein anderer tat. Das Unternehmen „ekomobil“ wurde gegründet, das Geschäftsmodell mit Import, Vertrieb und Reparatur von Motorrädern, Rollern und Scootern mit Elektroantrieb schlank gehalten. Das Konzept ist schlüssig: Nicht komplette Fahrzeuge werden importiert, sondern Karosserie und Batterien getrennt. Erstens, weil im Fall eines Unfalls nicht auch eine funktionierende Batterie auf

dem Schrottplatz landet. Zweitens, weil diese Hochleistungsakkus auch von Bootsbauern nachgefragt werden. „Und zwar im Winter, wenn gerade keine Saison für Motorräder ist“, erklärt die Gründerin.

Eine Lücke im Wiener Angebot hat auch Andreas Kotal entdeckt: Ihm fehlte ein Schnellrestaurant, das gesundes, schmackhaftes Essen anbietet. Während eines Auslandssemesters in Toronto hatte er Salatgerichte für sich entdeckt. „Bist du narrisch, so gut kann Salat schmecken“, war er von den ausgefallenen Kreationen überrascht. Selbst als er in Kanada zunächst ein Marketingunternehmen gründete, ließ ihn die Restaurant-Idee für Wien nicht los. Nach einem Jahr intensiver Vorbereitungszeit wurde im Frühjahr 2009 der „saladroom“ im ersten Bezirk eröffnet. „Das eigene Unternehmen ist wie ein Baby, das ich jetzt richtig großziehen will“, ist er begeistert.

Gründungshürdenlauf. Um zu gründen, braucht es nicht unbedingt eine maßgebliche Produkt- oder Vermarktungsinnovation. Vor allem bei Dienstleistungsunternehmen geht es um ein ganzes Paket an Leistungen und ein klares Profil, das ein Unternehmen aus der Masse hervorstechen lässt. Bei Adem Köse und seinem Installationsunternehmen sind es die absolute Kundenorientierung in Service und Badgestaltung. „Viele unserer Kunden haben wir durch Mundpropaganda gewonnen.“ Auch bei „Bindermayer“, dem Raumgestaltungsbüro der Architektinnen Corina Binder und Suse Mayer, stehen ihre Gesamtlösungen, aber vor allem ihre persönliche Kreativität im Vordergrund.

„Bei uns war nicht viel Grundkapital nötig, die Investitionen hielten sich in Grenzen“, sagt Suse Mayer. Dennoch seien ihre Erfahrungen mit Banken auch schon vor der Krise nicht berauschend



Andreas Kotal, 31

RESTAURANTKETTENGRÜNDER

Salatartisten. Auf Heimaturlaub in Wien fehlte Andreas Kotal jene gesunde Alternative zur Leberkäsemmele, die er während Aufenthalte in Japan und Kanada zu schätzen gelernt hatte: Salat in den außergewöhnlichsten Zusammenstellungen, frisch und schnell zubereitet. Im Frühjahr 2009 hat der WU-Absolvent mit Marketingenerfahrung sein Schnellrestaurant „saladroom“ im ersten Bezirk eröffnet. Seither kredenzen fünf „Salatartisten“ der Laufkundschaft und den belieferten Büros abwechslungsreiche Salate, Wraps, Suppen oder Burritos. Das aktuellste Angebot gibt's auf der Website, über Facebook und Twitter. Zwei weitere Lokale sind für Mitte 2010 geplant – dann aber schon unter der kanadischen Marke „freshii“. Das Vorbildunternehmen hat Kotal die Franchiserechte für Österreich und sechs weitere Länder übertragen, Expansion ist angesagt.



Monika Stotz, 53

IMPORT UND HANDEL

Unter Strom. Eigentlich wollten Monika Stotz und ihr Lebensgefährte Erwin Lössl bloß einfacher zu ihrem Haus im Naturschutzgebiet kommen. Bei der Suche nach einspurigen Elektrofahrzeugen stellten sie fest: Das gibt es bei uns noch nicht. Gemeinsam gründeten sie „ekomobil“, suchten Hersteller und Spediteure und eröffneten im April 2009 einen Shop im 21. Bezirk. Von den Motorrädern, Rollern und Scootern, die mittlerweile über 100 Kilometer weit fahren können, haben sie bereits im zweiten Monat 25 Stück verkauft. Fünf weitere Händler werden beliefert. Die Fahrzeugbatterien nehmen auch Schiffsbauer ab.



ERFAHRUNGSAUSTAUSCH. Vor allem die Anfangsphase stellt Jungunternehmer vor schwierige Fragen.

gewesen. „Die Finanzierung war gerade aufgrund der Finanzkrise ein erhebliches Problem“, bestätigt der Fastfood-Gründer Kotal eines der Hauptprobleme für Jungunternehmer. Er wünscht sich auch mehr Überblick im Förderwesen: „Wie kommt man zu Förderungen? Wie gelangt man an die notwendigen Informationen, um sie überhaupt beantragen zu können?“ Neben dem hohen Finanzaufwand am Anfang ist aber auch das Unternehmensein an sich eine große Herausforderung: Wie erstellt man einen Businessplan, wie setzt man die IT auf, wer ist ein geeig-

netter Steuerberater? „Hätten wir den Unternehmerworkshop an der Universität Wien nicht gemacht, wüsste ich nicht, ob wir jetzt so erfolgreich wären“, rät Corina Binder generell zur Gründerberatung.

Konditionstraining. Ist das Unternehmen erst mal gegründet und haben bereits erste Kunden angeklopft, tauchen neue Probleme auf. „Wir hatten plötzlich zu viele Kunden, aber nicht die richtigen Kapazitäten und Abläufe und fühlten uns überfordert“, erzählt Adem Köse. Zwei Jahre nach der Gründung setzte er das Fa-

milienunternehmen neu auf. Die Bereiche und Zuständigkeiten wurden klar aufgeteilt. „Das hat zum Beispiel die Mitarbeiterführung erheblich vereinfacht“, sagt Köse. Nachdem sich die Gestaltung und Installation von Edelbädern als neues Geschäftsfeld und Stärke des Unternehmens herausgestellt hatte, war auch ein größerer Showroom notwendig geworden.

Mit einigen Aufträgen ausgestattet, hatten es die Architektinnen „Bindermayer“ am Start relativ einfach. „Dann geht es aber ums Durchhalten“, sagt Suse Mayer. Projekte wollen nicht nur akquiriert, sondern auch mit vielen externen Partnern gemeinsam organisiert und koordiniert werden. Von allen Gründern ist voller Einsatz gefordert „und der Glaube an das, was man tut“, betont Monika Stotz. Da die Gründung und die ersten Jahre als Selbständige einer Hochschaubahn gleichen, sei ein unterstützendes Umfeld wichtig, sind sich alle Gründer einig.

„Aber auch kritische Stimmen sind wichtig“, sagt Kotal. Er habe deshalb das Angebot im „saladroom“ um warme Speisen wie Suppen und Burritos erweitert. Der Austausch mit anderen Unternehmern hat Monika Stotz geholfen: Ihre Website hat sie zum Beispiel durch ein Gegengeschäft finanziert. „Überhaupt sind Kontakte wichtig – und gutes Marketing. Egal, ob es um Privatunternehmer oder große Generalunternehmer geht“, sagt Adem Köse. Er spricht aus, worin sich alle einig sind: „Wir wollen weiter wachsen.“

– MARTIN BACHLER

**Corina Binder, 36, und
Suse Mayer, 34**

RAUMGESTALTERINNEN

Konzeptausbau. Bei gemeinsamen Projekten stellten die beiden Architektinnen fest, wie gut sie einander im kreativen Arbeiten ergänzten. Um etwas Eigenes, anderes zu machen, gründeten sie 2006 ihr Büro „Bindermayer“. „Eher blauäugig, aber schon mit Aufträgen in der Tasche“, sagen sie heute. Sie planen und begleiten den Bau von Raumkonzepten sowie Kunstinstallationen. Die Gestaltung von Messeständen oder Ausstellungen wie „In Zukunft Stadt – in Zukunft Wien“ fällt ebenso darunter wie ein Schauraum für die Buwog. Architektur wird so zum Teil der Kommunikation.

Adem Köse, 32

INSTALLATEUR, BADDESIGN

Service und Gestaltung. Adem und sein Bruder Shabetin Köse haben den Installateurberuf erlernt, gearbeitet, sich umgehört und gesagt: „Das können wir besser.“ Das fehlende Unternehmerwissen wurde nachgeholt, zufriedene Kunden empfahlen die serviceorientierten Köses schnell weiter. Mittlerweile sind noch zwei weitere Brüder und 20 Mitarbeiter nicht nur mit Reparations- und Installationsaufgaben beschäftigt. Vor allem die Gesamtgestaltung von maßgeschneiderten Edelbädern zeichnet den Familienbetrieb aus.



interview

„Die vielen unproduktiven Pflichten für Unternehmer gehören dringend geändert“

Brigitte Jank, Präsidentin der Wirtschaftskammer Wien, will Unternehmen das Geschäftsleben und den Zugang zu Förderungen erleichtern.

FORMAT: Mit einer guten Idee durchstarten ist der Traum vieler angehenden Jungunternehmer. Ist es durch die Krise schwieriger geworden, für die eigenen Ideen auch passende Finanzierungen zu bekommen?

Jank: Sein Unternehmen auf finanzielle sichere Beine zu stellen ist eine der Grundanforderungen, denen sich jeder Unternehmer von Beginn an zu stellen hat. Besonders für kleine und mittlere Unternehmen sind dabei Bankkredite immer noch die Hauptfinanzierungsschiene. Deshalb ist es gerade jetzt wichtig, dafür zu sorgen, dass Kreditinstitute zuerst einmal die Chancen beurteilen, die in einer Geschäftsidee stecken, und die Unternehmen aktiv dabei unterstützen, dass alle Instrumente wie Förderungen und Haftungen auch ausgeschöpft werden. Wer mit guten Ideen überzeugen, einen realistischen Businessplan vorlegen kann und auch ein Mindestmaß an Eigenmitteln mitbringt, muss gerade jetzt seine Chancen, die in jeder Krise auch liegen, wahrnehmen können.

FORMAT: Gerade die ersten Jahre sind für Jungunternehmer wirtschaftlich nicht einfach. Wird diesen Unternehmen seitens des Staates gerade genügend Rückendeckung gegeben? Wie kann ihnen noch geholfen werden?

Jank: Einiges ist erreicht, einiges offen. Mit der Absenkung der Krankenversicherungsbeiträge bei gleichzeitigem Aufbau einer Altersvorsorge nach dem Modell „Abfertigung neu“ ist uns ein Quantensprung in der Absicherung von Unternehmern und Unternehmerinnen gelungen. Die Senkung der Lohnnebenkosten für den ersten jungen Mitarbeiter oder die soziale Absicherung bei Arbeitslosigkeit, die nun auch für Wirtschaftstreibende Wirklichkeit wurde, sind wichtige Errungenschaften. Wir wissen aber auch, dass das „verflixte dritte Jahr“ eine besondere Herausforderung ist, und haben unsere Serviceangebote besonders dar-



BRIGITTE JANK. Jungunternehmer sollen in den ersten Jahren stärker entlastet und abgesichert werden.

auf ausgerichtet. Erleichterungen brauchen Jungunternehmer auch bei der Administration. Steuererklärungen und Beitragsabrechnungen können ohne externe Hilfe fast nicht mehr bewältigt werden, undurchschaubare Förderrichtlinien haben schon so manchen von der Inanspruchnahme abgehalten.

FORMAT: Haben die Steuerreform und die Konjunkturpakete auch den kleinen und mittleren Unternehmen genutzt? Oder ist hier zu wenig passiert?

Jank: Wir haben als Wirtschaftskammer sehr hart für die Steuerreform und Konjunkturpakete auf Landes- und Bundesebene gekämpft, weil die wirtschaftliche Lage ein entschlossenes Engagement der öffentlichen Hand notwendig gemacht hat. Das leitende Prinzip bei einer Abwärtsentwicklung kann nur „klotzen statt kleckern“ sein. Da ist viel gelungen, was auch die Prognosen für 2010 zeigen. Trotzdem bleiben unsere Forderungen nach Lohnnebenkostensenkung, nach Steuererleichterungen für den betrieblich genutzten Pkw, nach Absetzbarkeit des Arbeitsraums im Wohnungsverband oder auch nach Abschaffung der Kreditvertragskosten und der Werbeabgabe unverändert aufrecht.

FORMAT: Nach wie vor gilt der administrative Aufwand als große Hürde für Unternehmer. Wie können sie ihre Zeit besser für ihr Geschäft nützen?

Jank: Österreichweit verursachen über 6.000 Informations- und Meldepflichten für Unternehmer in den Betrieben einen jährlichen – völlig unproduktiven – Zeit- und Geldaufwand von vier Milliarden Euro. Das gehört dringend geändert. Viel wichtiger ist, die Kreativität und Innovationskraft unserer Betriebe weiter zu fördern und Forschung & Entwicklung voranzutreiben. Die Wirtschaft scheint auch der einzige Treiber beim Thema Verwaltungsreform zu sein. Die Betriebe müssen von all dem nicht benötigten Ballast rasch befreit werden. Denn in Zeiten, wo der finanzielle Druck in den Unternehmen steigt, spürt man diesen Rucksack umso stärker.

FORMAT: Auch an den Förderungen wird häufig bemängelt, dass der administrative Aufwand viel zu hoch sei. Was ließe sich vereinfachen?

Jank: Ich trete für ein zweistufiges Verfahren ein. Zuerst ist bei Vorlage von Eckdaten die grundsätzliche Förderwürdigkeit festzustellen, erst danach sind detaillierte Nachweise beizubringen und ein vertiefendes Prüfungsverfahren einzuleiten. Das würde die Attraktivität deutlich steigern.

FORMAT: Kann das Potenzial, das es an den forschenden Universitäten für innovative Lösungen gibt, noch besser erschlossen werden?

Jank: Wirtschaft und Wissenschaft müssen noch viel enger zusammenarbeiten, damit Forschungsergebnisse nach Publikation nicht in den Schubladen verschwinden, weil etwa die Übersetzung von der Sprache der Wissenschaft in die Sprache der Wirtschaft nicht funktioniert. Wirksames Science Marketing ist die Herausforderung der Gegenwart.

FORMAT: Wie lautet Ihre Wirtschaftsprognose für 2010?

Jank: Ich vertraue den positiven Prognosen der Wirtschaftsexperten, weil ich von der Kraft, der Flexibilität und der Innovationsstärke unserer Betriebe überzeugt bin.

„Unsere Forderung nach Lohnnebenkostensenkung bleibt aufrecht.“