

Gründen ist . meins



GRÜNDUNGSBÜRO
UNI|HS|UNIMEDIZIN
MAINZ

Innovative Gründungsgeschichten der
Hochschule, Johannes Gutenberg-Universität
und Universitätsmedizin Mainz



IMPRESSUM

**Hochschulübergreifendes
Gründungsbüro**

Hochschule Mainz
Lucy-Hillebrand-Straße 2
55128 Mainz
Tel.: 06131 – 628 - 0
Fax: 06131 – 628 - 7777
Mail: kontakt@hs-mainz.de
www.gruendungsbuero-mainz.de

Projektleitung:
Dr. Sabine Hartel-Schenk

Projektkoordination:
Maren Osterlitz
Rebecca Rech
Anna Strasser

Gesetzlicher Vertreter:
Präsident der
Hochschule Mainz
Prof. Dr.-Ing. Gerhard Muth

Gestaltung:
Janin Liermann
Alexandra Blei
www.einfallswinkel.com

Druck: Print Pool GmbH

Bildnachweise:
(siehe letzte Seite)

**Das hochschulübergreifende Gründungsbüro
ist eine Kooperation von****Gefördert durch****Liebe Leserin, lieber Leser,**

eine Gründung bedeutet, mit Mut neue Wege zu beschreiten. Sie stellt aber auch eine Chance für einen Erfolg versprechenden individuellen Karriereweg dar.

Insbesondere akademische Gründungen aus Hochschulen spielen eine entscheidende Rolle bei der regionalen Standortentwicklung durch Schaffung neuer, innovativer Arbeitsplätze mit Wachstumspotenzial. Mit mehr als 42.000 Studierenden und 4.000 wissenschaftlich arbeitenden Personen positioniert sich die Wissenschaftsstadt Mainz als konkurrenzfähiger Standort für die Ressource „Wissen“. Jedes Jahr schließen viele tausend motivierte und hervorragend ausgebildete junge Menschen ihr Studium, ihre Promotion oder wissenschaftliche Weiterqualifikation an der Hochschule, der Johannes Gutenberg-Universität oder der Universitätsmedizin Mainz ab. Hierbei wird eine Vielzahl von technischen und kreativen Innovationen entwickelt, welche das Potenzial einer akademischen (Aus-)Gründung besitzen. Einige dieser Ideen und Vorhaben konnten bereits erfolgreich umgesetzt werden. Dabei hat das hochschulübergreifende Gründungsbüro als zentrale Anlaufstelle für Gründungsinteressierte die Sensibilisierung der Selbstständigkeit und akademische Gründungen durch qualifizierende Workshops, Seminare und individuelle Beratung sichtbar unterstützt. Mit dem vorliegenden Buch „Gründen ist meins – innovative Gründungsgeschichten der Hochschule, Johannes Gutenberg-Universität und Universitätsmedizin Mainz“ möchten wir zeigen, dass die eigene Selbstständigkeit und die Ausgründung aus der Wissenschaft erfolgreiche Karriereoptionen für Akademikerinnen und Akademiker darstellen können. Studierende der Johannes Gutenberg-Universität und der Hochschule Mainz sowie Mitarbeiterinnen des Gründungsbüros haben Gründerinnen und Gründer unserer Hochschulstandorte mit unterschiedlichem akademischem Berufshintergrund portraitiert und sind dabei auf sehr interessante Gründungsgeschichten gestoßen, deren Fundament durch die akademische Ausbildung gelegt wurde. Das zeigt auch, dass sich die Mainzer Hochschulen nicht nur durch Exzellenz in Forschung und Lehre messen können, sondern dass auch erfolgreiche und innovationsstarke Unternehmen gegründet werden.

Wir wünschen allen Leserinnen und Lesern eine spannende und ermutigende Lektüre, damit sie ihre eigenen kreativen Ideen auch erfolgreich in eine Gründung umsetzen können.

Mainz, im Mai 2015

Prof. Dr.-Ing.
Gerhard Muth
Präsident der
Hochschule Mainz

Univ.-Prof. Dr.
Georg Krausch
Präsident der
Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Univ.-Prof. Dr. med.
Ulrich Förstermann
Wissenschaftlicher Vorstand
der Universitätsmedizin Mainz

6 VORSTELLUNG GRÜNDUNGSBÜRO

1 KUNST-, KREATIV- UND KULTURWISSENSCHAFTEN

- 10 *Den eigenen Wert einschätzen lernen*
Kultur-Büro AHB – **Dr. Wolfgang Fritzsche**
- 13 *Durch die Visitenkarte entsteht das erste Gefühl für eine Person*
artefont – **Tanja Labs**
- 17 *Den Erfahrungsaustausch mit anderen suchen*
AVCliptracker – **Andreas Fitza & Susanne Halupczok**
- 21 *Kunden verstehen lernen*
einfallswinkel – **Janin Liermann**
- 24 *Rebellion gegen das Einheitsbier! Von der Bachelor-Thesis zum eigenen Startup*
Eulchen Bier – **Philip Vogel & Leonidas Lazaridis**
- 28 *Wir haben immer das gemacht, worauf wir Lust hatten*
Flashlines – **Daniela & Pascal Kulcsar**
- 32 *Aus eigener Kraft wachsen und Hürden überwinden*
Kontrastrafilm GbR – **Ambos, Vollmar, Tiedemann – Tidi von Tiedemann**
- 36 *Die richtige Balance finden*
LESS/Evolving Layout – **Denis Klein & Lisa Reimann**
- 40 *Ein Schritt in die Selbstständigkeit ist am Anfang immer eine persönliche Einschränkung*
Möhren Milieu – **Daniel Kalbfuß & Sarah Tritschler**

2 NATUR-, INGENIEUR-, LEBENS- WISSENSCHAFTEN UND MEDIZIN

- 46 *Selbst das eigene Umfeld gestalten*
Praxis für Innere-und Allgemeinmedizin – **Dr. med. Michel R. Abdollahnia**
- 49 *Firmengründung bedeutet, den Weg während des Sprints zu asphaltieren*
Ganymed Pharmaceuticals AG – **Dr. med. Özlem Türeci**
- 52 *Durch Innovation der Konkurrenz voraus sein*
IndividualPlan GmbH – **PD Dr. Dr. Felix Koch**
- 56 *Es braucht die Bereitschaft, die persönlichen Grenzen zu dehnen*
K. T. E. Coaching – **Dr. Silke Oehrlein-Karpi**
- 60 *Misserfolge sind keine Sackgasse, sondern wichtige Lernprozesse!*
ORGLMEISTER Infrarot-Systeme GmbH & Co. KG – **Albert Orglmeister**
- 63 *Für Ausgründungen aus der Wissenschaft ist der direkte Austausch auf dem Hochschulcampus wichtig*
WEE-Solve GmbH – **Dr. John Eckelt**
- 67 *Selbstständigkeit und Familie? Natürlich machbar!*
Zahnarztpraxis Katrin Wernstedt – **Katrin Wernstedt**

3 RECHTS- UND WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN

- 72 *Das Ziel nicht aus den Augen verlieren*
AiLaika Natural Beverages GmbH – **Nils Beierlein**
- 75 *Das theoretische Wissen der Universität praktisch anwenden*
berater e.V. – **Adam Simon & Alex Eida**
- 78 *Wege entstehen, indem man sie geht*
comsense. coaching . mediation – **Heike Schubert**
- 81 *Mit Nachhaltigkeit und grünem Herz zum Erfolg*
Factorship GmbH – **Simon Dörr**
- 85 *Selbstständigkeit heißt: Selbst und ständig zu arbeiten*
Feedback Fabrik GmbH – **Oliver Oster**
- 88 *Aufstieg auf den Mount Everest*
MapCase Media GmbH – **Dominik Kneissl**
- 92 *Input nutzen die eigene Idee zu reflektieren und zu stärken*
N'Eis - das Neustadteis – **Julia von Dreusche & Anke Carduck**
- 96 *Erfolgreiche Globalisierung erfolgt nur, wenn wir uns verstehen*
sprachoffensive GbR – **Sarah Betzel**
- 99 *Der größte Fehler an einer Gründung ist, es nicht zu tun*
Thesius (DDL Deutsche Dissertationslisten GmbH) – **Michael Grupp**

4 SOZIAL-, POLITIK- UND GEISTESWISSENSCHAFTEN

- 104 *Eine Unternehmensgründung verlangt Geduld und ein Gespür für Realität*
Autorenkombinat – **Daniel Beißmann**
- 107 *Klare Zielsetzungen haben*
E.U.L.E. e.V. - ErfahrungUnterstütztLebendigeExistenzgründung – **Elisabeth Kolz**
- 111 *Ich bin eine Patchwork-Arbeiterin*
everybody's public – **Dr. Michaela Naumann**
- 114 *Man muss nur fest an die eigene Idee glauben, dann funktioniert es auch*
Nelly's Frühstückslust – **Nilgün Michel**
- 118 GRÜNDEN IN MAINZ
- 119 BILDNACHWEISE
INTERVIEWERINNEN & INTERVIEWER

Projektleitung:
Dr. Sabine Hartel-Schenk

Gründungsberatung:
Hochschule Mainz
Patricia Nagel
Universitätsmedizin Mainz
Bettina Kollar
Universität Mainz
Julia Hofmann

Projektverwaltung:
Maren Osterlitz
Anna Strasser
Dorothee Carow-Mann

Studentische MitarbeiterInnen:
Michael Lorsbächer
Natalia Maier
Rebecca Rech
Annika Schmidt

Das hochschulübergreifende Gründungsbüro stellt sich vor

Wer wir sind:

Das hochschulübergreifende Gründungsbüro ist eine gemeinsame Einrichtung von Hochschule, Universität und Universitätsmedizin Mainz mit dem Ziel, gründungsaffine Potenziale aus Wissenschaft und Forschung im Hinblick auf akademische Gründungsgeschehen weiter zu entwickeln. Dabei dient das Gründungsbüro als zentrale Anlaufstelle für Informationsvermittlung, Beratung und Coaching.

Das Team informiert gründungsinteressierte Studierende, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Professoren und Alumni und begleitet sie auf dem Weg zur (Aus-)Gründung, Unternehmens-/Praxisübernahme oder Selbständigkeit. Das Gründungsbüro ist an allen drei Standorten an die Stabstellen für Forschung und Technologietransfer angegliedert. An der Hochschule Mainz arbeitet es zudem sehr eng mit dem iuh-Institut

für unternehmerisches Handeln zusammen, dessen Leiter, Professor Dr. Elmar D. Konrad, gleichzeitig wissenschaftlicher Leiter des Gründungsbüros ist. Gefördert wird die Einrichtung durch den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) und durch das rheinland-pfälzische Wissenschaftsministerium (MBWWK).

Was wir bieten:

Das Gründungsbüro bietet kostenfreie Service-Angebote für alle Hochschulangehörigen an:

- vielfältige Informationen zum Thema (Aus-)Gründung, incl. Förderprogram-

- men und Wettbewerben
- individuelle Beratung und Begleitung von Gründungsprojekten
- Unterstützung bei der Ideenentwicklung
- Unterstützung bei Antragstellung für die Finanzierung, z.B. bei EXIST-Fördermitteln
- Veranstaltungen, Workshops zum Thema Gründung
- Genderspezifische Workshops
- Teambildung bzw. Matching von Personen unterschiedlicher Fachrichtungen
- Kontakte zu externen Kooperationspartnern und VC-Anbietern

KONTAKT

Zentraler Kontakt über
info@
gruendungsbuero-mainz.de

Informationen und Hinweise zu aktuellen Veranstaltungen online unter www.gruendungsbuero-mainz.de

Facebook.com/
gruendungsbuero-mainz



1

**KUNST-, KREATIV-
UND KULTUR-
WISSENSCHAFTEN**



Den eigenen Wert einschätzen lernen

Kultur-Büro AHB

**Dr. Wolfgang Fritzsche, Alumnus
der Johannes Gutenberg-Universität Mainz,
Kulturwissenschaften und Gründer
des Kultur-Büros AHB**

Herr Dr. Fritzsche, Sie haben Kulturwissenschaften studiert und sind seit einigen Jahren erfolgreich freiberuflich tätig. Wie ist Ihre Idee entstanden und worum geht es bei Ihrem Unternehmen?

Im Grunde genommen hatte ich keine wirkliche Geschäftsidee. Ich habe weder während meines Studiums noch danach geplant oder den Wunsch gehabt, mich selbstständig zu machen. Ganz im Gegenteil, nach meiner Promotion hatte ich mir das Ziel gesetzt, Museumsdirektor zu werden. Das hat leider nicht geklappt und ich wurde mehr durch Zufall selbstständig. Das hat sich quasi so ergeben und es war keine bewusste Entscheidung meinerseits.

Heute bieten wir kulturwissenschaftliche Dienstleistungen unterschiedlichster Art an. Ein Schwerpunkt ist die Archivrecherche. Auf dem Gebiet biete ich bei-

spielsweise Familienforschung an. Das kann bedeuten, dass ich jüdischen Menschen mit deutschen Wurzeln, die zu meist im 19. Jahrhundert ausgewandert sind, helfe, die Geschichte ihrer Familie zu rekonstruieren.

Aktuell ist ein Buch von mir über das jüdische Kur- und Badewesen in Wiesbaden erschienen. Zudem arbeite ich auch sehr viel für die Denkmalpflege und schreibe unter anderem an einer Denkmaltopographie.

Ein weiterer Schwerpunkt ist die Museumsarbeit: Wir konzipieren Ausstellungen und recherchieren historische Hintergründe und Zusammenhänge. Des Weiteren erstellen wir Dokumentationen von historischen Bauten. Das bedeutet, dass der Bau- und Ausstattungsbestand dokumentiert und analysiert wird. Auf Grund der Ergebnisse



entscheidet beispielsweise die Denkmalpflege, ob ein historisches Gebäude umgebaut werden darf oder nicht.

Was hat Sie dazu motiviert, sich selbstständig zu machen? Und welche waren die wichtigsten Meilensteine?

Ich habe zum Thema Fachwerk promoviert und bin dadurch mit Denkmalpflegern aus der Region in Kontakt gekommen. Einer dieser Denkmalpfleger bat mich, ein Haus zu dokumentieren, was ich zu diesem Zeitpunkt noch nicht konnte. Dennoch habe ich den Auftrag umgesetzt und das Ergebnis hat ihm so gut gefallen, dass er mich erneut beauftragt hat.

Schließlich habe ich Fortbildungen gemacht, um mir die Thematik anzueignen.

Ähnlich war es auch mit der Museumsarbeit. Ich stand im Kontakt mit dem „Aktives Museum Spiegelgasse für Deutsch-Jüdische Geschichte in Wiesbaden e.V.“, dessen Schwerpunkt auf Erinnerungsarbeit und biographischer Forschung liegen. Das Museum bat mich, die Familienforschung zu übernehmen. Letztlich kam so eins zum anderen.

In den ersten Jahren habe ich mich parallel immer noch beworben. Ich habe jedoch festgestellt, dass ich immer, wenn

ich eine Bewerbung laufen hatte, im freiberuflichen Bereich nicht so engagiert nach außen aufträte. Und immer wenn es im freiberuflichen Bereich gut lief, habe ich mich nicht so engagiert beworben. Auch mein Alter war ein Grund mich für die freiberufliche Tätigkeit zu entscheiden.

Wo lagen aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen auf dem Weg in die Selbstständigkeit?

Da die Selbstständigkeit in meinem Fall kein selbstgewählter und bewusster Weg war, lag die größte Herausforderung darin, auch Zeiten zu überstehen, in denen es nicht so gut gelaufen ist.

„Ich habe weder während meines Studiums noch danach geplant oder den Wunsch gehabt, mich selbstständig zu machen.“

Welche Zielgruppe haben Sie, und wie machen Sie Akquise?

Meine Zielgruppen sind im Wesentlichen der öffentliche Dienst, also die Denkmalpflege, Kommunen oder private Träger im Museumsbereich. Ich arbeite auch mit Privatpersonen, aber das ist letztlich nur ein geringer Prozentsatz.

Wir treten nach außen hin auf, indem wir auf Veranstaltungen, Tagungen und Kongressen vertreten sind. In der Regel handelt es sich dabei um regional wirksame Veranstaltungen. Denn wir haben festgestellt, dass überregionale Veranstaltungen

KÖPFE

Dr. Wolfgang Fritzsche
Studium der Volkskunde, Ethnologie und Kulturgeographie an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz mit anschließender Promotion

SEIT

1996 als Personengesellschaft. 2003 Zusammenschluss mit Dr. Ursula Weißbrod (Studium der Kunstgeschichte, Klassischen Archäologie und Alten Geschichte) zu einer Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR).

KULTUR-BÜRO AHB
Kulturwissenschaftliche
Dienstleistungen



NAME & KONTAKT

Kultur-Büro AHB
Dr. Wolfgang Fritzsche und
Dr. Ursula Weißbrod GbR
Nürnberger Straße 9, 65462
Ginsheim-Gustavsburg
Telefon: 06134 / 75 77 61
Mail: info@a-h-b.de
www.a-h-b.de

ENGAGEMENT

Dr. Wolfgang Fritzsche hat 1996 den Bundesverband freiberuflicher Kulturwissenschaftler mitgegründet. Der BfK ist ein Netzwerk freiberuflich tätiger Kulturwissenschaftlerinnen und Kulturwissenschaftler.

zwar sehr wichtig für die fachliche Weiterbildung, aber wenig hilfreich für die Büroakquise sind. Entscheidend ist, dass man auf lokalen Veranstaltungen als Person präsent ist, mit den Leuten redet und sich bekannt macht. Es läuft also sehr viel über die persönliche Ebene.

Was können Sie Gründungsinteressierten mit auf den Weg geben?

Man sollte sich unbedingt auf Dinge vorbereiten, wie Rechnungen schreiben, Steuererklärung erstellen oder Buchhaltung machen. Man sollte sich über die eigene Arbeitskraft Gedanken machen.

Dazu zählt nicht nur die Frage: Wie lange brauche ich für ein Projekt? Man sollte auch weitere Faktoren berücksichtigen: Wie viel koste ich pro Stunde? Wo liegen meine Betriebskosten? Kann ich von dem „Rest“ auch noch leben? Im Grunde genommen geht es dabei um Selbsteinschätzung, also den eigenen Wert einzuschätzen.

Es gibt Bereiche, die habe ich mir selbst angeeignet oder mit Hilfe von Weiterbildungen, wie zum Beispiel den Bereich Buchhaltung. Ich empfehle jedem, Unterstützungsangebote wahrzunehmen und zu nutzen.

„Entscheidend ist, dass man auf lokalen Veranstaltungen als Person präsent ist, mit den Leuten redet und sich bekannt macht. Es läuft also sehr viel über die persönliche Ebene.“

Durch die Visitenkarte entsteht das erste Gefühl für eine Person

artefont

Tanja Labs, Alumna der Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Diplom in Freier Bildender Kunst, erfolgreiche Gründerin sowie Art- and Managing-Director der Agentur artefont

Frau Labs, wie ist die Idee für artefont entstanden? Und warum geht es bei Ihrem Unternehmen?

Die Idee ist eigentlich durch Zufall entstanden. Sie kam sozusagen aus dem Nichts. Nach Beendigung meines Studiums habe ich eine Anfrage des Ministeriums für Umwelt und Forsten des Landes Rheinland-Pfalz zur Gestaltung einer Broschüre erhalten. Ich habe mir gedacht, dass ich dies probieren könnte. Diese Broschüre habe ich gemeinsam mit einem Grafik-Kollegen umgesetzt. Dabei habe ich sehr viel Freude und Spaß an dieser Arbeit empfunden. Ich bin so ein bisschen ins kalte Wasser gesprungen, aber das war auch sehr gut so. Das war genau mein Weg.

Wir haben als klassische Grafik-Agentur begonnen, die ausschließlich Print-Produkte produziert. Mittlerweile sind wir eine Full-Service-Agentur für Grafik und

Events in Kultur und Wissenschaft, da ich mich als Künstlerin mit den Bereichen Kultur und Kunst sehr gut auskenne. Außerdem habe ich schon viele Veranstaltungen im wissenschaftlichen Bereich gestaltet und umgesetzt. Dabei habe ich festgestellt, dass dort meine Leidenschaft, aber auch Stärke liegt. Wir bieten von der kleinen Visitenkarte bis hin zur virtuellen Präsentation alles an, was irgendwie gestaltbar ist. Somit kann ich alles aus einer Hand anbieten.

Was hat Sie dazu motiviert, sich selbstständig zu machen? Und welche waren die wichtigsten Meilensteine?

Durch meinen ersten Auftrag habe ich festgestellt, dass die grafische Gestaltung genau die Arbeit ist, an der ich Spaß habe: Der Umgang mit Menschen, das Lösen sowie die anschließende Umsetzung grafischer Probleme dieser Menschen.



artefont

NAME & KONTAKT

artefont
Neuweg 49
55218 Ingelheim am Rhein
Telefon: 06132 / 89 84 39
Mail: tanjalabs@artefont.de
www.artefont.de

KÖPFE

Tanja Labs

Doppelstudium Bildende Kunst (Abschluss: Diplom) und Geografie (Vordiplom), Johannes Gutenberg-Universität Mainz

SEIT

1999



Und mit dem ersten Auftrag habe ich meine Agentur artefont gegründet. Ganz am Anfang war mir jedoch nicht ganz klar, ob ich wirklich meinen Lebensunterhalt damit bestreiten kann. Viele Jahre hatte ich zeitgleich noch eine Anstellung in Teilzeit. Es gab Zeiten, da war die Selbstständigkeit sehr intensiv, so dass es oftmals keine Wochenenden gab. Aber es gab auch Zeiten, da war es ganz gut, dass ich ein zweites Standbein hatte.

Bei der Firmenentwicklung von artefont gibt es ganz viele Meilensteine. Im Jahr 2002 hatte ich die Idee, eine Ausstellung zwischen Kunst und Wissenschaft zu machen. Im Rahmen des Mainzer Wissenschaftsmarktes haben wir im Jahr 2003 in den Katakomben (Räumlichkeiten direkt unter der Kupferbergterrasse in Mainz) meine erste große Kunstausstellung mit dem Titel „Alles fließt“ umgesetzt. Dafür mussten wir erst einmal 2000 Quadratmeter Fläche begehbar machen. Das war ein riesiger und erfolgreicher Event.

Ein Jahr später haben wir, auf meine Initiative hin, gemeinsam mit einer italienischen Galerie aus Frankfurt das Kultur-event „Dal Profondo“ auf die Beine gestellt und 2005 haben wir dann zusammen mit Lettland „Starp Citu“ geplant und mit insgesamt vier Ausstellungen umgesetzt. Zufällig - ich habe ein paar wirklich gute

Zufälle im Leben erfahren - habe ich Helmut Rittgen kennengelernt, den damaligen Leiter der Deutschen Bundesbank (Hauptfiliale Mainz/Saarland), der in diesem Zeitraum die Zentralbank in Riga aufgebaut hat. Somit hatten wir neben den Kunsthochschulen Mainz und Lettland auch die Deutsche Bundesbank, Filiale Mainz und die lettische Zentralbank mit dabei. Diese Events haben den Grundstein für die Umsetzung vieler weiterer Events im kulturellen und wissenschaftlichen Umfeld gelegt.

Im Jahr 2011 wurde ich beispielsweise von der Universität Mainz angefragt, ob ich die künstlerische Leitung der „Spektrale“, einer Ausstellung zu Licht und Farbe in Kunst und Wissenschaft, übernehmen möchte. Diese war innerhalb des Programms „Mainz - Stadt der Wissenschaft 2011“ ein großes Highlight und fand ihren Auftritt in der Rheingoldhalle. Ebenso habe ich die Universität Mainz im Jahr 2012 bei der Bewerbung im Rahmen der Bundes-Exzellenzinitiative unterstützt. Ich gehörte zum Team des Präsidenten und war für die Optik der Veranstaltungen zuständig. Das war für mich eine sehr konstruktive Zusammenarbeit, aus der ich auch sehr schöne Impulse mitgenommen habe. Seit zwei Jahren habe ich die Gestaltung und Organisation des Mainzer Wissenschaftsmarktes, ein Event

der MAINZER WISSENSCHAFTSALLIANZ übernommen.

Wo lagen aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen auf dem Weg in die Selbstständigkeit?

Ich glaube, jedes Projekt an sich ist eine Herausforderung. Jede Herausforderung ist für mich toll und ich freue mich auf deren Umsetzung. Für mich ist es ein Problem, wenn es keine Herausforderungen gibt. Damit meine ich auch Projekte, welche langweilig werden, weil sie von zu viel Routine bestimmt werden. Die muss ich dann abgeben. Ich habe Spaß an Projekten, die ein hohes Maß an Neuentwicklungen zur Lösung von Fragestellungen oder Problemen enthalten.

Welche Zielgruppe haben Sie, und wie machen Sie Akquise?

Meine Zielgruppe ist breit gefächert. Ich arbeite nicht nur mit Wissenschaftseinrichtungen, sondern auch mit Unternehmen und Einzelpersonen zusammen, wenn es darum geht, ein Produkt oder einen Event zu gestalten. Dabei arbeite ich auch häufig mit Gründerinnen und Gründern zusammen, denen ich beispielsweise erste Geschäftsausstattungen zusammenstelle. Ich finde, dass man in dieser Situation als allererstes eine Visitenkarte und Briefpapier braucht, die der Person

entsprechen. Denn durch eine Visitenkarte entsteht schon das erste Gefühl für eine Person.

Akquise mache ich keine. Ich habe zwar eine Website, aber ich persönlich finde das nicht so wichtig. Für mich ist es wichtig, dass ich die Person bzw. den Personenkreis mag und die Fragestellung spannend finde, für die bzw. den ich einen Auftrag umsetzen soll. Ich werde meistens von meinen Kunden weiter empfohlen. Das finde ich eine sehr schöne Sache. Denn dann weiß ich, dass die Leute, die zu mir kommen, im Grunde schon wissen, wie ich arbeite. Dadurch hat man einen schnellen und direkten Zugang.

Was sind Ihre nächsten Schritte?

Wir haben im vergangenen Dezember neue Räumlichkeiten bezogen. Die Agentur hat sich in den Räumen und mit Lagerflächen vergrößert. Ich sage immer, ich bin Jägerin und Sammlerin, und das aus gutem Grund: Ich habe in der Zwischenzeit sehr viel Dekorationsmaterial für meine Veranstaltungen angesammelt. Was die Arbeit betrifft, freue ich mich einfach auf das Weitermachen.

Was können Sie Gründungsinteressierten mit auf den Weg geben?

Man muss eine Leidenschaft für das emp-

„Man muss eine Leidenschaft für das empfinden, was man macht.“

TEAM

Ich habe eine festangestellte Mitarbeiterin, die mich allerdings im Bereich des Haushaltes unterstützt. Ansonsten gibt es nur freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das ist ein Pool von Studentinnen und Studenten oder Absolventinnen und Absolventen, die bestimmte thematische Bereiche abdecken, wie zum Beispiel Innenarchitektur, Kommunikationsdesign und virtuelles Design. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden projektbezogen eingesetzt.

STATUS QUO

Die Geschäftsidee ist komplett umgesetzt. Mit neuen Anfragen ergeben sich jedoch ständig Erweiterungen.

ENGAGEMENT

Ich schaffe Künstlerinnen und Künstlern sowie Gründerinnen und Gründern günstige Möglichkeiten, sich zu präsentieren. Ich betreue seit vielen Jahren deren Webseiten und helfe im Bereich der Gestaltung, damit sie zu ihrer Geschäftsausstattung kommen.

finden, was man macht. Dann ist es völlig egal, was man macht. Aber man muss es ganz machen oder gar nicht. Wer Angst vor der Arbeit hat und nicht bereit ist, mehr als acht Stunden am Tag zu arbeiten, der sollte bitte keine eigene Existenz gründen. Meine Agentur läuft wunderbar. Das liegt aber auch nur daran, dass ich viel mehr arbeite als eine normale Arbeitnehmerin. Die Arbeit darf keine Belastung darstellen. Sie muss auch nachts um zwölf Uhr noch Spaß machen. Man muss seine Sache einfach lieben. Zum Erfolg gehört auch dazu, sich selbst immer wieder zu

hinterfragen, neu zu erfinden und immer dran zu bleiben. Sehr wichtig ist auch die Unterstützung des Partners und der Familie. Ich habe zwei Kleinkinder. Da muss ich gut organisiert sein, um sowohl Familie als auch Arbeit unter einen Hut zu bekommen. Die Kunst ist es, trotz der vielen Arbeit Zeit für die Familie zu finden. Insbesondere mit Kleinkindern möchte ich gemeinsame Zeiten mit der ganzen Familie einrichten. Zudem sollte man in der Lage sein, sich selbst Freizeit zu schaffen und sich nicht zu sehr von Handys oder Ähnlichem abhängig zu machen.

Den Erfahrungsaustausch mit anderen suchen

AVClipTracker

Andreas Fitza (AF), Alumnus der Hochschule Mainz, Zeitbasierte Medien, und Susanne Halupczok (SH), Alumna der Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Publizistik/ Filmwissenschaft und Kommunikationswissenschaft mit der Geschäftsidee AVClipTracker

Frau Halupczok und Herr Fitza, Sie haben eine Geschäftsidee aus dem Bereich der Filmproduktion entwickelt. Worum geht es bei Ihrem Projekt AVClipTracker?

AF: AVClipTracker ist eine schlanke, intuitiv bedienbare Softwarelösung. Die aufgenommenen Dateien können u.a. direkt am Filmset bewertet werden. Kern der Idee ist eine hardware- sowie plattformunabhängige integrierte Softwarelösung, welche die Synchronisation von Dateien untereinander sowie mit deren Metadaten erledigt und zusätzlich die Teamkommunikation erheblich verbessert. Durch die cloudbasierte Datenbank hat jedermann, jederzeit und überall Zugriff auf alle relevanten Informationen und das Footage sowie leicht zu erstellen Schnittversionen. Das Innovationspotential von AVClipTracker hat auch das Gutachtergremium des Projektträgers Jülich (PtJ) überzeugt und so erhalten

wir seit November 2014 für ein Jahr das EXIST-Gründerstipendium des Bundesministerium für Wirtschaft und Energie.

Wie ist die Idee zu Ihrem innovativen Projekt entstanden?

SH: Die Idee besteht bereits seit 2005 und wurde von uns kontinuierlich weiterentwickelt. Zu Beginn ging es nur um ein Synchronisationstool, das dabei helfen sollte, aufgenommene Video-Dateien mit den dazu gehörigen Ton-Dateien automatisch zu synchronisieren. Das ist nach wie vor ein essentieller Schritt bei einer Filmproduktion, bei dem immer noch die Klappe als Synchronpunktgeber vielerorts unersetzbar scheint. Da wir beide während unserer Studien in den Bereichen der Filmwissenschaft und des Mediendesigns bei Filmproduktionen mitgewirkt haben, kam immer wieder



NAME & KONTAKT

AVClipTracker

Im Langwingert 18
55130 Mainz
Telefon: 0179 / 83 71 613
Mail: info@
avcliptracker.com
www.avcliptracker.com



KÖPFE

Andreas Fitz

B.A./M.A. Mediendesign,
Tonmeister, Audio Engineer
und

Susanne Halupczok

Industriekauffrau, B.A. Pu-
blizistik/Filmwissenschaft,
M.A. Kommunikationswis-
senschaft

SEIT

Die Gründung einer GmbH
ist für Herbst 2015 geplant.

AUSZEICHNUNGEN

- Gold Award „Students Design Competition“ – 133th AES Convention in San Francisco 2012
- „impuls Rheinland-Pfalz“ Wettbewerb von von der Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz (ISB) und den Business Angels Rheinland-Pfalz e.V. 2013
- „Leinen Los“ – Gründerwettbewerb des Nordhans: 2. Platz 2013

die Frage auf, ob dieser zeitaufwendige Schritt mit heutiger Technik nicht auch anders lösbar ist. Wir wollten das Papier am Set sowie die Filmklappe überflüssig machen und die Vernetzung der verschiedenen am Dreh beteiligten Personen an das digitale Zeitalter anpassen.

AF: Im Rahmen meiner Masterthesis bei Professor Bunné im Studiengang Zeitbasierte Medien an der Hochschule Mainz habe ich Untersuchungen zur Machbarkeit des Produktes durchgeführt und das theoretische Gerüst zur Produktidee entwickelt. Unsere Produktidee ist also aus der praktischen Arbeit heraus entstanden und wurde wissenschaftlich an der Hochschule untermauert.

Welche waren die bisher wichtigsten Meilensteine? Und wo lagen aus Ihrer Sicht die bisher größten Herausforderungen?

AF: Nach der Ideenentwicklung war die Machbarkeitsstudie im Rahmen meiner Masterarbeit einer der wichtigsten Meilensteine. Im Laufe der letzten Jahre wurde das Projekt AVClipTracker immer umfangreicher und für bestimmte Aufgaben mussten wir Experten ins Boot holen. Das war ein wichtiger Schritt. So wurden andere relevante Überlegungen offenbart, die noch zu bearbeiten waren.

SH: Eine weitere große Herausforderung war für uns die Ausarbeitung des Projektplans für die Antragstellung des EXIST-Stipendiums durch die Hochschule Mainz. Die Projektförderung ist ein weiterer wichtiger Meilenstein, der uns ein gutes Stück nach vorne gebracht

hat. Unser Ziel ist es, langfristig ein Unternehmen aufzubauen, das sich selbstständig trägt, so werden sicherlich noch weitere wichtige Meilensteine folgen.

Was sind Ihre nächsten Schritte, auch im Hinblick auf Ihr Stipendium?

AF: Wir finden es sehr hilfreich, dass wir unser Büro für die Zeit des EXIST-Stipendiums im Gründungsinubator der Hochschule Mainz einrichten konnten. Dadurch können wir im engen Austausch mit der Hochschule die Idee in ein marktfähiges Produkt überführen.

SH: Mittlerweile hat unsere Idee Formen angenommen und beinhaltet zwei große Innovationen. Eine hardware- sowie plattformunabhängige integrierte Softwarelösung, die der besseren Synchronisation der Dateien und der Verbesserung der Teamkommunikation dient. Auch der direkte Upload der Dateien in eine Cloud ist nun möglich. Unser Ziel ist es, nach Abschluss des Stipendiums ein Unternehmen zu gründen, da dies für uns

„Netzwerke
knüpfen ist das
A und O innerhalb
des Gründungs-
prozesses.“

im Rahmen unseres Vorhabens der einzigen sinnvolle Schritt ist.

AF: Aktuell versuchen wir, den Kontakt zu Filmemacherinnen und Filmemachern im Onlinebereich herzustellen, damit unser Produkt in dieser Branche bekannter und auch über deren Kanäle verbreitet wird. Darüber hinaus streben wir Kooperationen mit der Hochschule Mainz sowie der Johannes Gutenberg-Universität Mainz an.

SH: Wir stehen aktuell täglich vor neuen Herausforderungen. So stellen wir uns die Frage, wie wir einen Kundenstamm aufbauen sollen. Unser Produkt passt auf eine bestimmte Zielgruppe, aber auch andere Nutzungsmöglichkeiten und Kundenkreise sind denkbar. Das Spektrum reicht hierbei von professionellen Produktionsbüros bis hin zu Bloggern und Amateuren. Es gibt viele Ansprechpartner, mit denen wir reden und die wir überzeugen möchten. Die Herausforderung liegt also eigentlich darin, das Produkt erst einmal auf einige wesentliche

Bestandteile zu minimieren und es für eine definierte Zielgruppe auf den Markt zu bringen.

AF: Hierbei spielen die Stichworte „Lean-Startup“ und „Featuritis“ für uns eine große Rolle. Also ein schlankes Unternehmen auf die Beine stellen und eine benutzerfreundliche Software anbieten, die nicht mit Features überladen ist. Außerdem wollen wir den Produktionsbüros zeigen, wie viel Produktionskosten sie einsparen können, wenn sie unser Produkt nutzen.

Sie engagieren sich auf Gründertreffen in Mainz und in der Beratung von Freelancern in der Gründerszene. Was können Sie anderen Gründungsinteressierten mit auf den Weg geben?

AF: Eine Geschäftsidee sollte man mit anderen Personen teilen. Durch deren Rückmeldung kann das Vorhaben nur gewinnen. Es bringt nichts, im stillen Kämmerlein zu sitzen und sich selbst für seine vermeintlich tolle Idee auf die Schulter zu klopfen. Früher oder später muss man raus. Man braucht schließlich später auch Kunden, die das Produkt kaufen.

SH: Netzwerke knüpfen ist das A und O innerhalb des Gründungsprozesses. So ergeben sich im besten Fall neue Optionen oder Lösungen, und manchmal hilft auch einfach nur der Erfahrungsaustausch mit anderen Gründern und potenziellen Kunden erheblich weiter.



FÖRDERUNG

EXIST-Gründerstipendium des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie und durch den Gründungsinubator der Hochschule Mainz von November 2014 bis Oktober 2015



TEAM

Freie Mitarbeiter:
Conrad Schuster und
Matthias Klein
(Programmierer)

STATUS QUO

Ausgründungsphase

ENGAGEMENT

Regelmäßige Teilnahme an
Gründertreffen



SUSANNE HALUPCZOK & ANDREAS FEJZA

AVCLIPTRACKER



Kunden verstehen lernen

einfallswinkel

Janin Liermann, Alumna der Hochschule Mainz, Fachbereich Gestaltung, hat vor einigen Jahren das Unternehmen einfallswinkel gegründet



JANIN LIERMANN

Frau Liermann, wie ist Ihre Idee entstanden und wodurch unterscheidet sich Ihr Unternehmen von anderen Agenturen?

Der Einfallswinkel ist ein Full Service-Werbebüro in Mainz. Die Idee dazu ist bereits während meines Studiums an der Hochschule Mainz entstanden, da ich schon früh neben dem Studium gearbeitet habe. Unser Tagesgeschäft im einfallswinkel besteht heute in erster Linie aus der klassischen Konzeption von Werbung, aber auch Geschäftsausstattungen für Unternehmen und Aktualisierung bereits bestehender Werbemedien gehören zu unseren Aufgaben.

Wir unterscheiden uns von anderen Agenturen durch unsere Arbeitsmethodik. Wir sehen es als erforderlich an, Verfahrensweisen zu hinterfragen und den Kunden direkt in den Entstehungs-

prozess miteinzubeziehen, statt ihm nur fertigen Hochglanz zu präsentieren. Nur so können wir Qualität garantieren, indem der Kundennutzen im Fokus steht.

Was hat Sie dazu motiviert, sich selbstständig zu machen? Und welche waren die wichtigsten Meilensteine?

Im Studium merkte ich, dass ich meinen Fähigkeiten entsprechend in meinem Wunschbereich angekommen war und in jedem Fall in der Werbung aktiv werden wollte. Parallel erkundete ich die Branche, indem ich mir mein Studium mit Praktika und Nebenjobs finanzierte. Dabei spürte ich, dass mir die Arbeitsweise in der Werbung häufig nicht entsprach. Als logische Konsequenz musste also ein eigener Rahmen gestaltet werden. Und so habe ich mich selbstständig gemacht.



EINFALLSWINKEL

NAME & KONTAKT

einfallswinkel
An der Ochsenwiese 3
55124 Mainz
Telefon: 06131 / 62 72 444
Mail: neugier@
einfallswinkel.com
www.einfallswinkel.com

KÖPFE

Janin Liermann und
Alexandra Blei
beide Diplom-
Designerinnen (FH)

SEIT

2008 wurde das Unter-
nehmen während des
Studiums gegründet und
seit 2012 wird es haupter-
werbsmäßig umgesetzt.

FÖRDERUNG

Alles aus eigener Kraft

TEAM

Derzeit sind wir zu zweit
im Büro, darüber hinaus
haben wir Unterstützung
durch unsere Freiberufler,
in den Disziplinen Text, Kre-
ation & Programmierung.

Der wichtigste Meilenstein im letzten Jahr war wohl, das Homeoffice aufzu-
geben und ein Büro zu nehmen. Endlich
gibt es eine klare räumliche Trennung
zwischen Arbeit und Freizeit. Im Main-
zer Innovations- und Gründerzentrum
(MIG) haben wir flexible Mietlaufzeiten,
Austausch mit anderen Gründer-Nach-
barn und eine repräsentative Anlaufstel-
le für Kundenbesuche.

Wo lagen aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen auf dem Weg in die Selbstständigkeit?

Das begann bereits in der Außenwahr-
nehmung. Stellen Sie sich vor, Sie erzäh-
len Ihrem Umfeld voller Enthusiasmus
von Ihrer geplanten Selbstständigkeit
und Sie bekommen zu hören: „Oh je -
du bist doch noch mitten im Studium.“
Oder: „In dieser Branche braucht es un-
bedingt erst mal ein paar Jahre Agen-
turerfahrung.“ Da kann die Motivation
schon mal einen Dämpfer bekommen.
Vor einigen Jahren war Existenzgrün-
dung in den Köpfen der Leute nur eine
Option für alte Hasen in ihrem Busi-
ness. Glücklicherweise ist nun
auch für Jüngere der frühe Ein-
stieg in die Selbstständigkeit
erleichtert worden.

Welche Zielgruppe haben Sie, und wie machen Sie Akquise?

Gerade zu Beginn wurden

wir von den verschiedensten Kunden-
gruppen angesprochen. Interessanter-
weise ist dadurch ein so gelungener Mix
an Kunden entstanden, dass ich gerne
behaupten würde, es wäre eine strategi-
sche Grundsatzentscheidung gewesen.
Unsere Kunden sind junge Startups,
Mittelständler, Konzerne und Marken
mit hohem Bekanntheitsgrad. Akquise
haben wir noch nie aktiv betrieben, wir
werden ausschließlich empfohlen. Aus
eigener Kraft wächst unsere Unterneh-
mung stetig und hat sich einen span-
nenden und heterogenen Kundenstamm
aufgebaut.
Übrigens ist eine gegenteilige Strategie
- also nur auf wenige große Kunden
zu setzen - die häufigste, mir bekannte
Ursache des Scheiterns von kleinen bis
mittleren Agenturen. Wir streben daher
Kunden in allen Größenordnungen, aus
möglichst unterschiedlichen Branchen
an, um auch gegen schwierige Zeiten in-
nerhalb einer Branche gerüstet zu sein.



Was sind Ihre nächsten Schritte?

Wenn die Auftragslage so beständig
bleibt, werden wir uns wieder in eine
Wachstumsphase begeben. Aber dies
wollen wir nicht überstürzen, sondern
natürlich und gesund wachsen. Wenn
diese Entscheidungen anstehen, werden
wir mit Sicherheit unserer Linie treu
bleiben und hier auch wieder bedacht
vorgehen.

Frau Liermann, Sie engagieren sich ehrenamtlich als Vorstand des Mainzer Gründer Treffens e.V. Was können Sie Gründungsinteressierten mit auf den Weg geben?

Eine Existenzgründung im Dienst-
leistungssektor hat gegenüber
klassischen Startups den
Nachteil der fehlenden
Skalierbarkeit, mein
Produkt ist somit im-
mer direkt an meine Ei-
genleistung gekoppelt.
Bezahlt wird jede Stun-
de, die ich am Rechner
verbringe - diese Tatsache
limitiert. Doch auch in diesem
Bewusstsein kann die Selbstständig-
keit als Dienstleister durchaus reizvoll
sein. Wie beispielsweise in unserem Fall,
wenn man sie nutzt, um sich geeignete
Rahmenbedingungen zu schaffen, um
in seiner gewählten Branche angeneh-
mer arbeiten zu können. Man darf und
muss sich seinen Rahmen selbst schaffen

und formen. Demzufolge ist man ge-
zwungen, ständig an der eigenen Wei-
terentwicklung zu arbeiten. Das ist eine
Win-win-Situation für Kunden und Auf-
tragnehmer.

Das heißt im Klartext: man hat es kom-
plett selbst in der Hand, eine Tatsache,
die ungemein fordert, aber auch fördert.
So war mir im Vorfeld nicht klar, wie
groß der Anteil meiner Zeit sein würde,
in der ich mich mit branchenfremden
Thematiken befasse. Damit meine ich
beispielsweise juristische, steuerliche,
administrative, personelle, technische
sowie infrastrukturelle Belange. Die Lis-
te hierfür ist lang und man muss

sich stetig informieren und
weiterbilden.

So sehr man sich lieber
seiner eigentlichen Ar-
beit widmen möchte,
ist es vonnöten, sich
mit all diesen Dingen
gewissenhaft ausein-
anderzusetzen, um die Zu-
sammenhänge zu verstehen,
sie nicht einfach unreflektiert
auszulagern und sich somit in externe
Abhängigkeiten zu begeben. Jeder Grün-
der hat die wichtige Ressource, die spä-
ter fehlt: Zeit. Denn man darf sich sicher
sein, so viel Zeit und geistigen Freiraum
wie vor der Gründung wird man - im
Falle des natürlich angestrebten Erfolges
- später nie mehr haben.

STATUS QUO

Die Expansion ist geplant.
Wir suchen derzeit die pas-
sende Gesellschaftsform.

ENGAGEMENT

Als Vorstand des Mainzer
Gründer Treffens e.V. - da-
bei engagiere ich mich eh-
renamtlich in deren Organi-
sation & Anwerbung. Das
Mainzer Gründer Treffen ist
eine unabhängige Eventrei-
he, in der man sich etwa
alle zwei Monate an immer
wechselnden Locations in
lockerer Runde trifft.



Eulchen Bier

Rebellion gegen das Einheitsbier! Von der Bachelor-Thesis zum eigenen Startup

Philip Vogel (PV) und Leonidas Lazaridis (LL), beide Alumni der Hochschule Mainz im Studiengang Kommunikationsdesign (B.A.), mit der Geschäftsidee Eulchen Bier, einem eigenen Bier für Mainz

Herr Vogel und Herr Lazaridis, wie kam es dazu, dass Sie sich selbstständig gemacht haben? Wie ist Ihre Idee entstanden und worum geht es Ihnen bei Eulchen Bier?

LL: Bier ist seit über 6000 Jahren ein beliebtes Getränk. Wir waren bei unserer Recherche zu unserer Bachelor-Thesis sehr verwundert, dass eine Stadt wie Mainz mit großer Biergeschichte heute hauptsächlich Einheitsbier in Supermärkten und Bars vorzuweisen hat. Unser Ziel war es, bei möglichst vielen Menschen in Mainz Interesse für das Thema zu wecken und dabei zu zeigen, dass Bier ein qualitativ hochwertiges Lebensmittel sein kann. Das ging natürlich nicht ohne ein gutes Bier. Somit war die Idee vom eigenen Bier geboren. PV: Dabei war uns nicht nur die äußere

Gestaltung, sondern auch der Geschmack extrem wichtig. Wir sind beide keine klassischen Biertrinker. Das Einheitspils hat uns nie so richtig geschmeckt. In die Materie haben wir uns mühevoll eingearbeitet, viele Messen und Fachvorträge besucht, mit Braumeistern gebraut und natürlich unzählige Biere probiert, um die Sensorik zu schulen; was nicht immer so lecker war, wie es vielleicht klingt.

Wieso heißt Ihr Bier Eulchen Bier?

PV: Bei unserer Recherche zur Mainzer Biergeschichte sind wir auf die Brauerei „Zum schwarzen Bären“ und das „Bierhaus zum Einhorn“ gestoßen. Tiere waren früher beliebte Namensgeber für Brauereien und aus dieser Tradition heraus haben wir die nachtaktive, stolze Eule für unser hoch-



wertiges Bier gewählt. Aufgrund unserer 0,33 Liter Flasche und des wohlklingenden Wortes ist es das Diminutiv „Eulchen“ geworden.

Und dann gab es im Rahmen Ihrer Bachelor-Thesis tatsächlich das erste Mal Eulchen Bier?

PV: Insgesamt produzierten wir für unsere Bachelor-Thesis gut 2000 Flaschen, welche wir in mühevoller Handarbeit abfüllten und etikettierten. Diese gab es dann in unserer einwöchigen Pop-up-Kneipe in Mainz zu trinken.

LL: Die Resonanz war enorm. Damit hatten wir nicht gerechnet. Vor allem das große Interesse an der Geschichte hinter unserem Eulchen hat unsere Aktion zu einem vollen Erfolg gemacht. Die 2000 Flaschen waren innerhalb einer Woche ausgetrunken und es hätten noch deutlich mehr sein können.

Was hat Sie dazu motiviert, nach der Bachelor-Thesis weiterzumachen und eine Selbstständigkeit anzustreben?

LL: Erst dieser Zuspruch der Mainzer, der auch Wochen nach unserer Aktion nicht abebben wollte, hat uns angetrieben weiterzumachen. Auch Wochen später wollten Leute bei uns Bier bestellen. PV: Wir haben von Anfang an eine Selbstständigkeit angestrebt. Allerdings hatten wir geplant, mit einem Büro für Gestaltung zu starten, und nicht mit einer eigenen Biermarke.

Und wie ging es danach weiter?

PV: Wir spielten mit dem Gedanken, aus den Erfahrungen der Bachelorarbeit Eulchen Bier neu aufzurollen. Mit dem Ziel, unser Bier dauerhaft in Mainz anbieten zu können. Wir haben uns dann an die Hochschule Mainz gewandt und Unterstützung durch das iuh - Institut für unternehmerisches Handeln und das hochschulübergreifende Gründungsbüro erhalten. Besonders der eigene Arbeitsplatz im hochschuleigenen Gründungsinkubator, aber auch der Besuch von Lehrveranstaltungen und Workshops halfen uns dabei die nächsten Schritte zu planen.

LL: Wir mussten alles neu überdenken. Die ersten 2000 Flaschen haben wir in mühevoller Handarbeit mit hohem Zeitaufwand produziert. Hätten wir unsere Arbeitszeit und den hohen Materialaufwand auf eine Flasche umgerechnet, wäre das Bier nahezu unbezahlbar gewesen. Also vereinfachten und automatisierten wir einige Prozesse, suchten uns eine neue Brauerei, in der wir brauen konnten, und überlegten uns eine Vertriebsstruktur.

Wo kann man Eulchen Bier kaufen?

LL: Unser Bier gibt es mittlerweile in mehr und mehr Bars und Geschäften in und um Mainz. Zudem haben wir in un-



KÖPFE

Philip Vogel und Leonidas Lazaridis beide Bachelor of Arts Kommunikationsdesign an der Hochschule Mainz

SEIT

Anfang 2014

FÖRDERUNG

Durch den Gründungsinkubator der Hochschule Mainz

Leonidas Lazaridis, Philip Vogel

Eulchen

NAME & KONTAKT

Eulchen Bier
Hindenburgstr. 7
55118 Mainz
Mail: info@
eulchen-bier.de
www.eulchen-bier.de

TEAM

Bisher nur die beiden
Gründer

STATUS QUO

Im Mai 2015 sind wir vom
Gründungsinkubator der
Hochschule Mainz in das
TZM TechnologieZentrum
Mainz der Stadt Mainz
umgezogen und werden
dort unsere Geschäftsidee
weiter ausbauen.

serem Pop-Up-Store gemerkt, wie wichtig es ist, einen Anlaufpunkt zu schaffen, um auch persönlich direkten Kontakt mit Kunden zu haben und direktes Feedback zu bekommen. Also haben wir uns wieder auf die Suche nach einem Leerstand gemacht und eine kleine Trinkhalle als Zwischennutzung für uns gewinnen können. Auch in Zukunft werden wir an diesem Konzept festhalten.

Wenn Sie jetzt nach dieser aufregenden Zeit ein erstes Resümee ziehen: Wo lagen aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen auf dem Weg in die Selbstständigkeit?

PV: Herausforderungen gab es natürlich einige, große wie kleine. Generell muss man aber sagen, dass Gründen in Deutschland kein Hexenwerk ist. Aber es braucht Zeit und Durchhaltevermögen, bis man von einem Meilenstein zum nächsten kommt. Von heute auf morgen lässt sich ein Unternehmen nicht gründen. Viele Herausforderungen liegen zudem in Bereichen, mit denen man zuvor nichts am Hut hatte. Aber gerade das macht auch einen Großteil des Reizes aus.

Apropos Durchhaltevermögen, wie viel Zeit investieren Sie in Ihr Unternehmen?

LL: Sieben Tage die Woche. Es gibt kein

Abschalten. Ständig kreisen die Gedanken um neue Ideen. Wir sind ständig unterwegs, schließlich machen wir ja fast alles selbst, das Brauen und Abfüllen zusammen mit unseren Partnern, die Logistik, den Vertrieb und die Finanzen.

*„Es braucht
Zeit und Durchhaltevermögen, bis man von einem Meilenstein zum nächsten kommt.“*

Diese Abwechslung ist es aber, die uns großen Spaß bereitet, wodurch es nie langweilig wird. Auch der Kontakt und das direkte Feedback der Menschen pusht uns immer wieder.

PV: Das Positive am Selbstständigsein ist wirklich, dass man den Tag so gestalten kann, wie man möchte. Da gibt es keine langen Wege, man muss niemanden überzeugen, sondern man arbeitet nach seinen eigenen Vorstellungen.

Was sind Ihre nächsten Schritte?

PV: Wir wollen natürlich wachsen. Es sollen weitere Biersorten folgen, wir wollen mehr Events starten, präserter werden und auch in mehr Bars, Kneipen und Getränkemärkte reinkommen. Größere Pläne existieren auch schon in unseren Köpfen, aber nach den ersten Monaten wollen wir zunächst ein Resümee ziehen. Wir wollen herausfinden, was wir richtig gemacht haben, was falsch und vor allem was wir verbessern können.

LL: Dabei ist uns die Zusammenarbeit mit unseren Partnern sehr wichtig. Man

merkt schnell, ob man auf einer Wellenlänge ist. Wir legen sehr viel Wert darauf, nicht einfach nur Geschäftsbeziehungen zu pflegen, sondern Partner zu finden, die hinter uns stehen und sich für unsere Geschichte interessieren. Manchmal entwickeln sich daraus sogar Freundschaften.

Was können Sie Gründungsinteressierten mit auf den Weg geben?

LL: Seine Idee auf Herz und Nieren prüfen und dabei überlegen, ob man zu einhundert Prozent dahinter steht. Wie soll man sonst jemanden von einer Idee überzeugen, wenn man selbst noch Zweifel daran hat?

PV: Zudem ist es wichtig, rechtzeitig zu starten. Viele planen und warten zu lange. Zu früh gibt es nicht. Lieber etwas früher und kleiner an den Markt gehen und wertvolles Feedback der Kunden mitnehmen, als den richtigen Zeitpunkt für den Start zu verpassen.

„Lieber etwas früher und kleiner an den Markt gehen und wertvolles Feedback der Kunden mitnehmen, als den richtigen Zeitpunkt für den Start zu verpassen.“



Wir haben immer das gemacht, worauf wir Lust hatten

Flashlines

Interview mit Daniela und Pascal Kulcsar, beide Alumni Hochschule Mainz, Diplom Medien-Design und erfolgreich freiberuflich mit dem Projekt Flashlines tätig

Frau und Herr Kulcsar, Sie beschäftigen sich seit Oktober 2013 mit dem Projekt Flashlines. Wie ist diese Idee entstanden und worum geht es bei Ihrem Projekt?

Das Projekt Flashlines ermöglicht das Erzeugen passgenauer Projektionen auf Gebäuden oder anderen Objekten. Es handelt sich hierbei um ein interessantes interaktives Lichtkunstwerk, welches speziell für Events wie Lichtkunstfestivals oder lange Shoppingnächte geeignet ist. Alles, was wir brauchen, ist ein iPad, einen Beamer und unsere App, um ausgewählte Objekte als Lichtskulptur erscheinen zu lassen. Inzwischen haben wir eine marktfähige Version sowie individuelle Programmierungen für diverse Veranstaltungen entwickelt. Auch medial hat das Projekt auf sich aufmerksam gemacht. Wir haben bereits als Studierende regelmäßig bei der Luminale, dem

Lichtkunstfestival in Frankfurt am Main, mitgemacht und uns deswegen schon früh mit Projektionen und dem kreativem Umgang mit Licht beschäftigt. An einem Abend sollten wir einen großen Beamer testen, was allerdings schnell umgesetzt war. Die übrige Zeit nutzten wir, um mit einer Idee zu spielen, die es möglich machen sollte, auf der Fassade eine leuchtende Installation per Mausklick zu erstellen. Danach haben wir die erste Version programmiert und stetig weiterentwickelt.



NAME & KONTAKT

Flashlines
 Josefsstr. 36
 55118 Mainz
 Mail: info@flashlines.net
www.flashlines.net

KÖPFE

Daniela und Pascal Kulcsar
 beide Diplom Medien-Designer (FH)

SEIT

Wir beschäftigen uns seit Oktober 2013 intensiv mit dieser Idee und mit der Programmierung.

Gegründet wurde es noch nicht, es wird freiberuflich ausgeübt.

AUSZEICHNUNGEN

Designpreis Rheinland-Pfalz 2014

TEAM

Zwei Programmierer und ein Vertriebsexperte

Nach überwiegend positiver Resonanz haben wir den Entschluss gefasst, Geld und Zeit in die Idee zu investieren, um Flashlines auf eine neue Stufe zu heben. Entstanden ist eine professionell programmierte iPad App, die wir exklusiv für Events anbieten können. Für die Programmierungsarbeiten von Flashlines werden wir vom Unternehmen CodingGene unterstützt.

„Viele verschiedene Inputs von unterschiedlichen Gruppen mit diversen Hintergründen einzuholen, war sehr hilfreich.“

Was hat Sie dazu motiviert, sich selbstständig zu machen?

Selbstständig sind wir schon lange. Bereits während des Studiums haben wir nebenbei gearbeitet und konnten uns dadurch einen kleinen Kundenstamm aufbauen. Das war also keine bewusste Entscheidung, sondern ist mit der Zeit gewachsen. Nach unserem Hochschulabschluss haben wir weiter mit diesem Kundenstamm gearbeitet und schnell gemerkt, dass uns die selbstständige Arbeit liegt.

Welche waren die wichtigsten Meilensteine bisher?

Der erste Meilenstein war die Entscheidung, aus der Idee ein Produkt bzw. eine Dienstleistung zu entwickeln. Auf der Luminale 2014 konnten wir Flashlines das erste Mal publikumswirksam prä-

sentieren und erhielten dafür viele positive Rückmeldungen sowie eine gute Presse. Aktuell befinden wir uns im Umbruch, da wir einen neuen Mitstreiter an Bord haben, der sich um den

Vertrieb und die Vermarktung von Flashlines kümmert.

Diesen zu finden, war allerdings auch ein riesiger Meilenstein, vielleicht der größte bisher.

Wo lagen aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen auf dem Weg in die Selbstständigkeit?

Wir sind mit Flashlines noch nicht den ganzen Weg gegangen. Aktuell sind wir noch Freiberufler und haben im Hinterkopf, je nach Entwicklung des Projektes, die Idee in eine Unternehmung umzuwandeln. Die größte Herausforderung war und ist für uns, den Überblick über die vielen Facetten von Flashlines zu behalten, dabei motiviert und auch ohne Verpflichtungen Dritten gegenüber am Ball zu bleiben.

Welche Zielgruppe haben Sie, und wie machen Sie Akquise?

Unser primäres Geschäft sind Events, für die wir gebucht werden. Dabei konzentrieren wir uns aktuell auf Gewerbevereine in der Region. Als Vereinigung von Unternehmern und Kaufleuten sind

STATUS QUO

Aufbauphase

ENGAGEMENT

Aktive Teilnahme am Mainzer Gründerstammtisch und Netzwerken durch den Besuch von Veranstaltungen und Messen

Gewerbevereine daran interessiert, ihren Standort zu promoten. Sie verfügen sowohl über Entscheidungsgewalt als auch über die finanziellen Mittel uns zu engagieren. Aktuell erreichen wir unsere Zielgruppe mit klassischen Mailings und über Mund-zu-Mund-Propaganda.

Darüber hinaus ist jedes unserer Events eine Werbung für uns. So kommen wir wieder zu neuen Kontakten und neuen Veranstaltungen. Wir besuchen zudem für uns interessante Messen und Veranstaltungen.

Wie flexibel ist Ihre Dienstleistung für den Kunden?

Flexibilität ist eine Kernkompetenz von Flashlines. Wir können damit fast alles inszenieren – vom Schuh im Schaufenster bis zur Burgruine im Weinberg. Darüber hinaus können wir die Software für verschiedene Anforderungen modi-

fizieren und ganz individuelle Funktionen einbetten. Außerdem entwickeln wir Flashlines kontinuierlich weiter, um mit neuen Funktionen eine dauerhaft attraktive Dienstleistung anzubieten. So können wir jetzt Sponsoren-Logos in die Projektion integrieren, um einen echten Mehrwert für die Förderer der Veranstaltungen zu generieren.

Was sind Ihre nächsten Schritte?

Wir werden uns dieses Jahr intensiv mit dem Thema Akquise und Vertrieb beschäftigen, um unsere einzigartige Lichtkunstdienstleistung so publik zu machen, wie sie es verdient hat.

Was können Sie Gründungsinteressierten mit auf den Weg geben?

Wir haben immer das gemacht, worauf wir am meisten Lust hatten. Unser Fokus lag dabei nicht in erster Linie darauf, möglichst schnell und viel Geld zu verdienen, deshalb sind wir vielleicht in unserem Bereich auch ganz gut. Bei den Herausforderungen, die wir hatten, hat Reden mit anderen immer geholfen. Viele verschiedene Inputs von unterschiedlichen Gruppen mit diversen Hintergründen einzuholen, war sehr hilfreich.

Die neuen Aspekte haben uns oftmals bei der Entscheidungsfindung unterstützt. Vieles baut hierbei auf einem guten Netzwerk aus Freunden, Bekannten und auch öffentlichen Institutionen auf.





Aus eigener Kraft wachsen und Hürden überwinden

Kontrastfilm

**Tidi von Tiedemann, Alumnus der Hochschule Mainz,
Diplom Mediengestaltung, und Mitgründer von
Kontrastfilm**

Herr Tiedemann, Sie sind Mitgründer, Geschäftsführer sowie Produzent bei Kontrastfilm. Wie ist die Idee hierzu entstanden?

Den Anstoß für die Gründung von Kontrastfilm, zusammen mit meinem Studienkollegen Thomas Vollmar, gab die verlockende Förderung durch die gemeinsame Kampagne „StartUp Medien“ der Stadt Mainz, des Landes Rheinland-Pfalz, der Hochschule Mainz und der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Wir erhielten für den Zeitraum von einem Jahr ein eigenes Büro für eine geringe Mietzahlung sowie Unterstützung in Form von Beratungen für eine potenzielle Unternehmensgründung. Als Gegenleistung war von uns die Erstellung eines Businessplans gefordert.

Am Anfang fanden wir die Idee gut, einen günstigen Raum für unsere Diplomarbeit zu erhalten, und wollten uns eher

nebenbei Gründungsgedanken machen. Im Laufe des Jahres wurde diese Thematik jedoch immer konkreter und durch den Besuch der Veranstaltung „Business Planning“ bei Professor Eickhoff an der Hochschule Mainz bekräftigt. Als Gast konnte ich zusammen mit zwei Studenten der Betriebswirtschaftslehre den benötigten Businessplan erstellen. Im Nachhinein stellte ich fest, dass dies ein perfektes Angebot für uns war. Daher setze ich mich auch heute noch für eine stärkere Verzahnung der verschiedenen Fachbereiche der Hochschule ein, um Synergien zu entwickeln.

Wie hat sich Kontrastfilm seit der Gründung verändert?

Angefangen haben wir mit unserem kleinen Büro und zwei Schreibtischen im Medienhaus in der Wallstraße in Mainz. Mittlerweile sind sechs feste Mitarbeite-

rinnen und Mitarbeiter im Unternehmen beschäftigt und wir sind ins Hinterhaus umgezogen, wo wir eine deutlich bessere räumliche Situation vorfinden.

Zusammenfassend kann ich sagen, dass wir relativ schnell gewachsen sind, aber nicht so schnell wie es uns viele anhand unseres Businessplans vorhergesagt hatten. Wir haben immer versucht, aus eigener Kraft zu wachsen und mit geringen Bankdarlehen auszukommen. Ich finde es auch immer noch besser, langsam und stetig zu wachsen. Für uns war

es die richtige Entscheidung, auch wenn es manchmal wehtut, Kollegen zu treffen, die etwas mehr Geld zur Verfügung haben und sich schneller bessere und größere Geräte leisten können. Aber langfristig sind wir somit stabil, und das ist, glaube ich, auch eine der wichtigsten Entscheidungen innerhalb unserer Firma gewesen. Lieber mit Kontinuität aus eigener Kraft wachsen, anstatt sich zu stark von Banken abhängig zu machen.

Kontrastfilm ist für seine Produktionen auch mit vielen Preisen ausgezeichnet worden. Was waren die bisher wichtigsten Meilensteine und welche Entwicklungen sollen noch folgen?

Der erste große Meilenstein war sicherlich, als wir uns entschieden haben, die erste feste Angestellte ins Team aufzu-

nehmen. Sehr wichtig ist der Buchhaltungsbereich, bei dem wir, bis auf die Unterstützung durch ein Steuerbüro, alles selbst gemacht haben. Dieser Bereich hat sich aber über die Jahre von einer freien Mitarbeit zu einer festen Stelle entwickelt. Nach genau diesem Schema ist unser Team kontinuierlich gewachsen. Natürlich war die Gewinnung von Großkunden, wie dem ZDF oder ARTE, ebenfalls sehr wichtig. Dort erhielten wir ein festes Kontingent von Produktionen für

„Ich finde es immer noch besser, langsam und stetig zu wachsen.“

ein Magazin mit 13 Sendungen pro Jahr. Dies hat viel verändert, da hierdurch ein festes Einkommen gesichert war. Dadurch konnte zumindest ein Teil des Unternehmens finanziert werden, was zu einer Verbesserung der Planbarkeit führte. Mit vielen Kunden

bestehen dabei langfristige und intensive Kooperationen. Inzwischen können wir auf viele namhafte Referenzen blicken, wie beispielsweise Porsche, Bosch, DaimlerChrysler, Ferrero oder den Musiksender MTV. An dritter Stelle ist die Entwicklung der Geschäftsführung zu nennen. Begonnen haben Thomas Vollmar und ich. Wolfgang Ambos ist seit drei Jahren mit dabei. Dadurch verteilen sich Entscheidungen auf mehrere Schultern. Gleichzeitig erhöht sich allerdings die Diskussionslast. Diese Entwicklungen wirkten sich durch unsere unterschiedlichen Qualifikationen positiv für uns aus.

KÖPFE

Tidi von Tiedemann
Diplom Medien-Designer
Thomas Vollmar
Diplom Medien-Designer
Seit 2013: Mitinhaber
Wolfgang Ambos

SEIT

2003

FÖRDERUNG

Förderung durch die gemeinsame Ausschreibung „StartUp Medien“ der Stadt Mainz, des Landes Rheinland-Pfalz, der Hochschule Mainz und der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (im Jahr 2002)

TEAM

Insgesamt sechs fest angestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter



NAME & KONTAKT

Kontrastfilm GbR –
Ambos, Vollmar, Tiedemann
Office in Mainz:
Wallstraße 11, 55122 Mainz
Telefon: 06131 / 90 60 781
Mail: info@kontrastfilm.de
Office in Berlin: Yorck-
straße 89a, 10965 Berlin
www.kontrastfilm.de

AUSZEICHNUNGEN

- Innovationspreis Rheinland-Pfalz (mehrfache Auszeichnungen im Bereich Industriefilm)
- F. W. Murnau Preis 2012
- Zwei Filmz Festival Publikumspreise
- MKN Award 2010
- Murnaupreis 2009
- Publikumspreis "OLGA"
- Grand Prix Victoria – 23. Internationale Wirtschaftsfilmtage
- 62. Festival du film Locarno Specialpreis der Jury
- Verschiedenen Prädikate: „besonders wertvoll“ und „wertvoll“ der FBW uva.

Mittlerweile entwickelt Kontrastfilm auch eigene Formate, die wir anbieten möchten. Darunter fallen Serien, Dokumentarfilme sowie fiktionale Formate. Das wollen wir noch ausbauen und als weiteres Standbein etablieren.

Wo lagen aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen auf dem Weg in die Selbstständigkeit?

Für uns lag die größte Herausforderung in der sauberen buchhalterischen Abwicklung. Gerade wir als Designer wollen tolle künstlerische Produkte erarbeiten und uns weniger mit Finanzämtern, Steuerberatern oder Banken auseinandersetzen. Leider ist das bei einer Unternehmensgründung zwingend notwendig. Dies zu erlernen, war eine große Hürde und ist nach über zehn Jahren seit der Firmengründung noch immer nicht abgeschlossen.

Auch das Durchhaltevermögen ist ein wichtiger Punkt. Finanzielle, aber auch persönliche Tiefpunkte muss man überwinden lernen. Es kommt zu Situationen, in denen man sich fragt, warum man das eigentlich alles macht. Wenn man diese Tiefpunkte überwinden kann, hat man viel gelernt und ist einen entscheidenden Schritt weiter.

Welche Projektschwerpunkte hat das Unternehmen, und wie machen Sie Akquise?

Wir bedienen ein breites Spektrum im Designbereich. Unser Schwerpunkt ist das Bewegbild im weiteren Sinne. Was wir jedoch nicht machen, ist die Aufbereitung von tagesaktuellen Ereignissen für Nachrichtensendungen. Wir haben uns auf hochwertige Produkte für Werbung, Dokumentationen, Industriefilme oder auch TV-Formate spezialisiert. In diesen Bereichen bieten wir in unserem Portfolio ein breites Spektrum von Dienstleistungen von der Konzeption bis zur Erstellung des fertigen Films an. Ebenso zählen hierzu cross-mediale Projekte, was schon über eine Filmproduktion in den Bereich der Agenturarbeit hinausgeht.

Akquise betreiben wir durch unsere Internetpräsenz und durch Netzwerkpflge – wie beispielsweise mit eigenen großen Veranstaltungen, die wir mehrmals im Jahr anbieten. Und natürlich besuchen wir große Events wie die Berlinale.

Herr Tiedemann, Sie sind Mentor im hochschulübergreifenden Gründungsbüro Mainz. Was können Sie Gründungsinteressierten mit auf den Weg geben?

„Wenn man Tiefpunkte überwinden kann, hat man viel gelernt und ist einen entscheidenden Schritt weiter.“

Neben dem bereits erwähnten Durchhaltevermögen, ist die Kommunikation mit anderen extrem wichtig. Oftmals zweifelt man an sich selbst oder hat einen Tiefpunkt. Durch Netzwerken erfährt man, welche Probleme und Lösungen andere hatten. Man merkt schnell, dass man nicht alleine ist und kann von deren Erfahrungen profitieren.

Der zweite Aspekt ist der Anspruch an die eigene Leistung und Qualität. Hält man sich diesen stets hoch, aber realis-

tisch, kann man auch die Kunden zufriedenstellen. Außerdem sollte man immer mit offenen Karten spielen, um sich Vertrauen bei seinen Kunden aufzubauen. Ich selbst gebe auch gerne Wissen weiter, wie kürzlich an einen jungen Kollegen, der nicht ausreichend über die Künstlersozialkasse informiert war und dadurch in schwere Turbulenzen hätte kommen können. Ebenso engagiere ich mich gerne mit Vorträgen und Vorlesungen in der Gründerszene sowie für politische Themen.

STATUS QUO

Die Geschäftsidee wird seit ca. zehn Jahren aktiv betrieben und kultiviert.





Die richtige Balance finden

LESS/Evolving Layout

Denis Klein (DK) und Lisa Reimann (LR), beide Alumni der Hochschule Mainz im Studiengang Kommunikationsdesign (M.A.), mit den Geschäftsideen LESS und Evolving Layout

Frau Reimann und Herr Klein, wie ist die Idee für LESS entstanden und worum geht es bei Ihrem Designstudio? Warum wollten Sie gemeinsam gründen?

DK: Im Studium wurde uns klar, dass das Angestelltenverhältnis als Berufseinsteiger im Designbereich nicht so spannend ist. Bereits damals im Studium arbeiteten wir frei und nach unserem eigenen Interesse. Das wollten wir beibehalten und so war die Idee zu unserem Designstudio geboren. Mit LESS verfolgen wir zwei Ziele. Wir möchten zum einen mit Auftraggebern zusammenarbeiten, die eine gute und richtige Gestaltung wertschätzen können. Dies bedeutet für alle Beteiligten, Zeit und Geld für den nötigen Prozess zu investieren, um einen nachhaltigen Mehrwert zu schaffen. Zum anderen möchten wir mit unseren Kunden neben der reinen gestalterischen Arbeit, auch auf einer inhaltlichen Ebene arbeiten und tief in die jeweiligen Ideen und Konzepte eintauchen.

Wir denken, dass nur auf diese Weise „gute Gestaltung“ entstehen kann.

LR: Es wurde nie richtig ausgesprochen, dass wir gemeinsam gründen möchten. Es stand eher einfach von Beginn an so fest. Wenn man jemanden findet, mit dem man so gut zusammenarbeiten kann, dann sollte man die Chance einfach nutzen. Wir legen hohen Wert auf die Qualität unserer Arbeit und haben einen hohen Anspruch an uns selbst und davon profitiert natürlich auch unser Kunde.

Herr Klein, neben LESS sind Sie noch in einem weiteren Gründungsprojekt beschäftigt, für das Sie auch ein EXIST-Gründerstipendium erhalten haben. Um welches Projekt handelt es sich hierbei?

DK: Bereits in der gemeinsamen Bachelor-Thesis mit Lisa Reimann haben wir uns mit generativer Gestaltung beschäftigt. Im Masterstudium habe ich das Thema vertieft und es auch für meine Master-Thesis

bei Professor Philipp Pape ausgewählt. Das Projekt Evolving Layout (ehemals CMM – crossing, mixing, mutating) ist dann aus meiner Thesis heraus entstanden. Das Feedback der betreuenden Professoren (Prof. Johannes Bergerhausen, Prof. Dr. Petra Eisele, Prof. Dr. Isabel Naegele und Prof. Philipp Pape) war sehr gut und auch ich fand das Ergebnis sehr vielversprechend, so dass ich weiter an dem Projekt arbeiten wollte. Deswegen habe ich mich, zunächst alleine, für das EXIST-Gründerstipendium beworben. Allerdings kam die Rückmeldung des Projektträgers Jülich, dass die Idee sehr innovativ ist, aber dass die betriebswirtschaftliche Kompetenz im Team fehlt. Durch erfolgreiches Matching des hochschulübergreifenden Gründungsbüros Mainz kam dann die Zusammenarbeit mit Raymond Vetter zustande, der sein Masterstudium Betriebswirtschaft abgeschlossen hatte. Wir arbeiteten gemeinsam an einem aussagekräftigen Businessplan. Raymond Vetter kümmerte sich schwerpunktmäßig um die Bereiche Finanzen und Vermarktung, während ich zusammen mit Bastian Werth, der von Anfang an als Programmierer das Team begleitete, die Weiterentwicklung des Produkts im Fokus hatte. Nach Abschluss des Stipendiums gründeten Bastian Werth und ich gemeinsam aus dem

„Wenn man jemanden findet, mit dem man so gut zusammenarbeiten kann, dann sollte man die Chance einfach nutzen.“

Projekt CMM heraus Evolving Layout als Unternehmen.

Worum geht es bei Evolving Layout?

DK: Der Schwerpunkt von Evolving Layout liegt im Bereich Kommunikationsdesign. Das Projekt beschäftigt sich vor allem mit generativer Gestaltung und Entwicklung einer angepassten Design-Software. Das Programm variiert Layouts, ist ein Ideengenerator für Gestalter und soll die tägliche Arbeit im Design als Werkzeug unterstützen. Die Software wird als Plug-in verwendet und zeigt dem Designer weitere innovative Layoutoptionen, basierend auf dem ursprünglichen Grunddesign.

Sie beide können auf sehr viel Gründungserfahrung zurückblicken. Wo lagen aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen auf dem Weg in die Selbstständigkeit?

LR: Für mich war die Doppelbelastung in der Anfangsphase von LESS eine Herausforderung. Um mir finanziell den Rücken freizuhalten, arbeite ich noch zusätzlich in einer Teilzeitstelle. Mache ich in dem einen Job Überstunden, fehlt die Zeit in dem anderen Job. Die Balance zu finden, ist schwierig und anstrengend. Sicherlich spielt die finanzielle Komponente jetzt eine größere Rolle. Aber ich kann sagen,

KÖPFE

LESS Designstudio: Lisa Reimann und Denis Klein

beide Master of Arts Kommunikationsdesign an der Hochschule Mainz

Evolving Layout: Denis Klein und Bastian Werth

Doktorand der theoretischen Informatik im Bereich Approximationskomplexität an der Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt a.M.

SEIT

LESS Designstudio: Juni 2013

Evolving Layout: August 2014

AUSZEICHNUNGEN

Evolving Layout: Gewinner beim Wettbewerb impuls Rheinland-Pfalz 2013

FÖRDERUNG

Evolving Layout (ehemals CMM – crossing, mixing, mutating) wurde von September 2013 bis August 2014 durch das EXIST-Gründerstipendium des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie gefördert. Denis Klein und Raymond Vetter waren EXIST-Gründerstipendiaten.

EXIST
Existenzgründungen
aus der Wissenschaft

TEAM

In Evolving Layout sowie im LESS Designstudio sind jeweils die beiden Gründer tätig.

ENGAGEMENT

Denis Klein engagiert sich aufgrund des Stipendiums in der Gründerszene. Das Gründungsbüro Mainz hat ihn ermutigt, aktiv am Netzwerk teilzuhaben. Aktuell investieren die Gründer ihre Zeit verstärkt in beide Unternehmen.

dass ich froh bin, selbstständig zu sein, denn das bietet mir andere Freiheiten.

DK: Die Vereinbarkeit von zwei Projekten ist auch bei mir immer noch eine Herausforderung. Es ist oft so, dass Dinge nicht so schnell und so gut funktionieren, wie man es gern hätte. Angst vor der finanziellen Situation hatte ich persönlich nicht. Eigentlich ganz im Gegenteil, schon während des Studiums war mir klar, dass ich mich selbstständig machen möchte. Ich denke, dass nach dem Studium der ideale Zeitpunkt ist, da man als Student an ein geringes finanzielles Level gewohnt ist. Man kann also gar nicht so tief fallen.

Was sind Ihre nächsten Schritte für LESS?

DK: Zukünftig möchten wir für LESS stärker in die Akquise gehen und langfristig Kunden gewinnen. Unser Portfolio umfasst auch die Gestaltung von Magazinen. Dieses Geschäftsfeld möchten wir ausbauen, da wir die inhaltliche Auseinandersetzung sehr spannend finden.

LR: Wir müssen unbedingt präsenter werden, deswegen steht die Gestaltung unserer Webseite ganz oben auf unserer To-do-Liste.

Wie geht es bei Evolving Layout weiter?

DK: Aktuell befindet sich die Software im Beta-Status. Der Fokus liegt auf der marktreifen Entwicklung und der Bekanntmachung in der Zielgruppe. Der Einsatz ist zukünftig geplant, selbstverständlich auch in der eigenen gestalterischen Arbeit.

Was können Sie Gründungsinteressierten mit auf den Weg geben?

DK: In der Öffentlichkeit werden häufig nur erfolgreiche Startups gezeigt. Viele, die scheitern, sind nicht sichtbar – und das ist ein nicht geringer Prozentsatz. Gründen ist eine sehr individuelle Sache, jeder muss für sich persönlich entscheiden, ob das der richtige Weg ist. Wichtig ist es, auf sein eigenes Wohlbefinden zu achten und sich selbst nicht zu vernachlässigen. Zudem sollte die Familie mitziehen.

LR: Da stimme ich zu, aber ich bin der Meinung, dass wir hier in Mainz sehr viele positive Beispiele haben, bei denen eine Gründung gut funktioniert hat. Natürlich ist eine gute Balance zwischen Arbeit und Erholungsphasen essentiell.

DK: Ein Gründer braucht gute Leute um sich, die das Projekt von außen betrachten und in der Lage sind, die Wahrheit zu sagen, gerade bei innovativen Ideen. Das EXIST-Gründerstipendium hat mir für meine Selbstständigkeit viel mit auf den Weg gegeben: Ich denke wirtschaftlicher und plane strategischer. Zudem bin ich offener für das Thema Vertrieb geworden und kenne die Notwendigkeit, sich selbst und das eigene Produkt gut zu verkaufen. Aber vor allem das Schreiben des Businessplans hat mich vorangebracht. Mein Blick wurde geweitet, vom Grafiker hin zum Kreativunternehmer.

„Das Schreiben des Businessplans hat mich vorangebracht. Mein Blick wurde geweitet, vom Grafiker hin zum Kreativunternehmer.“

live at less studio /mz 09. – 21. mai di/mi 21–23 uhr

molecular cl

live at less studio /mz 09. – 21. mai di/mi 21–23 uhr

molecular cloud

nebular
protostar
herbig
bok
debris
exocomet
big bang
multiverse

molecular cloud

nebular
protostar
herbig
bok
debris
exocomet
big bang
multiverse



live at less studio /mz 09. – 21. mai di/mi 21–23 uhr

nebular
protostar
herbig
bok
debris
exocomet
big bang
multiverse

molecular cloud

Ein Schritt in die Selbstständigkeit ist am Anfang immer eine persönliche Einschränkung

Möhren Milieu

**Daniel Kalbfuß, Student an der Hochschule Mainz,
Kommunikationsgestaltung, und Sarah Tritschler,
Studentin an der Johannes Gutenberg-Universität
Mainz, Englisch und Philosophie für das Lehramt,
Gründerin und Gründer von Möhren Milieu**

Daniel Kalbfuß hat bereits einige Erfahrungen im selbstständigen Arbeiten durch kleinere Projekte, in einem Verlag und in der Mitgestaltung eines Designfestivals, gesammelt. Die Idee zu Möhren Milieu basiert auf dem Konzept der veganen Ernährung und nachhaltiger Lebensart. Begonnen hat es dann vor etwa zwei Jahren mit einem Foodtruck auf öffentlichen Veranstaltungen in Mainz und Umgebung. Die offizielle Gründung erfolgte mit der Eröffnung des Cafés in der Neustadt im Mai 2014, was auf großen Zuspruch seitens der Kunden traf. Mittlerweile besteht das Team des Möhren Milieus aus zehn Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die beiden Gründern miteinbezogen. Auf Facebook hat Möhren Milieu mittlerweile 5500 Follower und das Interesse sowie der Kundenstamm erweitern sich stetig. Die Idee für das Möhren Milieu wurde

auf einer Fachschaftsveranstaltung an der Hochschule Mainz geboren, bei der die beiden Gründer an einem Stand veganen Essen angeboten haben. Die Resonanz war groß und führte zu der Überlegung, sich nachhaltig mit der Thematik auseinanderzusetzen. Zumal sie sich selbst seit längerer Zeit vegan ernährten. Mit dem vollwertigen und frischen Essensangebot sollten auch Menschen mit Lebensmittelunverträglichkeiten angesprochen werden. Nachdem das Filmfest „Reflecta“ eine Anfrage für einen veganen Essensstand gestellt hatte und weitere Aufträge auf verschiedenen Veranstaltungen in Aussicht standen, wurde der Foodtruck gekauft und in Eigenarbeit für den Straßenverkauf und als Werbemittel umgebaut. Die Nachfrage stieg immer mehr, das Angebot wurde erweitert und an die Bedürfnisse der Kunden angepasst. Mit der Eröffnung des Cafés am 31. Mai 2014



wurde das Möhren Milieu schließlich in der Mainzer Neustadt sesshaft. Zu den Räumlichkeiten des Cafés zählt mittlerweile auch ein kleiner Shop. Dort werden vegane Kochbücher und Lebensmittel zum Verkauf angeboten. Das Mobiliar besteht aus vollständig „upgecyclten“ Ressourcen. Außerdem wird die Idee der Nachhaltigkeit mit einem festgelegten Kontingent an Essensvorräten weitergelebt: sind diese aufgebraucht, gibt es kein weiteres Angebot an Speisen, um unnötigen Abfall zu vermeiden. Dies trifft manchmal noch auf Unverständnis bei den Kunden, ist jedoch Bestandteil der Geschäftsidee. Außerdem können Kunden, welche ihre eigenen wiederverwendbaren Aufbewahrungsmittel mitbringen, einen Rabatt von zehn Prozent erhalten. Damit haben die Gründer ihr eigenes Mehrwegsystem entwickelt. Seit kurzem werden auch Vorträge im Café zu unterschiedlichen Themen rund um vegane Ernährung und nachhaltig ökologischem Umgang mit Lebensmitteln und Ressourcen veranstaltet.

Die Gründer und Mitarbeiter unterstützen außerdem einige Projekte, für die von jeder gearbeiteten Stunde ein Geldbetrag gespendet wird. Ein Beispiel da-

für ist die Zusammenarbeit mit einer solidarischen Landwirtschaft, von welcher Möhren Milieu einen Großteil seines Gemüses bezieht.

Das Möhren Milieu ist weiterhin mit dem Foodtruck auf städtischen Volksfesten vertreten, wie dem Mainzer Weinmarkt und dem Musikfestival Open Ohr, was eine gute Kundenakquise für das Café darstellt.

Die Selbstständigkeit wird von den Gründern in vielerlei Hinsicht noch als eine große Herausforderung gesehen, da sie sich stetig weiterentwickeln möchten und dabei auf immer neue Hindernisse stoßen. Dazu zählen die kleineren Baustellen wie beispielsweise die Kommunikation mit der Hausverwaltung und den Lieferanten sowie die laufende Buchhaltung. Häufig besteht das Problem, dass viele Absprachen nötig sind, da man sich auch mit einer Gründung verpflichtet und in Abhängigkeiten be-

gibt. Für das Möhren Milieu lässt sich sagen, dass sich aus dem kleinen Nebenverdienst und „just for fun“ während der Studienzeit ein Full-Time-Projekt entwickelt hat, welches die beiden Gründer mit viel Leidenschaft und Energie betreiben und in



KÖPFE

Daniel Kalbfuß
Student Kommunikationsgestaltung und
Sarah Tritschler
Studentin Englisch und Philosophie für das Lehramt

SEIT

Mai 2014



NAME & KONTAKT

Möhren Milieu
Adam-Karrillon Straße 5
55118 Mainz
Telefon: 06131 / 89 00 842
Mail: hallo@
moehren-milieu.de
www.moehren-milieu.de

TEAM

Derzeit sind etwa zehn Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt (inkl. der Aushilfen)

ENGAGEMENT

Daniel Kalbfuß und Sarah Tritschler geben gerne Ratschläge und Tipps an potenzielle Gründerinnen und Gründer weiter.

das sie täglich viel Arbeit und Zeit investieren. Viel Unterstützung haben sie seitens der Familie, von Freunden oder sogar Kunden erhalten, die ein offenes und ehrliches Feedback geben und dabei an der Konzeptverbesserung mitwirken. Die Zielgruppe sind ernährungsbewusste Personen, von jung bis alt, die von einer nachhaltigen Lebensweise überzeugt sind. Viele Berufstätige machen ihre Mittagspause im Café. Somit ist das Klischee als hippes Café, welches hauptsächlich Studierende und junges Publikum bedient, nicht unbedingt übertragbar. Viele Ältere suchen sich auch besonders in der Winterzeit nachmittags ein Plätzchen im Café, um in Ruhe eine Tasse heißen Tee zu trinken und ein Stück Kuchen zu essen. Das Möhren Milieu hat auch einige Stammkunden, die einen weiteren Weg auf sich nehmen, aufgrund des veganen und nachhaltigen Essen- und Lebensmittelangebotes.

Das Geschäft ist sehr saisonabhängig und daher werden die Gründer versuchen, weitere Standbeine aufzubauen. Der Foodtruck ist weiterhin auf Festivals und Weihnachtsmärkten unterwegs. Der Winter hat den Vorteil, dass sich die Kunden gerne im Café ein wenig aufwärmen und leckeres Essen genießen. Außerdem sind vegane Kochbücher als Weihnachtsgeschenk sehr gefragt.

Möhren Milieu bietet inzwischen auch ein veganes Catering für kleine Veranstaltungen an. Koch-Workshops mit dem Hintergrund eines „Social Events“ sollen das Angebot erweitern. Mittlerweile sind Qualitätsstandards festgelegt worden, die es zu optimieren gilt. Dazu zählt beispielsweise, dass auf lange Sicht festes Personal statt Aushilfen eingesetzt werden sollen, um den Wiedererkennungswert des Möhren Milieus zu steigern.

Für die beiden Gründer bedeutet ein Schritt in die Selbstständigkeit, insbesondere zu Beginn, eine persönliche Einschränkung - in finanzieller Hinsicht sowie im Privatleben. Es ist wichtig, dass Gründungsinteressierte selbst von dem Gedanken oder der Idee überzeugt sind, denn nur so können die Ziele mit Leidenschaft und Energie verfolgt werden. Geduld und Durchhaltevermögen sind ausschlaggebend, da es eine Zeit lang dauert, bis sich nach all den Mühen der Erfolg einstellt. Studierenden, die schon frühzeitig mit dem Gedanken spielen, zu gründen, rät das Team, schon in der Studienzzeit mit dem Selbstständig werden zu beginnen, dies hat besonders versicherungstechnische Vorteile.

Die Gründer des Möhren Milieus möchten ein Projekt ausarbeiten, welches Gründern das Leben erleichtern könnte. Dieses soll eine Art Tauschbörse für Selbstständige darstellen, zur gegenseitigen Unterstützung und gemeinsamen Nutzung von Ressourcen.



„Es ist wichtig, dass Gründungsinteressierte selbst von dem Gedanken oder der Idee überzeugt sind, denn nur so können die Ziele mit Leidenschaft und Energie verfolgt werden.“

2

**NATUR-, INGENIEUR-,
LEBENSWISSENSCHAFTEN
UND MEDIZIN**

Selbst das eigene Umfeld gestalten

Praxis für Innere- und Allgemeinmedizin

Dr. Michel R. Abdollahnia, Alumnus der Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Studium der Humanmedizin, Facharzt für Innere Krankheiten und Allgemeinmedizin. Seit 2007 hat er eine eigene Praxis in der Mainzer Innenstadt.

Schon als Kind sah Dr. Abdollahnia viele Medizinsendungen für Kinder und war von der menschlichen Anatomie fasziniert. Früh stand somit fest, dass er Medizin studieren und Arzt werden wollte.

Nach seinem abgeschlossenen Medizinstudium verfolgte Dr. Abdollahnia zunächst eine Kliniklaufbahn. Doch nach drei Jahren Erfahrung als Stationsarzt der Inneren Medizin mit Schwerpunkt Gastroenterologie zweifelte Dr. Abdollahnia, ob für ihn die Klinikkarriere, inklusive dem großen Anteil an wissenschaftlichen Forschungsarbeiten und dem Stressfaktor „Schichtdienst“ auf Dauer eine berufliche Perspektive darstellen konnte. Zudem verspürte er den Wunsch, ganzheitlich am Patienten zu arbeiten und nicht nur auf ein Teilgebiet spezialisiert zu bleiben. Da der Arbeitsbereich der

Allgemeinmedizin neben der Grundversorgung aller Patienten mit körperlichen und seelischen Gesundheitsstörungen in der Akut- und Langzeitversorgung auch wesentliche Bereiche der Prävention und Rehabilitation beinhaltet, weckte diese Perspektive sein Interesse. So erweiterte er sein Behandlungsspektrum mit den Expertisen Hypertensiologie (Bluthochdruckbehandlung) und Reisemedizin und verwirklichte sich letztendlich im Hausarztbereich.



NAME & KONTAKT

Praxis für Innere- und Allgemeinmedizin
Ludwigsstraße 4
55116 Mainz
Telefon: 06131 / 22 46 56
Mail: michelabd@gmx.de
www.praxis-abdollahnia.de



„Man ist plötzlich nicht mehr nur Mediziner, sondern zusätzlich Unternehmer und trägt somit die volle Verantwortung – für seine Patienten und sein Unternehmen.“

Dr. Abdollahnia entschied sich, eine bestehende Praxis zu übernehmen, da er dort eine funktionierende Praxisorganisation mit einem gut eingespielten Team und einem festen Patientenstamm vorfand. Natürlich stellt auch eine Praxisübernahme ein komplexes Vorhaben dar und es können ungeahnte Probleme auftauchen. Eine rechtzeitige und gewissenhafte Planung ist auch dabei sehr wichtig. Nach dieser Entscheidung stellte Dr. Abdollahnia fest, dass die größten Herausforderungen der Selbstständigkeit für einen Mediziner nicht in der dazugehörigen Facharztausbildung oder der damit verbundenen Praxisarbeit bestehen. Vielmehr liegt die Herausforderung in der Aufbringung des Mutes, den Schritt in die Selbstständigkeit und in die eigene Praxis zu wagen. Man ist plötzlich nicht mehr nur Mediziner, sondern zusätzlich Unternehmer und trägt

somit die volle Verantwortung – für seine Patienten und sein Unternehmen. Die Arbeitsbelastung ist nicht zu unterschätzen, da neben den terminierten Patienten täglich mehrere Personen als Notfälle die Praxis aufsuchen und sofort behandelt werden müssen. Zusätzlich zu der bestehenden Arbeitsbelastung ist der wirtschaftliche Druck nicht zu unterschätzen, zumal von der Kassenärztlichen Vereinigung eine wirtschaftliche Therapie erwartet und auch regelmäßig geprüft wird. Mit der Zeit hat sich der Patientenstamm der Praxis merklich erweitert. Dr. Abdollahnia kann sich durchaus vorstellen, die Räumlichkeiten zu vergrößern und eventuell noch Kollegen einzustellen. Dadurch könnte er sein Therapiespektrum erweitern und optimieren. Dr. Abdollahnia sagt, Hausarzt ist ein schöner Beruf, der gleichzeitig sehr

Dr. med. Michel Reza Abdollahnia
Studium der Humanmedizin an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Übernahme der Praxis zum
01.01.2007 von
Dr. Med. H.-W. Regner

TEAM

Aktuell sind fünf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt.

abwechslungsreich und herausfordernd ist, da die ganzheitliche Therapie am Patienten sehr reizvoll ist. Trotz der großen Verantwortung und Belastung ist es das Ziel von Dr. Abdollahnia, stets positiv zu bleiben, denn die schönen Aspekte des Berufes als Hausarzt würden noch immer überwiegen. Es ist alles eine Frage der Organisation und Routine. Im Laufe der Zeit ist man mit allen Abläufen vertraut und hat als Selbstständiger die Möglichkeit, sein Umfeld selbst zu gestalten und selbst zu bestimmen. Arzt sein ist für Menschen wie Dr. Abdollahnia ein Traumberuf.



„Eine Praxisübernahme stellt ein komplexes Vorhaben dar und es können ungeahnte Probleme auftauchen. Eine rechtzeitige und gewissenhafte Planung ist auch dabei sehr wichtig.“



Firmengründung bedeutet, den Weg während des Sprints zu asphaltieren

Ganymed Pharmaceuticals AG

PD Dr. med. Özlem Türeci, Studium der Humanmedizin sowie Mitgründerin und Vorstandsvorsitzende von Ganymed Pharmaceuticals AG

Ganymed Pharmaceuticals AG ist im Bereich der Antikörper-Forschung tätig und ein unabhängiges, forschendes Biotechnologieunternehmen in Mainz. Es wurde 2001 gegründet und beschäftigt derzeit 80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die wissenschaftlichen Gründer Özlem Türeci, Prof. Dr. Ugur Sahin, Prof. Dr. Christoph Huber, Prof. Dr. Rolf Zinkernagel und Prof. Dr. Hans Hengartner kommen von den Universitäten in Mainz und Zürich. Ihr Ziel ist die Entwicklung neuer Therapiemöglichkeiten für die Krebsbehandlung. Ganymed Pharmaceuticals AG entwickelt hochwirksame Immuntherapeutika gegen neuartige Zielstrukturen zur Behandlung von Krebserkrankungen. Diese neue Klasse von Arzneimitteln, die „Ideal Monoclonal Antibodies“ (IMABs), binden in den Tumorzellen ganz spezifisch an von den Gründern entdeckte und patentierte Zielstrukturen von Krebszellen, den sogenannten Oberflächenmarkern, mit der Folge, dass die Tumorzellen vom Immunsystem abgetötet werden. Die Tumoren sollen dadurch verkleinert werden oder im besten Fall ganz verschwin-

den. Der Vorteil an dieser Therapie ist, dass gesunde Zellen dabei nicht geschädigt werden, da sie diese speziellen Oberflächenmarker nicht aufweisen. Als Dr. Özlem Türeci und Prof. Dr. Ugur Sahin in der inneruniversitären Forschung die ersten Zielstrukturen von Krebszellen identifizieren konnten, wurde der Stein ins Rollen gebracht. Es sollte durch neuartige Medikamente Krebspatienten ermöglicht werden, die Lebenserwartung zu erhöhen und den Krebs zu besiegen. Um jedoch die Entwicklung nach Industriestandard nachhaltig voranzubringen, die ersten potenziellen Medikamente zu erhalten und vor allem die darauffolgenden klinischen Studien zu finanzieren, benötigte das Team Kapital. Zwar wollten die Wissenschaftler mit ihrer gewohnten Arbeit fortfahren, jedoch wurde sehr schnell klar, dass das Vorhaben und dessen Umsetzung an einer Universitätsklinik aufgrund des sehr hohen Kapitalbedarfs und des notwendigen pharmazeutisch-industriellen Rahmens nicht möglich waren. So



NAME & KONTAKT

Ganymed Pharmaceuticals AG
An der Goldgrube 12
55131 Mainz
Telefon: 06131 / 14 40-100
Mail: info@ganymed.ag
www.ganymed-pharmaceuticals.com

KÖPFE

Das Unternehmen ist eine Ausgründung der Universitäten Mainz und Zürich. Gründer sind die Mediziner und Forscher Dr. Özlem TÜRECI, Prof. Dr. Ugur Sahin, Prof. Dr. Christoph Huber, Prof. Dr. Rolf Zinkernagel und Prof. Dr. Hans Hengartner.

Als Vorstände agieren **PD Dr. med. Özlem TÜRECI** (Studium der Humanmedizin; Vorstandsvorsitzende und medizinischer Vorstand) und **Dirk Sebastian** (Studium Engineering and Business Administration; Chief Financial Officer und Chief Operating Officer).

„Meine Motivation war jederzeit ethisch getrieben: Menschen zu helfen und Leben zu retten.“

SEIT

Ausgründung im Jahr 2001

versuchten die Wissenschaftler zunächst, die Medikamente mit finanzieller Unterstützung von Pharmafirmen zu entwickeln. Doch im Jahre 2001 war das Entwicklungsvorhaben der IMABs noch sehr visionär und keine angefragte Pharmafirma war in diesem frühen Entwicklungsstadium bereit, in eben dieses Vorhaben zu investieren und die späteren Gründer so zu unterstützen. Zu diesem Zeitpunkt war die Ausgründung mit Hilfe von Venture Capital-Gebern die einzige Möglichkeit. Obwohl der Wunsch nach Unternehmertum nie da war, wagte Dr. TÜRECI den Schritt in die Selbstständigkeit. Ihre Motivation dafür war jederzeit ethisch getrieben: Menschen helfen und Leben retten. Die damit verbundenen Herausforderungen lagen u.a. darin, dass kalkuliert werden musste, welches Kapital für was benötigt wird. Dr. TÜRECI hatte zu diesem Zeitpunkt bereits zahlreiche Erfahrungen in der erfolgreichen Drittmittelantragstellung gesammelt, aber bei der Erstellung eines Businessplans betrat sie mit ihren Mitgründern komplettes Neuland. Es kristallisierte sich sofort heraus, dass in der industriellen Forschung sehr schnell Millionenbeträge notwendig sein können. So musste beispielsweise eine ganze Bandbreite an verschiedenen Schritten in der Entwicklung international patentiert, Räumlichkeiten geschaffen, ein Businessplan erstellt sowie professionelle Hilfe herangezogen werden, die sich mit den betriebswirtschaftlichen und juristi-

schen Fragestellungen vor und nach der Gründung auskannte. All diese Bereiche werden in die Kalkulation eingebracht und berücksichtigt. Zusammengefasst lagen die Herausforderungen eindeutig in der Finanzierung sowie dem Weg in das Unternehmertum. Dr. TÜRECI sagt hierzu: „Die Entwicklung innovativer Medikamente ist teuer und langwierig. Ausgründungen, die sich dies zum Ziel gesetzt haben, haben es im risikoscheuen und wenig aktiven Kapitalmarkt-Umfeld in Deutschland nicht einfach. Risikokapitalgeber mit ausreichender Investitionskraft, die über die notwendigen langen Zeiträume investieren können und genug Erfahrung in diesem Sektor haben, um ihr Risiko richtig einzuschätzen und unternehmerische Entscheidungen der Firma mitzutragen, sind rar. Die zweite Herausforderung ist, als Gründer aus der Akademie kommend, ein Biotech-Unternehmen mit seinen besonderen und vielfältigen Herausforderungen aufzubauen. Ein guter Wissenschaftler oder Mediziner zu sein, reicht dann nicht mehr aus.“ Nachdem das Kapital über Venture Capital-Geber aus der Schweiz und aus Deutschland erfolgreich eingeworben war, konnte die Entwicklung der IMABs beginnen. Nach der Identifizierung der Zielstrukturen, wurden die dazugehörigen Antikörper, der potenzielle Wirkstoff, generiert. Dieser musste intensiv im Labor auf seine Wirkungen und die Verträglichkeit geprüft werden („prä-

klinische Phase“). Nur bei Unbedenklichkeit kann und darf ein Wirkstoff in der folgenden klinischen Prüfung weiter untersucht werden. Der erste Einsatz einer erfolgversprechenden medizinischen Behandlung am Menschen sollte immer eine klinische Studie mit dem Ziel sein, Wirksamkeit und Verträglichkeit neuer Therapien zu testen. Eine solche kann allerdings erst dann stattfinden, wenn ausreichend Daten (Toxizitätstest und Wirksamkeitsnachweis) in Form der präklinischen Studien für eine sichere Durchführung vorhanden sind und ein positives Votum der betroffenen Ethikkommission vorliegt. Die zwei Antikörper IMAB362 und IMAB027 der Ganymed haben bereits die Phase IIb bzw. die Phase I/II der klinischen Prüfung erreicht. Unter der Phase I versteht man die erste Anwendung des Arzneimittels am Menschen unter bestimmten Vorsichtsmaßnahmen, um die Sicherheit und Verträglichkeit zu prüfen und die notwendige Dosis einzuschätzen. Die Phase IIb dient dazu, im Vergleich zu der derzeitigen Therapie, herauszuarbeiten, ob Patienten von der neuen Substanz profitieren. Im Rahmen der Entwicklung eines neuen Therapieansatzes stellen die klinischen Studien den letzten Schritt in einer langen Entwicklung zum fertigen Medikament dar. Nach erfolgreich abge-

schlossener Phase II plant die Ganymed Pharmaceuticals AG eine Partnerschaft mit einem großen Pharmaunternehmen einzugehen, um die kostenintensive Phase III Testung zu durchlaufen. Eine Studie in der Phase III wird multinational in bis zu zwei Dutzend Ländern mit über 500 Krebspatienten durchgeführt und ist teuer und langwierig. Ziel der Phase III ist es, den Wirksamkeitsnachweis des Medikamentes gegenüber Placebos zu erbringen. Das Pharmaunternehmen würde auch die Kundenakquise und Vermarktung des zukünftigen Medikaments übernehmen. Die Hauptzielgruppe der IMABs sind zunächst Patienten mit fortgeschrittenem Magen- und Speiseröhrenkrebs oder fortgeschrittenem Eierstockkrebs. Im Erfolgsfall wird im zweiten Schritt die IMAB-Entwicklung auf weitere Krebsarten ausgedehnt. Dr. TÜRECI rät allen Gründungsinteressierten sich professionelle Unterstützung zu holen, aber die Verantwortung selbst zu übernehmen: „Es ist wie in Tolkiens 'Herr der Ringe': Der Ringträger zu sein, ist wenig glamourös, bedeutet persönliches Risiko und erfordert große Einsatzbereitschaft. Aber für innovative und forschende Unternehmen ist es wichtig, dass der Gründer diese Rolle übernimmt, voranzugehen, die Vision hochzuhalten und ihre Umsetzung zu betreiben.“

FÖRDERUNG

Das Unternehmen wird durch Risikokapital (institutionelle Fonds und private Investoren) finanziert und hat seit seiner Gründung 160 Millionen Euro Risikokapital für die Medikamentenentwicklung akquiriert. Dr. med.TÜRECI ist Vorsitzende und Mitinitiatorin des Clusters für individualisierte Immunintervention (Ci3 Gewinner des deutschen Spitzencluster-Wettbewerbs 2012), welches 80 Millionen Euro an Fördergeldern für die Region unter anderem auch die Ganymed einbrachte.

TEAM

Ganymed Pharmaceuticals AG beschäftigt zur Zeit ca. 80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

STATUS QUO

Derzeit läuft die Produktentwicklung der beiden Ideal Monoclonal Antibodies (IMABs) 027 und 362 für die Phasen I und IIb der klinischen Prüfung und weitere IMABs befinden sich in der Entwicklung.



Durch Innovation der Konkurrenz voraus sein

IndividualPlan GmbH

PD Dr. Dr. Dipl.-Kfm. Felix Koch, Alumnus der Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Studienabschluss in Humanmedizin und Zahnmedizin, Diplom-Kaufmann sowie Gründer von IndividualPlan GmbH

Herr Dr. Koch, Sie haben das Unternehmen IndividualPlan aus der Wissenschaft ausgegründet. Wie ist Ihre Idee entstanden und worum geht es bei Ihrem Unternehmen?

Aufgrund schwerwiegender Unfälle oder bei Tumorerkrankungen können den davon betroffenen Patienten Teile des Gesichtsknochens fehlen. Die Rekonstruktion bei knöchernen Gesichtsschädeldefekten ist eine Grundvoraussetzung für die funktionelle und meist auch ästhetische Wiederherstellung des Patienten. Gerade im Gesicht greifen Form und Funktion ineinander: Der Unterkiefer beispielsweise hält nicht nur die Zunge vor einem Zurückfallen und Verlegen der Atemwege ab, sondern trägt auch Implantate und die Zähne. Dabei stützt er in korrekter Verzahnung das Kiefergelenk und ist für Sprache sowie soziale Interaktion notwendig. Zur Re-

konstruktion stehen mehrere Verfahren zur Verfügung, wobei sich die Wahl des Verfahrens nach Größe und Lokalisation des Defekts, aber auch der allgemeinmedizinischen Belastbarkeit des Patienten richtet. Eine Möglichkeit besteht beispielsweise darin, Knochen aus anderen Teilen des Körpers zu entnehmen und durch einen mikrochirurgischen Gefäßanschluss zu transplantieren. Hierbei fiel mir auf, dass die am Markt üblichen Methoden lediglich Teilaspekte wie die Wiederherstellung der Gesichtsform betrachten, ungeachtet der Kieferfunktion. Mit Hilfe meiner Kollegen der Mund-, Kiefer- und Gesichtschirurgie in Mainz begann ich eine Methode zu entwickeln, welche die Rekonstruktion im Gesicht nicht nur in ganzem Umfang, das heißt Ästhetik und Funktion, sondern auch insgesamt einfacher gestaltet. Wir wollten erreichen, dass Operationen

beispielsweise unabhängig von spezialisierten technischen Laboren auch an anderen Krankenhäusern erfolgen können, solange dort mikrochirurgische Operationstechniken beherrscht werden. Dabei entstand ein Planungsalgorithmus, der virtuell die Transplantate und Implantate, wie auch Zähne ineinanderfügt. Damit die Planung Realität wird, wird dem Operateur eine Säge- und Implantatführungsschablone an die Hand gegeben, die per 3D-Druck hergestellt wurde. Zudem können wir neben der knöchernen Transplantation auch den prothetischen Zahnersatz per Druckertechnik integrieren, damit nicht nur die knöchernen Rekonstruktionen vorgenommen werden, sondern auch die kaufunktionelle Rehabilitation möglich ist.

Um unsere Methode auch anderen Krankenhäusern außerhalb der Universitätsmedizin Mainz zur Verfügung zu stellen, gründete ich mit meinen Partnern die IndividualPlan GmbH. Unser Ziel ist es, Chirurgen bei der Planung und Umsetzung individueller Rekonstruktionen im Gesichtsbereich mit speziellen Techniken (CAD/CAM-Techniken) zur Seite zu stehen. Wir können mit unseren speziellen Programmen der virtuellen Planung Operationen konzipieren und somit die chirurgische Umsetzung erleichtern. Nur ein Jahr nach der Gründung in Deutschland im Jahr 2013 sind wir glücklich, mit IndividualPlan in diesem Jahr auch nach

Indien zu expandieren, um auch dort den Chirurgen die Möglichkeit einer CAD/CAM-gestützten Rehabilitation der dort sehr häufig auftretenden Karzinome der Mundhöhle zu bieten.

Was hat Sie dazu motiviert, sich selbstständig zu machen? Und welche waren die wichtigsten Meilensteine?

Zunächst stand natürlich die Verbreitung der Technik im Vordergrund. Wie schon gesagt, wollen wir auch Chirurgen außerhalb von Mainz die Möglichkeit geben, ihre Patienten mittels der von uns entwickelten Technik bestmöglich zu versorgen. Dafür galt es, einige Hürden zu nehmen. Eine solche war das Finden von Ansprechpartnern für unsere verschiedenen Fragestellungen. Zum einen mussten wir die Vorgaben des aktuellen Arbeitgebers berücksichtigen, wie beispielsweise die Anzeige einer Nebentätigkeit. Zum anderen standen plötzlich Fragen im Raum, wie: „Mittels welcher Rechtsform gründen wir aus?“ oder „Wie beeinflusst die Wahl der Rechtsform der Firma die Steuerabgabe?“. Wir haben eine Homepage erstellt. Ebenso mussten Räumlichkeiten organisiert werden, in welchen wir unseren ersten 3D-Drucker aufstellen konnten. Ein Firmensitz wurde etabliert. Nach dem ersten Auftrag verhandelten wir mit den Krankenkassen über die

PD Dr. Dr. Dipl.-Kfm. Felix Koch

Studienabschlüsse als Diplomkaufmann für Betriebswirtschaftslehre an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz und Gesamthochschule Hagen, in Humanmedizin an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz und Zahnmedizin an der Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn



NAME & KONTAKT

IndividualPlan GmbH
Parkstraße 39
65189 Wiesbaden
Mail: info@
individualplan.eu
www.individualplan.eu

SEIT

Im Jahr 2013 Ausgründung der Universitätsmedizin der Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Kostenübernahme der Implantate. All diese Dinge stellen für uns größere oder kleinere Meilensteine dar.

Wo lagen aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen auf dem Weg in die Selbstständigkeit?

Die größte Herausforderung bestand wohl darin, das nötige Handwerkszeug für die bevorstehende Gründung zusammenzutragen. Wenn die Entscheidung für eine Gründung getroffen wurde, ist nur noch das „wie“ zu beantworten und nicht mehr das „ob“.

Welche Zielgruppe haben Sie, und wie machen Sie Akquise?

Momentan läuft unser Produkt unter den „Regelungen des Medizinproduktegesetzes (MPG) für Produkte aus Eigenherstellung“. Das bedeutet, dass

wir unser Medizinprodukt nicht außerhalb von Gesundheitseinrichtungen in den Verkehr bringen. Unser Produkt ist eine individuelle Sonderanfertigung und wird nach spezifischen Auslegungsmerkmalen eigens für einen namentlich benannten Patienten angefertigt. Natürlich unterliegt unser Produkt auch den grundlegenden Anforderungen

„Wenn die Entscheidung für eine Gründung getroffen wurde, ist nur noch das ‚wie‘ zu beantworten und nicht mehr das ‚ob‘.“

des MPG, jedoch durchläuft es momentan kein Konformitätsbewertungsverfahren und trägt noch kein CE-Kennzeichen. Das bedeutet zusammenfassend, dass wir unsere Akquise momentan nur im Bereich von Gesundheitseinrichtungen mit Forschungsaufträgen machen, unser Produkt auch nur dort vertreiben und in dem gesamten Prozess als Ärzte involviert sind. Wenn die CE-Zertifizierung erfolgt ist, können wir unsere Zielgruppe erweitern und expandieren.

Team in Bangalore (Indien)



TEAM

Aktuell sind fünf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Deutschland und Indien beschäftigt.

Hierzu stehen wir bereits mit dem Regierungspräsidium Hessen in Kontakt.

Was sind Ihre nächsten Schritte?

Der nächste große Schritt wird in der Zulassung unserer Planungsschablonen als Medizinprodukt bestehen, um unsere Medizinprodukte auch außerhalb von Lehrkrankenhäusern vertreiben zu können. Auch hierbei werden wir wieder Unterstützung benötigen. Sobald die Zulassung erfolgt ist, möchten wir unser Produkt dementsprechend vermarkten und werden hierfür Personal einstellen, eine Außendienstkooperation eingehen und mit IndividualPlan weiter expandieren.

Was können Sie Gründungsinteressierten mit auf den Weg geben?

Man sollte durch Innovation und Schnelligkeit der Konkurrenz immer fünf Schritte voraus sein. Nur so ist man als kleines Startup den etablierten Unternehmen langfristig am Markt überlegen.

„Man sollte durch Innovation und Schnelligkeit der Konkurrenz immer fünf Schritte voraus sein.“





Es braucht die Bereitschaft, die persönlichen Grenzen zu dehnen

K.T.E. Coaching

**Dr. Silke Oehrlein-Karpi, Alumna der Johannes
Gutenberg-Universität Mainz, Studium der
Biologie, und seit einigen Jahren mit K.T.E. Coaching
erfolgreich selbstständig**

**Frau Dr. Oehrlein-Karpi, Sie sind
promovierte Biologin und haben
sich nach langjähriger Tätigkeit in der
Forschung selbstständig gemacht. Wie
ist Ihre Idee entstanden und warum
geht es bei Ihrem Unternehmen?**

Ich habe nach meinem Biologie-Studium, während meiner Zeit als Doktorandin und Postdoktorandin, an zwei verschiedenen Instituten der Universität Mainz im Bereich der medizinischen Grundlagenforschung gearbeitet. Ich war als Projektleiterin in einer Führungsposition und hatte bis zu fünf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Um meine Führungskompetenzen weiter zu entwickeln, habe ich damals ein Coaching in Anspruch genommen. Dieses Instrument der professionellen persönlichen Weiterbildung hat mir sehr gut gefallen. Im Rahmen eines Kompetenzen-Bilanz-Coachings habe ich anhand meiner Kompetenzen

erkannt, dass meine bisherige Tätigkeit nicht ganz meinem Profil entspricht. Ich habe festgestellt, dass ich ein unternehmerisches Profil habe. Der erste Gedanke war, dass ich mich selbstständig mache, ohne konkrete Idee, womit. Anschließend habe ich an dem Frauenförderprogramm SHE! „Selbstständig Handeln Existenzgründen“ der HWK Rheinhessen teilgenommen. Dort habe ich sehr viel zum Thema Gründung gelernt und die Idee entwickelt, die Themen Wissenschaft und Coaching zusammenzubringen.

Da ich aus der Wissenschaft komme, war meine Idee, dass meine Zielgruppe Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sind. Ich habe es damals als mein Alleinstellungsmerkmal angesehen, dass ich diese Feldkompetenz mitbringe. Ich biete eine beratende Dienstleistung an. Im Grunde genommen geht es um kompe-

tenzorientierte Persönlichkeits- und Karriereentwicklung in Form von Trainings und Coachings, sowohl für Einzelpersonen als auch für Gruppen. Inhaltliche Themen sind beispielsweise: Karriereplanung, Kommunikation und Konfliktmanagement, Leitung/Führung, Existenzgründung, Networking, Projektmanagement, Selbstführung, Selbstpräsentation, Selbstmarketing und Zielfindung.

Was hat Sie dazu motiviert, sich selbstständig zu machen? Und welche waren die wichtigsten Meilensteine?

Innerhalb der Wissenschaft konnte ich kommunikative, soziale und beratende Kompetenzen sowie meine Freude an Austausch und Interaktion mit anderen Menschen nicht in dem Umfang ausleben, wie ich es mir gewünscht hätte. In der Forschung braucht es Spezialistentum, das war mir irgendwann zu eng. Da ich eher eine Generalistin bin, wollte ich meinen beruflichen Fokus lieber breiter auf das Verhalten von Personen und ihren Umgang miteinander richten. Es liegt mir, unmittelbar mit Menschen und ihren herausfordernden Situationen zu arbeiten. Mein Wunsch nach Veränderung meiner beruflichen Situation und meine Werte haben mich

letztlich dazu motiviert, den Schritt in die berufliche Selbstständigkeit zu machen.

Der erste Meilenstein war das Schreiben des Businessplans. Der zweite Meilenstein war mein Außenauftritt mit einer eigenen Webseite. In diesem Zusammenhang steht auch das Selbstmarketing. Man kann das als eine Art Schlüssel-Schloss-Prinzip verstehen, denn es ist wichtig, dass man sich auf das Gegenüber einlässt. Ich habe dabei gelernt, dass sich mein Profil den Wünschen und Bedürfnissen der potenziellen Kunden anpassen muss, sonst erreiche ich sie nicht. Ich darf dabei aber nicht meine Authentizität verlieren. Ich fungiere für meine Zielgruppe mittlerweile als passgenauer Schlüssel oder Türöffner im Bereich der vorher genannten Themen. Verbiegen tue ich mich dafür nicht.

„Ich habe gelernt, dass sich mein Profil den Wünschen und Bedürfnissen der potenziellen Kunden anpassen muss, sonst erreiche ich sie nicht. Ich darf dabei aber nicht meine Authentizität verlieren.“

Es bleibt eine Herausforderung, diese Balance zu halten.

Wo lagen aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen auf dem Weg in die Selbstständigkeit?

Eine große Herausforderung als selbstständige Unternehmerin ist, dass man immer wieder den Mut braucht, ins kalte Wasser zu springen. Es braucht die Bereitschaft, die persönlichen Grenzen zu dehnen.

Dr. Silke Oehrlein-Karpi
Studium der Biologie und anschließende Promotion und Postdoc-Stelle an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz

2008

Die Ziele des Businessplans wurden nach etwa vier Jahren erreicht.



NAME & KONTAKT

K.T.E. Coaching
Alte Mainzer Str. 49A
55129 Mainz
Telefon: 06131 / 95 03 216
Mail: info@kte-coaching.de
www.kte-coaching.de

ENGAGEMENT

Im Rahmen des Projekts SHE! habe ich ein Jahr nach meiner Gründung bestimmte thematische Workshops für Gründerinnen gehalten. Aktuell gebe ich Workshops zum Thema „Selbstständigkeit als Karriereoption - eine Kompetenzanalyse“ für das Gründungsbüro Mainz. Außerdem stehe ich bei Bedarf als Mentorin im Gründungsbüro Gründungsinteressierten zur Verfügung.

Schwierig ist auch der Umgang mit Feedback. Ich musste lernen, sowohl positives als auch negatives Feedback auszuhalten. Durch meine Selbstständigkeit identifiziere ich mich stärker mit dem, was ich beruflich tue. Auf der einen Seite bedeutet dies, dass Feedback persönlicher wird und Kritik einen stärker trifft. Allerdings kann man sich nur so verbessern und weiterentwickeln. Auf der anderen Seite musste ich auch erst lernen, mit den Früchten, die ich ernte, respektvoll umzugehen und sie angemessen wertzuschätzen. Daraus erwachsen Befriedigung und die Motivation, weiter zu machen.

Welche Zielgruppe haben Sie, und wie machen Sie Akquise?

Ich arbeite mit meinem Unternehmen deutschlandweit an Universitäten und Hochschulen für alle im Wissenschaftsbereich tätigen Personen, angefangen von Promovierenden bis zur Professorenschaft. Zudem biete ich Coachings für Medizinerinnen und Mediziner an. Zunächst habe ich herausgefunden, dass es verschiedene Einrichtungen gibt, die für mich in Frage kommen, wie zum Beispiel Career Services, Graduiertenkollegs, Mentoring-Programme und Personalentwicklungen. Am

Anfang habe ich Akquise tatsächlich kalt betrieben, indem ich in ganz Deutschland bei Hochschulen angerufen habe.

Beim Projekt SHE! der HWK Rheinhessen habe ich auch Kurse besucht, um solche Dinge zu erlernen. Das war ganz wichtig, um die Hemmschwelle dafür zu verlieren. Ich habe zum Beispiel gelernt, Telefonakquise nur an Tagen zu machen, an denen ich mich rundherum wohl fühle und voll hinter mir und meiner Arbeit stehe. Ansonsten ist es Zeit- und Energieverlust und nicht erfolgreich. Seit letztem Jahr mache ich fast gar keine Kaltakquise mehr. Das Unternehmen läuft nach vier Jahren weitestgehend über Empfehlungen. Ich habe jetzt ein funktionierendes Netzwerk.

Was sind Ihre nächsten Schritte?

Ich sehe, dass die Nachhaltigkeit der Arbeit mit meinen Klientinnen und Klienten größer ist, wenn ich prozesshaft mit ihnen arbeiten kann, indem ich zum Beispiel Workshops zu bestimmten Themen kombiniert mit Follow-up Formaten wie beispielsweise Einzel- oder Gruppencoachings durchführe. Solche Settings möchte ich zukünftig häufiger anbieten.

Was können Sie Gründungsinteressierten mit auf den Weg geben?

Auf jeden Fall sollte man alle Informationen zum Thema Gründung, die von den verschiedensten Einrichtungen angebo-

ten werden, in Anspruch nehmen. Zum Beispiel aus den Bereichen Steuern, Finanzen, Betriebswirtschaft, Selbstmarketing und Networking. Das bedeutet aber auch, rauszugehen, aktiv zu werden, bestehende Ressourcen zu nutzen und keine Scheu vor Konkurrenz zu haben. Es gibt genügend Kunden für alle. Energie in das eigene Alleinstellungsmerkmal stecken und loslegen! Selbstständigkeit ist eine permanente Konfrontation mit sich selbst. Man stößt ständig an seine eigenen Grenzen. Dadurch wird das Thema Selbstführung sehr wichtig. Eine

Begleitung in Form von Coaching oder Supervision beschleunigt den Prozess der Unternehmensgründung. Es hilft, verschiedene Aspekte zu sortieren und dadurch zielgerichtet weitergehen zu können. Die Bereitschaft, an sich selbst zu arbeiten, und der Wille zur Selbstreflexion sind für Selbstständige deshalb bedeutend. Zum Thema Selbstführung gehört allerdings auch dazu, dass man von Anfang an einen gesunden Ausgleich zur Arbeit schafft, wie zum Beispiel Sport, Familie oder Freunde.

„Meine Zukunft als Gründerin“ (16.08.2012)





Misserfolge sind keine Sackgasse, sondern wichtige Lernprozesse!

ORGLMEISTER Infrarot-Systeme GmbH & Co. KG

Interview mit Diplom-Ing. Albert Orglmeister, Alumnus der Hochschule Mainz, Gründer und Geschäftsführer ORGLMEISTER Infrarot-Systeme GmbH & Co. KG

Herr Orglmeister, als Ingenieur haben Sie ein Unternehmen gegründet. Wie ist Ihre Idee entstanden und worum geht es bei Ihrem Unternehmen?

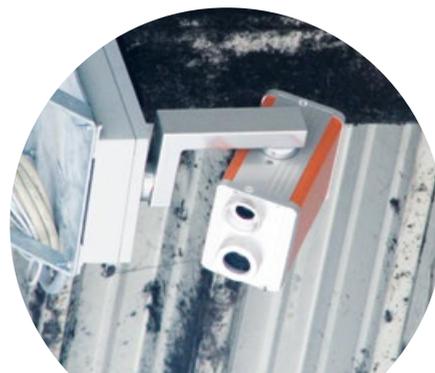
Am Anfang hatte ich nur die Idee im Kopf, dabei aber kein Geld und keine Werkzeuge, mit denen ich diese am besten umsetzen konnte. Heute bin ich mit meiner Firma ORGLMEISTER Infrarot-Systeme GmbH & Co. KG Spezialist für Infrarot-Brandfrüherkennungs-Systeme. Wir entwickeln intelligente Brandfrüherkennungs-Systeme und bieten branchenspezifische Systemlösungen an. Unsere Systeme sind ein innovativer Fortschritt auf diesem Markt: Statt Rauch und Feuer zu detektieren, reagieren unsere Systeme bereits bei einer „ungewöhnlichen“ Temperatur. Wenn es beispielsweise um die Überwachung von Recycling-Material geht, löst unser System bereits bei 90 Grad aus. Bei normaler La-

gerung dieser Materialien können 90 Grad nicht entstehen und weisen daher auf eine Vorstufe eines Brandes hin. Diese Art der Früherkennung in Verbindung mit einem automatischen Löschesystem zur gezielten Erstbekämpfung ist innovativ und wesentlich sicherer, da ausschließlich die heiße Stelle gelöscht bzw. gekühlt und ein Großbrand verhindert wird. Im Bereich der Infrarot-Brandfrüherkennungs-Systeme haben wir als Besonderheit zwei europäische Patente. Das Unternehmen ORGLMEISTER Infrarot-Systeme ist nach DIN EN ISO 9001 zertifiziert. Da es für unsere Art der Brandfrüherkennung kein gültiges Regelwerk nach VDE (Verband der Elektrotechnik), TÜV oder VdS (Verband der Sachversicherer) gab, war die Marktdurchdringung zu Beginn langsam. Denn ohne Regelwerk werden Brandschutzsysteme von keiner Versicherung anerkannt. Inzwischen haben

wir aktiv in Zusammenarbeit mit dem VdS und einigen Versicherungsunternehmen sowie einigen anderen Herstellern ähnlicher Brandschutzsysteme die VdS-Richtlinie 3189 entworfen, die ab März 2015 deutschlandweit gültig ist.

Was hat Sie dazu motiviert, sich selbstständig zu machen? Und welche waren die wichtigsten Meilensteine?

Nach fünf Jahren als angestellter Entwicklungsingenieur für Thermografie-Geräte wollte ich meine eigenen Ideen vorantreiben. Hierzu war der erste Meilenstein die finanzielle Eigenständigkeit und Absicherung, das heißt ausreichend Geld zu erwirtschaften, damit ich meine Idee, die Entwicklung des Gerätes, finanzieren konnte. Der zweite Meilenstein war, zusätzlich zum Ingenieurstudium an der TU Darmstadt ein Wirtschaftsstudium an der damaligen Fachhochschule Mainz zu absolvieren, um neben der Technik auch die Betriebswirtschaft zu verstehen. Die weiteren Meilensteine bestanden für mich in der Entwicklung des



Gerätes zur Marktreife und der späteren Übernahme der Marktführerschaft im deutschsprachigen Raum.

Wo lagen aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen auf dem Weg in die Selbstständigkeit?

Zunächst habe ich die Gründung sehr blauäugig begonnen. Aus heutiger Sicht würde ich nicht mehr so vorgehen. Meine Anregung ist, dass es für Firmengründer beispielsweise ein vorbereitendes Seminar geben sollte, in dem Gründungsinteressierte auf die Anforderungen der Selbstständigkeit vorbereitet werden. Hierbei sollten insbesondere für „Nichtbetriebswirte“ Informationen vermittelt werden. Etwa zum Aufstellen eines klaren Businessplans (mit einer Bewertung durch eine Jury und mit einem Feedback), zu Fördermaßnahmen und zu Gesetzen, vor allem im Personalbereich. Ganz wichtig sind Informationen zu steuerlichen und gesellschaftsrechtlichen Aspekten und den daraus resultierenden Pflichten. Da mir als Diplom-Ingenieur nach der Gründung meiner Firma 1993 das Know-how über wichtige betriebswirtschaftliche Kenntnisse und Abläufe gefehlt hatte, parallel zur Gründung an der damaligen Fachhochschule Mainz ein berufsintegriertes Studium mit dem Abschluss als Diplom-Wirtschafts-Ingenieur absolviert.

KÖPFE

Albert Orglmeister
Hochschule Mainz –
Dipl.-Wirt.-Ing. (FH)
Technische Universität
Darmstadt – Studium
Elektrotechnik (EMK),
Dipl.-Ing. (TU)

SEIT

1993



FÖRDERUNG

Bei der Gründung war meine Philosophie: Alles selbst verdienen und dann erst ausgeben. Das heißt: Wir haben bisher keine Förderungen beantragt bzw. erhalten.



NAME & KONTAKT

ORGLMEISTER Infrarot-Systeme GmbH & Co. KG
Am Klingenberg 13
65396 Walluf
Mail: info@orglmeister.de
www.orglmeister.de
www.orglmeister24.de

TEAM

Wir sind ein dynamisch wachsendes Unternehmen, bestehend aus einem Team mit 17 Personen im Bereich Entwicklung, Programmierung, Vertrieb, Service und Marketing.

Welche Zielgruppe haben Sie, und wie machen Sie Akquise?

Unsere Haupt-Zielgruppen sind insbesondere die Entsorgungs-Unternehmen, Müllverbrennungsanlagen, große Lagerstätten im Freien (Chemie, Giftmüll, Brennstoffe) sowie sehr große Lager-Areale, wie beispielsweise Altpapierlager.

Wir bieten aber auch in anderen Bereichen spezielle Lösungen an, die uns viel Spaß bei der Umsetzung machen und auf die wir stolz sind. Wie für die Frankfurter Commerzbank-Arena. Wie bei Großveranstaltungen üblich, muss auch beim Public Viewing der Brandschutz berücksichtigt werden. In der Commerzbank-Arena waren anlässlich der Fußball WM 2014 die Bilder aus Brasilien auf der wohl größten LED-Video-Leinwand der Welt zu sehen. Für die notwendige Sicherheit sorgte unser Brandfrüherkennungssystem PYROsmart. Unsere Kunden sprechen wir gezielt an und wir präsentieren uns vermehrt auf Messen.

In der Vergangenheit hatte ich als Firmengründer überwiegend den Kontakt zu den Kunden und in der Regel auch

die Aufträge erhalten. Mit dem Wachstum meiner Firma werde ich hierbei nun vermehrt von meinem Team unterstützt. Die Akquise fällt uns als Systemanbieter leicht, da ich über zwei europäische Patente verfüge und unsere Systeme nach DIN EN ISO 9001 zertifiziert sind.

Was sind Ihre nächsten Schritte?

Wir planen den Ausbau der Marktführerschaft in Europa, den Aufbau von Vertriebs- und Errichterpartnerschaften, die weitere Diversifikation unseres Produktportfolios sowie die Festigung und den Ausbau langfristiger Kooperation mit Synergiepartnern. Zudem möchten wir unser Team erweitern und suchen Softwareentwicklerinnen und -Entwickler sowie Servicetechnikerinnen und -techniker.

Was können Sie Gründungsinteressierten mit auf den Weg geben?

Vor Beginn der Gründung sollten Gründungsinteressierte zunächst einen Businessplan aufstellen, der geprüft wird. Das Feedback hierzu sollte überdacht und berücksichtigt werden. Mein Rat ist zudem: Anschließend immer dran bleiben. Misserfolge sind keine Sackgasse, sondern wichtige Lernprozesse!

„Vor Beginn der Gründung sollten Gründungsinteressierte zunächst einen Businessplan aufstellen, der geprüft wird. Das Feedback hierzu sollte überdacht und berücksichtigt werden.“



Für Ausgründungen aus der Wissenschaft ist der direkte Austausch auf dem Hochschulcampus wichtig

WEE-Solve GmbH

Dr. John Eckelt, Alumnus Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Diplom-Chemiker mit Promotion auf dem Gebiet Thermodynamik von Polymerlösungen, Mitgründer und Geschäftsführer der WEE-Solve GmbH

Herr Dr. Eckelt, bei der WEE-Solve GmbH handelt es sich um eine Ausgründung aus der Wissenschaft an der Universität Mainz. Wie ist die Idee entstanden und worum geht es bei Ihrem Unternehmen?

Der Arbeitskreis von Prof. Dr. Bernhard A. Wolf am Institut für Physikalische Chemie hat schon immer anwendungsorientierte Forschungsprojekte zusammen mit der Industrie bearbeitet. Dabei handelt es sich meist um komplexe Forschungsaufträge, aber auch um spezielle Analytik, wie beispielsweise die Bestimmung der Viskosität von Flüssigkeiten oberhalb der Siedetemperatur. Bei diesen Kooperationen konnten die Kooperationspartner aus der Industrie von dem Know-how des Arbeitskreises profitieren. In den Projekten kamen häufig die speziell von unserem Arbeitskreis entwickelten Geräte zur Anwendung.

Diese Kooperationen waren so erfolgreich, dass hierdurch die Finanzierung von wissenschaftlichen Mitarbeitern für viele Jahre sichergestellt war. Aus diesem Grund ist die Idee gereift, eine eigene Firma zu gründen, die sich mit der Vermarktung des im Arbeitskreis vorhandenen Spezialwissens und der teilweise einzigartigen Geräte befasst. Die Universität Mainz hat diese Entwicklung unterstützt. So konnte die Ausarbeitung von Kooperationsverträgen, deren Abwicklung durch das Unternehmen und nicht mehr über die Universität erfolgen, was die Abläufe vereinfachte.

Heute bietet die WEE-Solve GmbH Dienstleistungen in der Forschung und Entwicklung sowie in der Analytik von physikochemischen Eigenschaften auf dem Gebiet der Polymerchemie an. Es handelt sich dabei um maßgeschneiderte



Prof. Dr. Bernhard A. Wolf, Anja Eckelt, Dr. John Eckelt (v.l.n.r)



NAME & KONTAKT

WEE-Solve GmbH
Auf der Burg 6
55130 Mainz
Telefon: 06131 / 48 13 744
Mail: info@wee-solve.de
www.wee-solve.de

STATUS QUO

Für unser innovatives System gab es bis jetzt noch kein Regelwerk beim Verband der Sachversicherung VdS. Daher wurde aktuell in Zusammenarbeit mit dem VdS, einigen Versicherungsunternehmen und uns als Systemanbieter eine VdS-Richtlinie entworfen, die ab März 2015 deutschlandweit gültig ist. Es handelt sich hierbei um die VdS 3189, der Richtlinie zur Temperaturüberwachung für die Brandfrüherkennung.

KÖPFE

Prof. Dr. Bernhard A. Wolf
Professor für Physikalische Chemie an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz; Lehr- und Forschungstätigkeit auf den Gebieten Thermodynamik und Analytik von polymerhaltigen Systemen

Dr. Andreas Eich
Diplomchemiker mit Promotion auf dem Gebiet Rheologie, Johannes Gutenberg-Universität Mainz; fünf Jahre Erfahrung im Vertrieb von Rheometern

Dr. John Eckelt
Diplomchemiker mit Promotion auf dem Gebiet Thermodynamik von Polymerlösungen; Miterfinder der Continuous Spin Fractionation (CSF); fünf Jahre Postdoktorand an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz und zuständig für die Vermarktung der CSF, DFG-Forschungsprojekte; Lehrtätigkeiten: Vorlesung an der Universität Mainz und der Fachhochschule Bingen

Problemlösungen für individuelle Kundenanforderungen. Im Bereich der Analytik haben wir insbesondere Messmethoden entwickelt, die sich mit der Bestimmung von Viskositäten oder Dichten bei erhöhten Dichten beschäftigen. Außerdem verfügen wir über ein weltweit einzigartiges Verfahren zur Veränderung der Molekulargewichtsverteilung für die Entwicklung von Polymeren. Dieses Verfahren mit dem Namen „Continuous Spin Fractionation“ (CSF) ermöglicht es, die Eigenschaften von Polymeren zu optimieren. Die Anwendungen kommen dabei meist aus der Medizin oder Kosmetik, wie beispielsweise für künstliche Augenlinsen oder Herzklappen. Sie eignen sich aber auch für spezielle Analytik, Kunststoffrecycling oder Gewinnung von biotechnologisch gewonnenen Polymeren.

Was hat Sie dazu motiviert, sich selbstständig zu machen? Und welche waren die wichtigsten Meilensteine?

Die Motivation zur Gründung der Firma bestand im Wesentlichen darin, das während des Studiums und der Doktorarbeit erlernte Wissen in vollem Umfang auf praxisrelevante Fragestellungen anwenden zu können. Der typische Werdegang eines Chemikers sieht üblicherweise so aus, dass nach der Promotion der Wechsel in die chemische Industrie angestrebt

wird. Dort ist man ein kleiner Baustein im großen Unternehmen und bearbeitet täglich ähnliche Fragestellungen oder Probleme. Schlägt man hingegen eine akademische Laufbahn ein, so forscht man oft an Themen, die (noch) keine Anwendung finden. Das Angebot der WEE-Solve GmbH dagegen ist sehr vielfältig und führt dazu, dass wir immer wieder mit den unterschiedlichsten Fragestellungen aus ganz verschiedenen Branchen (Medizin, Healthcare, Farben und Lacke, Automobilindustrie, Kraftstoffe, Kunststoffhersteller, Lebensmittelindustrie u.v.m.) konfrontiert werden. Das sorgt für Abwechslung.

Die WEE-Solve GmbH konnte zwei Projektpartner, mit welchen bereits vorher kooperiert wurde, direkt bei der Gründung übernehmen. Außerdem konnten die Labore des Arbeitskreises von Prof. Dr. Bernhard A. Wolf gemietet und die

„Man muss nicht immer alles können, aber man muss wissen, wen man fragen kann.“



benötigten Geräte gekauft werden. Die eigentliche Gründung stellte daher keine große Herausforderung dar. Die Tätigkeiten, die vorher über die Universität abgewickelt wurden, konnten nahtlos in eigener Regie weitergeführt werden.

Wo lagen aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen auf dem Weg in die Selbstständigkeit?

Da zur Gründung Kunden, ausreichend Kapital und die Möglichkeit, die bestehenden Labore und Geräte zu mieten bzw. zu erwerben zur Verfügung standen, bestand die größte Herausforderung allein in der Entscheidung, ob man das Wagnis der Selbstständigkeit auf sich nehmen oder lieber den sicheren Weg eines Angestellten einschlagen sollte. Die Selbstständigkeit bietet einerseits Freiheiten, andererseits aber auch Verpflichtungen, die in schwierigen Zeiten zur Belastung werden können. Als Unternehmer muss man sich täglich neuen Herausforderungen stellen. Man hat nicht nur die eigentliche Arbeit zu erledigen, sondern muss auch auf äußere Änderungen des Marktes reagieren. Da heißt es dann: Man muss nicht immer alles können, aber man muss wissen, wen man fragen kann.

Welche Zielgruppe haben Sie, und wie machen Sie Akquise?

Das Angebot der WEE-Solve GmbH kann grob in drei Bereiche eingeteilt werden:

Die Standardanalytik richtet sich an alle Wirtschaftsbereiche, die mit Produkten oder deren Entwicklung zu tun haben (z.B.: Qualitätskontrolle). Die spezielle Analytik betrifft Kunden, die bei ihrer Produktion oder Anwendung mit hohen Drücken konfrontiert werden, wie beispielsweise Polymerisationsreaktionen oder dem Einspritzen von Kraftstoffen im Motor. Die Auftragsforschung – insbesondere die Optimierung von Polymeren – betrifft vor allem die pharmazeutische Industrie oder Medizintechnik, aber auch Anwendungen, bei denen Polymere außergewöhnliche Aufgaben leisten.

In allen drei Bereichen ist es sehr schwer, Akquise zu betreiben. Im Bereich Standardanalytik ist die Konkurrenz, gegen die man sich durchsetzen muss, sehr groß. Für spezielle Analytik ist der Markt sehr klein, die Kunden aber schwer zu finden. Und die Auftragsforschung richtet sich vor allem an Forschungs- und Entwicklungsabteilungen. Die Kontaktaufnahme zu dieser Kundengruppe ist – insbesondere bei pharmazeutischen Kunden – schier unmöglich. In der ersten Zeit nach der Gründung erhielten wir Neukunden fast ausschließlich über das bestehende Netzwerk von Prof. Bernhard A. Wolf, da seine



SEIT

2007

TEAM

Derzeit besteht das Team aus zwei Chemikern. Bei dieser Unternehmensgröße ist jeder für alles einsetzbar.

STATUS QUO

Seit der Geschäftsgründung: Analytik und Auftragsforschung. Hinzugekommen ist die Synthese von Polymeren.

ehemaligen Mitarbeiter in vielen Firmen der chemischen Industrie vertreten sind. Der Erfolg von Werbemaßnahmen, wie die Teilnahme an Messen oder Publikationen in Fachzeitschriften, ist eher gering. Messeauftritte eigenen sich für uns, um den Kontakt zu Bestandskunden aufrecht zu halten. Den größten Erfolg haben wir mit unserer Homepage. Wir finden nicht die Kunden, sondern die Kunden finden uns.

Ansonsten gilt: Mundpropaganda ist die beste Werbung. Denn zufriedene Kunden kommen wieder und bringen durch ihre Empfehlungen auch Neukunden mit.

Was sind Ihre nächsten Schritte?

Unsere weiteren Schritte sind auf Erweiterung und Wachstum ausgerichtet. Wir

werden unser Labor weiter ausbauen und eventuell auch das Analytikangebot erweitern. Die bestehenden Aufträge machen es denkbar, in näherer Zukunft wieder neues Personal einzustellen. Natürlich soll der bestehende Kundenstamm - insbesondere in der Standardanalytik - weiter ausgebaut werden. Zudem planen wir, zwei eigene Produkte zur Marktreife zu bringen.

Was können Sie Gründungsinteressierten und auch den Hochschulen mit auf den Weg geben?

Die Finanzierung der ersten Jahre ist bekanntlich immer ein Problem. Wenn möglich sollte man schon mit Kunden in die Selbstständigkeit starten. Oder man fährt zunächst zweigleisig, indem man sich von einem bestehenden Arbeitsvertrag teilweise freistellen lässt.

Insbesondere für Ausgründungen aus der Wissenschaft ist eine direkte Lokalisation des Unternehmens auf dem Hochschulcampus sehr sinnvoll. Dies verbindet mehrere Vorteile, wie beispielsweise die mögliche Nutzung bestehender Infrastruktur, der enge Kontakt zur Professorenschaft und der direkte Austausch mit der Wissenschaft und Lehre.



Selbstständigkeit und Familie? Natürlich machbar!

Zahnarztpraxis Katrin Wernstedt & Kollegen

Katrin Wernstedt, Zahnärztin und Gründerin der Zahnarztpraxis Katrin Wernstedt & Kollegen

In der Mainzer Innenstadt hat sich die junge Zahnärztin Katrin Wernstedt im Jahr 2012 den Traum von der eigenen modernen Praxis erfüllt. Zusammen mit einer Zahnmedizinischen

Fachangestellten und einer Auszubildenden besteht das junge Team aus drei Frauen. Die angebotenen Leistungen reichen von Prophylaxe über Zahnästhetik und Wurzelbehandlungen bis hin zur individuellen Behandlung von Angstpatienten. Doch Katrin Wernstedt musste auf dem Weg dorthin einige Hürden nehmen, denn der Weg in die Selbstständigkeit war nicht immer einfach. Eigentlich wollte Katrin Wernstedt nicht selbstständig werden. Nach ihrer Lehre

als Zahntechnikerin und dem Studium der Zahnmedizin konnte sie sich eine eigene Praxis nicht vorstellen. Es war ihr damals lieber gewesen, in

einer Praxis angestellt zu sein oder in einer Gemeinschaftspraxis die Verantwortung zu teilen. Nachdem sie in drei Praxen als Angestellte und auch als Partnerin gearbeitet hatte, wurde ihr bewusst, dass sie zwar gerne mit anderen zusammenarbeitet, aber der Wunsch, eigene Ideen durchzusetzen und individuell zu entscheiden, größer war. Die Basis für eine Selbstständigkeit war somit gelegt. Katrin Wernstedt hat sich entschieden, eine Praxis zu übernehmen. Doch bis sie dort als Zahnärztin tätig sein konnte,

„Gerne arbeite ich mit anderen zusammen, aber der Wunsch, eigene Ideen durchzusetzen und individuell zu entscheiden war größer.“



KATRIN WERNSTEDT



ZAHNARZTPRAXIS KATRIN WERNSTEDT & KOLLEGEN

NAME & KONTAKT

Zahnarztpraxis Katrin Wernstedt & Kollegen
Am Brand 6, 55116 Mainz
Telefon: 06131 / 22 28 82
Mail: info@zahnarztpraxis-wernstedt.de
www.zahnarztpraxis-wernstedt.de



KÖPFE

Katrin Wernstedt
Studium der Zahnmedizin

SEIT

Praxisübernahme im Jahr
2012

musste sie einige Herausforderungen überwinden. Nach dem Kauf der Praxis von einem Kollegen, der aus Altersgründen ausscheiden wollte, benötigte diese u.a. Renovierungsarbeiten, neue Geräte und eine neue Möblierung. Ebenso musste die Finanzierung gelöst werden. Es war Katrin Wernstedt bekannt, dass ein Kredit Sorgen mit sich bringen kann: „Schafft man das, was man sich vorgenommen hat? Denn dieser Kredit muss abbezahlt werden und das erfordert einen großen persönlichen Einsatz.“

Die nächste Hürde war es, sich als neue Ärztin in einer bereits bestehenden und mit Patienten besetzten Praxis zu etablieren. Viele Patienten waren an den in Rente gegangenen Vorgänger gewöhnt. „Wie wird es sein, wenn aber plötzlich eine Frau die Behandlungen durchführt.“ Die



Patienten mussten sich an die neue Ärztin gewöhnen und Vertrauen musste aufgebaut werden. Ebenso musste sie das richtige Personal finden, welches zu ihrer Person und ihren Einstellungen passte. Mit ihren beiden Mitarbeiterinnen ist es Katrin Wernstedt gelungen, mit einem aufeinander eingespielten Team eine freundliche, moderne Praxis aufzubauen. Langweilig wird es den Dreien bei dem breiten Leistungsspektrum nicht. Katrin Wernstedt hat bereits weitere Pläne: Ihr nächster Schritt ist es, ihre Praxis auszubauen und einen Raum einzig für die Prophylaxe einzurichten. Präventionen zum Erhalt von Zähnen und Zahnfleisch sollen hier vordergründig durchgeführt werden. Denn Vorbeugung von Zahnproblemen oder gar deren Verhinderung stehen im Fokus ihrer Zahnarztpraxis.

Trotz ihrem beruflichen Engagement hat Katrin Wernstedt sich auch mit der Frage der Familienplanung auseinandergesetzt. „Natürlich baut man sich erst ein Fundament und braucht eine stabile finanzielle Lage. Aber nur weil man als Frau selbstständig ist, heißt es nicht, dass eine Familie nicht realisierbar ist.“ Für sich hat Katrin Wernstedt die Balance zwischen Beruf und Familie verwirklicht.

Ob sie den Weg noch einmal gehen würde, beantwortet die Zahnärztin mit „definitiv“. Katrin Wernstedt möchte andere Gründungsinteressierte dazu motivieren, den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen. Sie ermutigt vor allen Dingen Frauen zu diesem Schritt, da ihrer Ansicht nach vielen Frauen die Selbstständigkeit oft schwer fällt. Nicht wenige haben Bedenken, dass sich Familiengründung und Arbeit nicht vertragen. Aber die frisch gebackene Mutter spricht aus eigener Erfahrung: „Es gibt schwere Zeiten und diese wird es auch immer mal wieder geben. Aber Selbstständigkeit und Familie unter einen Hut zu bringen, ist nicht unmöglich.“

*„Es gibt schwere Zeiten
und diese wird es auch
immer mal wieder geben.
Aber Selbstständigkeit und
Familie unter einen Hut zu
bringen, ist nicht unmöglich.“*



TEAM

Derzeit sind zwei Mitarbeiterinnen in der Praxis angestellt.



3

**RECHTS- UND
WIRTSCHAFTS-
WISSENSCHAFTEN**



Das Ziel nicht aus den Augen verlieren

AiLaiké Natural Beverages GmbH

**Nils Beierlein, Alumnus der Hochschule Mainz,
Diplom Betriebswirtschaftslehre,
Gründer der AiLaiké Natural Beverages GmbH**

**Herr Beierlein, wie ist Ihre Idee
entstanden und worum geht es
bei Ihrem Unternehmen?**

Im Jahr 2006 ist die Idee des handgemachten echten Eistees aus dem eigenen Bedürfnis heraus entstanden. Das Angebot – vor allem in der Gastronomie – war sehr beschränkt, was gesunde Getränke anging. Ich habe damals nach einem Wasser- und Apfelsaft-schorleersatz gesucht. Die industriell produzierten Eistees bekannter Großkonzerne waren für mich zuckerhaltige Softdrink-Alternativen, die wenig bis gar nichts mit dem ursprünglich positiven Begriff von „Eis“ und „Tee“ zu tun hatten.

So wurde das eigene Verlangen nach einem echten und natürlichen Eistee,

„wie früher bei Oma“, in den Jahren 2007 bis 2010 immer größer. In dieser Zeit habe ich mich zunächst neben dem Studium und anschließend dem Beruf, ab dem Jahr 2010 Vollzeit mit dieser Idee beschäftigt. Im Jahr 2011 wurden die ersten 15.000 Flaschen des bio-vegane AiLaiké-Eistees mit Fairtrade-Siegel produziert. Wir bieten den Eistee in

den beiden Geschmacksrichtungen „Zitrone-Minze“ und „Pfirsich-Mango“ an. Und seit Anfang 2015 gibt es auch eine neue Sorte auf Grünteebasis in der Geschmacksrichtung Orange-Ingwer.

*„Wir freuen
uns über jeden Neu-
kunden oder darüber,
dass wir weiterhin alle
Investitionen aus dem
eigenen Cash-Flow
finanzieren
können.“*

**Was hat Sie dazu motiviert,
sich selbstständig zu machen?**

**Und welche waren die wichtigsten
Meilensteine?**

Zuerst war es nur eine von vielen Ideen in meinem Kopf. Grundsätzlich konnte ich mich aber schon immer mit einer Selbstständigkeit anfreunden. Im Laufe der Jahre kamen bei den anhaltenden Recherchen, dem Analysieren von Zukunftsstudien und Gesprächen mit möglichen Lieferanten sowie Partnern mehr und mehr branchenabhängiges Wissen hinzu. Dieses hat mich weiter bestätigt, dass das Konzept eines „echten handmade Eistees“ bei vielen Menschen gut ankommen könnte.

Gestärkt durch den damals aufkommenden Trend der Bioprodukte und der Überzeugung, dass zukünftig fair gehandelte und vegane Produkte eine immer größere Rolle spielen werden, ging ich mit diesem Rückenwind Tag für Tag weiter ans Werk. Schlussendlich ging es ja darum, das eigene sowie das zukünftige Bedürfnis vieler Menschen nach einer Alternative für Wasser und Apfelsaft-schorle befriedigen zu können.

Die wichtigsten Schritte waren unter anderem die Findung der richtigen Lieferanten, der Rohstoffe, Produktionspartner und Rezepturen.

Im Juli 2012 wurde knapp ein Jahr nach dem Markteintritt einer der beiden Sorten (Zitrone-Minze) von dem unabhängigen Verbrauchermagazin ÖKO-TEST ohne Vorankündigung getestet. Das Ergebnis unter 56 Erfrischungsgetränken: nur sechsmal „gut“ und lediglich viermal „sehr gut“.



KÖPFE

Nils Beierlein,
Ausbildung zum Speditionskaufmann und Berufserfahrung im Bereich Marketing/Werbung, danach betriebswirtschaftliches Studium mit Schwerpunkt Marketing & Kommunikation an der Hochschule Mainz

SEIT

Im März 2010 als Einzelunternehmen. Im Jahr 2014 wurde eine Umfirmierung in eine GmbH vorgenommen.

AUSZEICHNUNGEN

- Wirtschaftspreis Mainz für die beste Unternehmensgründung 2012
- ÖKO-TEST-Urteil „sehr gut“



NAME & KONTAKT

**AiLaiké Natural
Beverages GmbH**
Mombacher Straße 52
55122 Mainz
Telefon: 06131 / 49 50 208;
Mail: Handmade@
AiLaiké.de
www.AiLaiké.de

FÖRDERUNG

Die Gründung wurde komplett eigenständig und ohne Fremdkapital finanziert.

TEAM

Vier Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

AiLaike hat dabei eine der wenigen sehr guten Gesamtbewertungen erhalten. Jeden Tag bestätigen zudem kleinere und größere Herausforderungen das Tun der letzten Jahre. Wir freuen uns über jeden Neukunden und darüber, dass wir weiterhin alle Investitionen aus dem eigenen Cash-Flow finanzieren können.

Wo lagen aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen auf dem Weg in die Selbstständigkeit?

Die Finanzierung und die Rentabilität sind sicherlich immer eine der wichtigsten Herausforderungen. Ein umfangreicher Businessplan kann nicht alle Eventualitäten abdecken. Beispielsweise bleibt offen, ob der angedachte Verkaufspreis auch am Markt umsetzbar ist oder ob die Marke richtig positioniert ist. Somit ist die Realität die größte Herausforderung.

Welche Zielgruppe haben Sie, und wie machen Sie Akquise?

Wir haben vier Vertriebszielgruppen. Zum einen sprechen wir Großhandelspartner an, die unsere Produkte listen und in die jeweiligen Regionen wie Hamburg, Berlin oder München befördern. Dort benötigt es wiederum regionale Händler, die unsere Produkte ebenfalls in ihrem Sortiment führen. Diese

Partner verkaufen oftmals direkt an den Endverbraucher (vierte Zielgruppe) oder bedienen unsere dritte Zielgruppe, den Gastronomen.

Zur Kundengewinnung sind wir auf Messen präsent und laden die Besucherinnen und Besucher auf unserem kleinen Messestand in die Welt des echten Eistees ein. Wir kommunizieren über soziale Medien mit Bestands- und Neukunden oder die Medien berichten über uns. Oftmals werden wir weiterempfohlen oder im Internet gefunden. Wir putzen auch weiterhin „die Klinke“ und sprechen die Partner an, die wir selbst passend finden.

„Immer an die Idee glauben, dabei aber nicht blauäugig sein.“

Was sind Ihre nächsten Schritte?

Die nächsten Steps werden sein, das Vertriebsgebiet weiter auszubauen, die Marke zu stärken und AiLaike Handmade Iced Tea als einzigen echten Eistee auf dem Getränkemarkt weiter zu etablieren.

Was können Sie Gründungsinteressierten mit auf den Weg geben?

Immer an die Idee glauben, dabei aber nicht blauäugig sein. Das Ziel nicht aus den Augen verlieren, durchhalten und auch aus negativen Erlebnissen lernen und am nächsten Morgen motiviert weitermachen.



Das theoretische Wissen der Universität praktisch anwenden

berater e.V.

Adam Simon (Bild links) und Alex Eida (Bild rechts), Vorsitzender und stellvertretender Vorsitzender der studentischen Unternehmensberatung berater e.V. Mainz an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Wie ist die Idee von der studentischen Unternehmensberatung berater e.V. Mainz entstanden? Und welche Leistungen bietet der Verein an?

Die Idee ist schon in den 1960er-Jahren in Frankreich entstanden. Dort haben sich Studierende zu einem Verein zusammengeschlossen, um das theoretische Wissen der Universität auch in der Praxis umsetzen zu können. In den 1990er-Jahren ist dieses Modell nach Deutschland gekommen und schließlich haben unsere Gründer der ersten Stunde unter dem Vorsitz von Jörg Funder im Jahr 1999 an der Universität Mainz eine studentische Unternehmensberatung nach dem französischen Vorbild gegründet. Wir bieten beratende Dienstleistungen an. Ein Unternehmen hat zum Beispiel ein Problem oder sucht nach einem Lösungsansatz für eine Fragestellung. Dann sind wir als studentische Unternehmens-

beratung gefragt. Wir lernen an der Universität das theoretische Know-how und bringen als Studierende auch eine andere - womöglich erweiternde - Sichtweise mit. Konkret sieht das so aus: Für die unterschiedlichen Projekte bilden wir Teams, die ihrerseits eigens für die Durchführung des Projekts eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) gründen. Diese GbR sucht nach Lösungen für die entsprechenden Herausforderungen der Unternehmen. Für uns Studierende entsteht dadurch ein Mehrwert, dass wir praxisbezogen arbeiten können, Arbeitserfahrungen sammeln und Kontakte zu den unterschiedlichsten Unternehmen knüpfen können. Aber auch für die Unternehmen entsteht eine Win-win-Situation. Sie kommen sozusagen direkt mit den studentischen Nachwuchskräften der Universität in Kontakt, den möglichen Arbeitskräften von morgen.



NAME & KONTAKT

berater e.V.
Johannes Gutenberg-Universität Mainz
Haus Wirtschaft und Recht,
55128 Mainz
Telefon: 06131 / 39 20 878
Mail: kontakt@berater-mainz.de
www.berater-mainz.de

KÖPFE

Sieben Studierende der Betriebswirtschaftslehre der Johannes Gutenberg-Universität Mainz; diese Anzahl benötigt man für eine Vereinsgründung. Der erste Vorsitzende war Jörg Funder. Nach ihm folgten bislang 15 weitere Vorsitzende, die den Verein entwickelt haben.

Der derzeitige Vorstand setzt sich zusammen aus: **Adam Simon** (Vorsitzender), **Alex Eida** (stellvertretender Vorsitzender) und **Caroline Fink** (Finanzvorstand).

SEIT

1999

FINANZIERUNG

Der Verein finanziert sich zum einen durch Mitgliedsbeiträge. Zum anderen erhält der Verein Spendenbeiträge von den GbRs, welche die Unternehmensberatung übernehmen.

So können Studierende auch bereits frühzeitig an ein Unternehmen gebunden werden, beispielsweise durch Praktika oder Abschlussarbeiten.

Inhaltlich können unsere Projekte oder Aufgaben für die Unternehmen ganz verschieden sein, wie beispielsweise im Bereich Hochschulmarketing, Prozessanalysen, Unterstützung bei Businessplänen oder Gründerberatung. Neben den externen Projekten für Unternehmen bieten wir intern für unsere Mitglieder Fortbildungen und Schulungen an.

Was hat Sie dazu motiviert, sich selbstständig zu machen? Und welche waren die wichtigsten Meilensteine?

Die Motivation, den Verein zu gründen ergab sich aus der Idee, schon während des Studiums Praxiserfahrung zu sammeln. Denn in den Vorlesungen der Universität wird sehr viel Theorie gelehrt, und es gibt wenig Nähe und Anwendungsbezug zur Praxis. Durch den Verein kann dieses praktische Know-how vermittelt werden. Ein wichtiger Meilenstein für uns war die Gründung des Dachverbandes studentischer Unternehmensberatung in Deutschland JCNetwork im Jahr 2002, an dessen Gründung Berater e.V. Mainz beteiligt war. Im Vordergrund standen hierbei der Erfahrungsaustausch der einzelnen Vereine sowie Kooperations- und Weiterbildungsmöglichkeiten untereinander. Im Jahr 2010 wurde unser Verein mit dem Mainzer Wirtschaftspreis

der Wirtschaftsjuvenoren ausgezeichnet. Vor zwei Jahren haben wir die 100-Mitglieder-Marke erreicht, was für eine Hochschulgruppe enorm ist. Zu unserem 15-jährigen Jubiläum haben wir im Jahr 2014 die JCNetwork Days ausgetragen. Dabei handelte es sich um ein dreitägiges Schulungswochenende unseres Dachverbandes, an dem etwa 500 Mitglieder aus ganz Deutschland vertreten waren.

Wo lagen aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen?

Da wir ein gemeinnütziger Verein sind, arbeiten alle unsere Mitglieder ehrenamtlich. Die größte Schwierigkeit besteht also darin, die Mitglieder zu motivieren, um somit den Verein am Leben zu erhalten. Denn wir als Vorstand können nicht alles alleine bewerkstelligen.

In Bezug auf das Thema Gründung gibt es bei uns eigentlich keinerlei Schwierigkeiten. Wenn wir ein Projekt akquiriert haben, wird ein Projektteam zusammengestellt. Das Team gründet daraufhin eine GbR, die dann im Grunde genommen nichts mehr mit dem Verein zu tun hat.

Welche Zielgruppe haben Sie, und wie machen Sie Akquise?

Wir haben einmal die Zielgruppe, die für uns als Verein, also für die Mitgliederaufnahme von Bedeutung ist. Grundsätzlich können sich eingeschriebene Studierende aller Fachrichtungen der Universität Mainz uns anschließen. Das können



Studierende des ersten Semesters bis hin zur Promotion sein. Etwa die Hälfte unserer Mitglieder sind Studierende der Wirtschaftswissenschaften oder Wirtschaftspädagogik. Darüber hinaus zählen aber auch Studierende der Rechtswissenschaften, Soziologie, Psychologie, Chemie oder Physik zu unseren Mitgliedern. Unsere weitere Zielgruppe sind die Unternehmen, von denen wir Projekte annehmen. Das können im Prinzip alle Unternehmen sein. Die Größe spielt hierbei keine Rolle. Wir arbeiten sowohl mit Gründerinnen oder Gründern als auch mit großen DAX-Konzernen zusammen, die in unserer Region angesiedelt sind. Eines unserer Mitglieder hat die Position eines Resortleiters für Customer Relations inne. Seine Aufgabe besteht darin, gezielt auf Unternehmen zuzugehen und Präsenz zu zeigen, sodass Unternehmen uns auch wahrnehmen.

Viele Aufträge bekommen wir jedoch über die eigene Netzwerkarbeit: Zum einen durch ehemalige Mitglieder, die mittlerweile selbst in Unternehmen arbeiten. Zum anderen durch ehemalige Kunden, die in der Regel mit unserer Arbeit zufried-

den sind und somit Folgeprojekte anbieten. Telefonische Kaltakquise hat sich bisher als nicht besonders erfolgreich erwiesen. Wir zeigen außerdem Präsenz nach außen: Wir sind einerseits viel auf Messen vertreten, andererseits haben wir eine gute Webpräsenz.

Was sind Ihre nächsten Schritte?

Wir wollen unseren Verein weiter ausbauen, indem wir versuchen, neue Projekte zu akquirieren und bestehende Kooperationen mit Unternehmen zu festigen. Zudem möchten wir unseren Mitgliedern weiterhin Schulungen zu den verschiedenen Bereichen anbieten.

Was können Sie Gründungsinteressierten mit auf den Weg geben?

Diese Frage können wir nur als Vorstandsmitglieder und nicht als eigenständige Gründer beantworten. Da unser Verein auch mit potenziellen Gründerinnen und Gründern zusammenarbeitet, bieten wir gerne unsere Unterstützung für Neugründerinnen und Neugründern an. Wir können beispielsweise bei der Erstellung eines Businessplans helfen.

AUSZEICHNUNGEN

Der Verein wurde 2010 mit dem Mainzer Wirtschaftspreis der Wirtschaftsjuvenoren ausgezeichnet.

„Für uns Studierende entsteht dadurch ein Mehrwert, dass wir praxisbezogen arbeiten können, Arbeitserfahrungen sammeln und Kontakte zu den unterschiedlichsten Unternehmen knüpfen können.“

TEAM

Der Verein zählt derzeit insgesamt etwa 150 Mitglieder. Davon sind etwa 50 bis 60 Mitglieder aktiv. Zudem gibt es circa 80 interessierte Anwärter für den Verein.

ENGAGEMENT

Berater e.V. ist jährlich auf der nationalen Gründermesse Ignition in Mainz mit einem Informationsstand und regelmäßig auf Mainzer Gründertreffen vertreten.



Wege entstehen, indem man sie geht

comsense

Heike Schubert, Alumna der Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Rechtswissenschaft, ist seit vielen Jahren mit ihrem Unternehmen comsense selbstständig

Frau Schubert, Sie sind Juristin und als Coach für Karriereentwicklung tätig. Wie ist die Idee für comsense entstanden?

In meiner langjährigen Tätigkeit als Volljuristin standen häufig die Problemorientierung oder die Positionsvertretung einzelner Parteien im Vordergrund. Die Interessen der daran beteiligten Menschen wurden nicht ausreichend berücksichtigt. Diese Sichtweise mündete in der Entscheidung, mein Angestelltenverhältnis zu kündigen und mich als Business-Coach, Trainerin und Mediatorin BAFM (Bundes-Arbeitsgemeinschaft für Familien-Mediation

e.V.) selbstständig zu machen. Dazu habe ich eine umfassende Mediations- und Coachingausbildung absolviert. Im Coaching gelingt es mir, Menschen persönlichkeitspezifisch zu unterstützen, indem wir gemeinsam für ihre beruflichen und privaten Herausforderungen individuelle Werte, Ziele und Lösungen erarbeiten. In meiner Rolle als Mediatorin unterstütze ich meine Klienten bei ihrer Konfliktbearbeitung zur individuellen Lösungsfindung. Ich führe Trainings und Gruppencoachings zu Themen wie beispielsweise Karriereplanung und -entwicklung, Führungskräfteentwicklung, Kompetenz- und Profilanalyse, Zeit- und Selbstmanagement, Work-Life-

„Mich faszinieren Menschen, die sich den Herausforderungen in ihrem Leben eigenverantwortlich stellen, eigene Lösungen finden und sich zielorientiert beruflich und privat gesund weiterentwickeln möchten.“

Balance, Netzwerken, Konfliktmoderation, Teamentwicklung und Unternehmensgründung durch. Dabei integriere ich Aspekte der Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Ich arbeite kompetenz-, ressourcen- und lösungsorientiert. Mich faszinieren Menschen, die sich den Herausforderungen in ihrem Leben eigenverantwortlich stellen, eigene Lösungen finden und sich zielorientiert beruflich und privat gesund weiterentwickeln möchten. Ich fokussiere mich erfolgreich auf die Zielgruppe der Akademikerinnen und Akademiker aus dem wissenschaftlichen und nicht wissenschaftlichen Bereich.

„Mein Vertrauen auf 'Ich kann es schaffen, wenn ich es will' hat mir sehr weitergeholfen.“

Was hat Sie dazu motiviert, sich selbstständig zu machen? Und welche waren die wichtigsten Meilensteine?

Mich hat die Aussicht auf eine eigenverantwortliche kreative Arbeitsweise mit Menschen motiviert. Ich bringe wichtige Kompetenzen – wie beispielsweise Risikofreude, Kommunikationsstärke, Einfühlungsvermögen, Neugier, Zielorientierung, Belastbarkeit und Durchhaltevermögen mit. Der entscheidende Meilenstein war die bewusste Kündigung meines Angestelltenverhältnisses. Mein Vertrauen auf „Ich kann es schaffen, wenn ich es will“ hat mir sehr weitergeholfen.

Um für meine Vorgehensweise regelmäßig die Qualität zu sichern, setze ich mir in bestimmten Abständen Ziele und überprüfe immer wieder deren Erreichung. Dadurch motiviere und entwickle ich mich stetig persönlich und beruflich weiter – ganz nach einem Satz von Franz Kafka: „Wege entstehen, indem man sie geht“. Eine weitere Motivation ist mein Wunsch, neue Dinge zu lernen und auszuprobieren. Wichtig ist mir die Unterstützung meiner Familie, denn aus dem Wort „Selbstständigkeit“ geht hervor, mit welchem Arbeitsaufwand meine Tätigkeit verbunden ist.

Wo lagen aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen auf dem Weg in die Selbstständigkeit?

Am Anfang steht eine gute Idee, die in einen Businessplan mündet. Maßgeblich ist, ob ich Kunden gewinnen kann. Daher stehen anfangs auch die Fragen: Wer soll meine Zielgruppe sein? Wie gewinne ich Kunden für mein Angebot? Wie gewinne ich das Vertrauen dieser Menschen, und überzeuge sie von meiner Qualität? Auf der anderen Seite habe ich mich mit meinem „Alleinstellungsmerkmal“ auseinandergesetzt. Was zeichnet mich aus? Warum sollte mich ein Klient buchen? Eine interessante Herausforderung ist

KÖPFE

Heike Schubert
Volljuristin, Zusatzausbildung als Mediatorin BAFM, Coach und Business-Coach

SEIT

2008



NAME & KONTAKT

comsense coaching . mediation
Pffannenstiel 32
55270 Ober-Olm
Telefon: 06136 / 99 74 82
Mail: schubert@com-sense.eu
www.com-sense.eu

ENGAGEMENT

Ich arbeite mit dem hochschulübergreifenden Gründungsbüro Mainz zusammen, begleite viele Existenzgründerinnen im Bereich der Kindertagespflege und unterstütze sie bei der Erstellung eines Businessplans und bei rechtlichen Fragen.

HEIKE SCHUBERT

COMSENSE



es, nach der Planung mutig in die Praxis einzutauchen und die Planung an die Realität anzupassen. Frustrationstoleranz und Selbstmotivationsfähigkeit sind von Vorteil, um Durststrecken überwinden zu können.

Welche Zielgruppe haben Sie, und wie machen Sie Akquise?

Derzeit arbeite ich hauptsächlich mit Personen aus Hochschulen, Universitäten, der Universitätsmedizin, Personalentwicklungsbereichen sowie Gleichstellungs- und Frauenbüros zusammen, die Entwicklungsprogramme für Führungskräfte, Mentoring und Frauenförderung anbieten.

Meine Zielgruppe erreiche ich über Reference Selling. Das heißt: Ich freue mich immer über eine persönliche Weiterempfehlung zufriedener Kunden. Das ist für mich sehr wichtig, denn so kann ich meinen Kundenkreis erweitern. Netzwerken (persönlich und in sozialen Netzen, beispielsweise XING) ist auch ein wichtiger

„Ich sollte zu 100% hinter meiner Unternehmensidee stehen. Das gibt die Kraft und Motivation, die schwierige Gründungsphase zu überstehen.“

Anknüpfungspunkt, über mein Angebot zu informieren und mich bekannt zu machen.

Was sind Ihre nächsten Schritte?

Aufbauend auf meine Tätigkeitsfelder, möchte ich gerne meinen Kundenkreis um Unternehmen erweitern.

Das heißt: Ich möchte mein Unternehmen ausbauen und mehr von dem tun, was ich gut und gerne mache.

Was können Sie Gründungsinteressierten mit auf den Weg geben?

Sich selbständig – selbst und ständig – zu machen, ist sehr zeitgreifend. Ich sollte zu 100% hinter meiner Unternehmensidee stehen. Das gibt die Kraft und Motivation, die schwierige Gründungsphase zu überstehen. Ein Businessplan ist eine gute Basis für die Überlegungen im Vorfeld. Ein Netzwerk aufbauen, Kontakte knüpfen, Durchhaltevermögen, Disziplin und Freude am Selbständigsein, das Vertrauen in sich selbst und die eigenen Fähigkeiten sind wichtige Voraussetzungen.

Mit Nachhaltigkeit und grünem Herz zum Erfolg

Factorship GmbH

Interview mit Simon Dörr, Alumnus der Hochschule Mainz, Betriebswirtschaftslehre, Gründer und Gesellschafter der Factorship GmbH

Herr Dörr, Sie haben während des Masterstudiums die Factorship GmbH gegründet. Was hat Sie zur Selbstständigkeit bewegt und wie hat sich daraus die Idee des „Flaschenbrot“ entwickelt?

Bereits während meines Bachelorstudiums an der Hochschule Mainz habe ich Kontakte zum ortsansässigen iuh - Institut für unternehmerisches Handeln - gepflegt und konnte hierdurch Einblicke in die Option der Selbstständigkeit gewinnen. Im Masterstudium habe ich dann die Factorship GmbH als Strategieberatungsunternehmen gegründet. Die ersten Projekte waren im Bereich 3D-Druck und gedruckte Elektronik. Auf die Idee des Flaschenbrot bin ich eher durch Zufall gestoßen. Ich hatte mein Büro in einer mittelständischen Druckerei, die Freunden von mir gehörte. Dort haben wir unsere Familienrezeptur – also die Zutaten – für leckeres Dinkelvollkornbrot

in Flaschen gefüllt und den Kunden zu Weihnachten geschenkt. Im Nachhinein habe ich beobachtet, wie immer mehr Kunden Interesse an unserem Flaschenbrot gezeigt haben. Kurzerhand habe ich mich dazu entschlossen, die Idee auszubauen, weil ich ein großes Potenzial im Bereich der Bio-Lebensmittel



NAME & KONTAKT

**Factorship GmbH,
Dachmarke Grünes Herz**
Naheweinstraße 227
55450 Langenlonsheim
Telefon: 06704 / 50 83 262
Mail: s.doerr@factorship.de
www.gruenesherz.com



FACTORSHIP.GMBH

SIMON DÖRR

KÖPFE

Die Factorship GmbH mit der Dachmarke Grünes Herz wurde von **Simon Dörr** gegründet. Sein Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Hochschule Mainz komplettierte er mit einem „Master of Finance“ in Frankfurt.

SEIT

2012

FÖRDERUNG

Ich wollte keine Förderung, weil der formelle Aufwand zu viel Zeit in Anspruch genommen hätte. Ich will schnell sein und mich um Produkte und Vertrieb kümmern, das stand und steht immer im Vordergrund.

sehe. Die Kombination von biologischer Feinkost und Geschenkartikel macht Flaschenbrot zu etwas ganz Besonderem. Dass die Zutaten von lokalen Landwirten stammen und das Flaschenbrot in unserer Manufaktur von Hand abgefüllt wird, ist dabei nur das i-Tüpfelchen.

Inwieweit hat sich Factorship GmbH seit der Gründung verändert im Hinblick auf Team, Aufgabengebiete sowie Räumlichkeiten?

Mittlerweile sind wir ein Team von sieben Personen und haben größere Räumlichkeiten bezogen. Ich selbst kümmere mich um Verkauf und Marketing, sowie Strategieplanung und Geschäftsführung. Mein Vater macht die komplette Buchhaltung. Die drei Studenten Peter, Laurin und Thomas unterstützen uns tatkräftig beim Befüllen der Flaschen. Carla ist als Teilkraft in erster Linie für die Produktion verantwortlich und Katja für die Logistik.

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen auf dem Weg in die Selbstständigkeit?

Die größte Herausforderung ist mit Sicherheit, immer weiterzumachen und nie aufzugeben. Es gibt ständig Situationen, bei denen man sich fragt: „Wa-

rum mache ich das Ganze eigentlich?“ oder in denen man einfach an der Idee zweifelt. Genauso kommt es vor, dass bestimmte Dinge, die man sich vornimmt, einfach nicht klappen. Vor allem im Vertrieb muss man einfach mit Rückschlägen rechnen. Ich sage mir dann immer, „wenn es einfach wäre, würde es ja jeder machen“, blicke positiv in die Zukunft und mache einfach weiter.

Sie haben zunächst mit einer Dinkelbrotmischung begonnen und inzwischen das Sortiment erweitert.

Wir haben fünf verschiedene Backmischungen in der Flasche, die wir unter der Marke „Flaschenbrot“, „Flaschenkuchen“ und „Flaschencookies“ mit der Dachmarke Grünes Herz vertreiben. Wir haben ein Dinkelvollkornbrot mit Sesam und Sonnenblumenkernen, ein Kürbiskernbrot mit Champagnerroggen und Gelbweizen sowie ein Grillbrot mit Röstzwiebeln und Kräutern der Provence.

Unser „Flaschenkuchen“ ist ein Osterlamm mit Kokosflocken. Zudem haben wir „Flaschencookies“ mit Kürbiskernen und Zartbitterschokolade. Das Ganze gibt es natürlich auch mit individuellem Etikett für Firmenkunden sowie im Präsentkorb. Hierbei wird besonderer Wert auf biologische Qualität von lokalen Landwirten gelegt.

„Ich sage mir dann immer, 'wenn es einfach wäre, würde es ja jeder machen'.“

Welche Zielgruppe haben Sie? Wie gestalten sich Ihre Akquise und Vertrieb?

Als Kernzielgruppe für Grünes Herz sind Konsumenten identifiziert worden, die dem ökosensiblen LOHAS-Phänomen zuzurechnen sind, dem Lifestyle of Health and Sustainability. Also Menschen, die Nachhaltigkeit und Gesundheitsbewusstsein stark in ihrem Lebensstil pflegen. LOHAS ist per se jedoch keine homogene Zielgruppe, sondern zeichnet sich durch sehr hybrides Verhalten aus. Der ideale Musterkunde von Grünes Herz ist weiblich, zwischen 30 und 40 Jahre alt, lebt im urbanen Milieu, verfügt über ein überdurchschnittliches Haushaltseinkommen und zählt zum sogenannten Bildungsbürgertum. Momentan vertreiben wir unsere Produkte über verschiedene Bio- und Geschenkkläden sowie online bei DaWanda. Weitere Ideen, um unseren Vertrieb auszubauen, sind bereits in konkreter Planung.

Was planen Sie für die Zukunft?

Wir wollen unsere Kunden weiterhin mit neuen, hochwertigen und innovativen Produkten aus dem Haus Grünes Herz begeistern. Dabei werden wir uns im Bereich der Bio-Feinkost und Bio-Feinkost-Geschenkartikel bewegen. Unsere Produkte zu verschenken und zu genießen, soll ein Erlebnis sein und unsere Kunden begeistern.

Darüber hinaus stehen weiterhin die Natürlichkeit und Nachhaltigkeit unseres Unternehmens und unserer Produkte im Fokus unseres Handelns. Wie der LOHAS-Lebensstil gestaltet sich auch unsere Unternehmensphilosophie: So werden beispielsweise mindestens fünf Prozent unseres Jahresgewinns für nachhaltige und soziale Zwecke gespendet.

Was können Sie Gründungsinteressierten mit auf den Weg geben?

Oft kommt nach einem Rückschlag wieder ein großer Schritt nach vorne. Von daher kann ich nur alle zukünftigen Gründer dazu ermutigen, immer weiterzumachen und an sich selbst zu glauben. Steckt euch hohe Ziele, arbeitet hart daran, diese zu verwirklichen und habt einfach Spaß an der Arbeit!

„Oft kommt nach einem Rückschlag wieder ein großer Schritt nach vorne.“

TEAM

Aktuell sind sieben Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt.





Aufstieg auf den Mount Everest

MapCase Media GmbH

**Dominik Kneissl, Alumnus der Hochschule Mainz,
Bachelor Betriebswirtschaftslehre,
Gründer & COO MapCase Media GmbH**

Herr Kneissl, Sie haben mit dem Produkt „MAPtoSNOW“ das Unternehmen MapCase GmbH gegründet. Wie ist Ihre Idee entstanden und worum geht es bei Ihrem Unternehmen?

Unsere Geschäftsidee ist im jungen Themenfeld „Gamification“ angesiedelt. Mein Bruder Bastian und ich haben das Unternehmen mit der Vision gegründet, Menschen zu mehr Sport und Bewegung zu motivieren. Erreichen wollen wir das durch eine Verbindung von Sport und Spiel.

Wir sind leidenschaftliche Skifahrer und während eines Praktikums im Rahmen der Olympischen Spiele 2010 in Kanada hatten wir die Idee, sportliche Aktivitäten über eine App zu belohnen. Wir stellten

ein Konzept auf und kurze Zeit später entwickelten wir MAPtoSNOW, eine App für Skifahrer und Snowboarder, die den Sport mit ortsbasiertem Marketing verbindet. Mit jedem gefahrenen Pistenkilometer können die User der App Pins sammeln. Diese Pins sind mit Coupons, z.B. von lokalen Betrieben verknüpft

und können gegen eine Belohnung, z. B. ein Getränk auf der Hütte, eingelöst werden. Das ist der Start in ein neues digitales Zeitalter im Sport- und Skitourismus für Skigebiete, Marken und Dienstleister: Die App lockt neue Kunden in die Skigebiete und bietet Raum für individuelle Marketingaktionen. Mit ca. 164.000 Downloads und über drei Millionen gefahrenen Pistenkilometern ist unsere User-Bilanz jetzt schon

„Es ist wie die Besteigung eines Berges: Man steigt auf, man stürzt ab und muss trotz eines gebrochenen Beines weiter machen, sonst erfriert man!“

eindrucksvoll. Inzwischen betreiben wir auch Apps im Bereich Fahrrad und Wandern, MAPtoHIKE & MAPtoBIKE.

Was hat Sie dazu motiviert, sich selbstständig zu machen? Und welche waren die wichtigsten Meilensteine?

Schon während des Studiums und im Rahmen diverser Praktika bei großen Unternehmen bemerkte ich, dass ich meinen eigenen selbstbestimmten Weg gehen möchte. Ein Professor an der Hochschule Aschaffenburg, wo mein Bruder

studierte, eröffnete uns die Möglichkeit, unsere Idee der europäischen Raumfahrtbehörde (ESA) vorzustellen. Diese nahm uns in ihr Inkubationsprogramm auf und förderte uns. Kurze Zeit später bewarben wir uns erfolgreich für das EXIST-Gründerstipendium des Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. Das war der Grundstein zur Gründung der MapCase GmbH. Für ein Jahr hatten wir somit eine grundlegende finanzielle Sicherheit, und konnten aus unserer Idee ein erstes marktfähiges Produkt machen.

KÖPFE

Dominik Kneissl

B.A. Betriebswirtschaftslehre, Hochschule Mainz und COO und

Bastian Kneissl

Dipl. Betriebswirtschaftslehre (FH), Hochschule Aschaffenburg und CEO

SEIT

August 2011

MAPCASE

NAME & KONTAKT

MapCase Media GmbH
Corneliusstraße 18
60325 Frankfurt am Main
Telefon: 069 / 15 32 27 260
Mail: kontakt@mapcase.de
www.mapcase.de



AUSZEICHNUNGEN

MapCase gewann den Pitch für das German Accelerator Programm Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie.

FÖRDERUNG

MapCase wurde durch die European Space Agency (ESA) gefördert und erhielt das EXIST-Gründerstipendium des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie. Einer der Investoren ist die Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz (ISB).



TEAM

Die MapCase Media GmbH setzt sich aus einem dreizehn-köpfigen Team zusammen.

Sie haben eine Gründung mit der Besteigung des Mount Everest verglichen. Wo lagen aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen auf dem Weg in die Selbstständigkeit?

Es ist eine große Herausforderung, als Student ein Unternehmen zu gründen. Wir haben die Umsetzung unserer Idee mit Freunden begonnen und waren natürlich unerfahren. Die ersten Meter sind super, doch mit dem ersten Erfolg, liefen auch die Visionen des Teams auseinander. Wir hatten Glück für das EXIST-Stipendium ausgewählt zu werden, doch nach dem Förderjahr muss man das Projekt selbstständig weiter finanzieren. Da sich das Entwicklerteam aus dem Projekt zurückgezogen hatte, standen mein Bruder und ich vor einem großen Problem. Ohne Entwicklerteam kein Produkt.

Ohne Produkt keine Umsätze. Mit Unterstützung unserer Familie haben wir unseren Weg mit unserem Unternehmen erkämpft. Wir schafften es, ein halbfertiges Produkt zu verkaufen. Mit den Umsätzen finanzierten wir externe Entwickler und überzeugten unseren ersten Investor. Es ist wie die Besteigung eines Berges: Man steigt auf, man stürzt

ab und muss trotz eines gebrochenen Beines weiter machen, sonst erfriert man!

Welche Zielgruppe haben Sie, und wie machen Sie Akquise?

Auf der einen Seite müssen wir die User für die App begeistern und auf der Anderen die B2B Kunden. Unsere User-Zielgruppe ist der sportliche aktive Mensch im Alter von ca. 16-35 Jahren, aber nach oben hin ist die Grenze offen. Umsätze machen wir durch den Verkauf von Wettbewerben, Me-

dailles und Werbeflächen an Skigebiete, Tourismusverbände, Markenindustrie und lokale Leistungsträger wie Hotels, Restaurants oder Geschäfte. Dort können die User ihre gesammelten Pins einlösen. So entsteht eine „win-win-Situation“, da Kunden in die lokalen Geschäfte gelockt werden.

Dritte Zielgruppe für den Vertrieb ist die Markenindustrie. Diese können in unseren Apps Wettbewerbe austragen lassen und so mit dem User interagieren, also Kommunikation von Werbetreibenden mit ihrer Zielgruppe. Gamification kombiniert mit location-based Marketing hat eine große Reichweite und ist effektiv.

„Ohne die Erweiterung des Netzwerks sind die weitere Umsetzung und das Wachstum des Unternehmens auch nicht möglich. Deshalb war das Gründungsbüro an der Hochschule Mainz am Anfang auch sehr wichtig!“

Was sind Ihre nächsten Schritte?

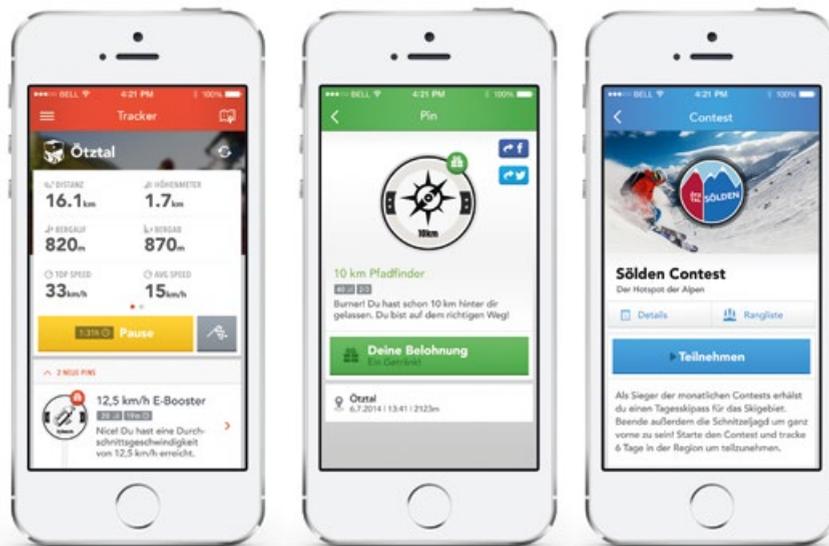
Aktuell arbeiten wir an MAPtoBIKE und MAPtoHIKE. Weitere Projekte sind der German Accelerator, der DACH- und EU- Markt, sowie Nordamerika und eine Web-Plattform für Outdoor-Apps.

Was können Sie Gründungsinteressierten mit auf den Weg geben?

Eine Gründung hat verschiedene Phasen, wie eine Besteigung des Mount Everest.

Die schwierigste Phase ist, wenn man Erfolg hat. Familie, Freunde und Förderer sind die Säulen. Meine Eltern und meine Freundin sind jederzeit eine fundamentale Stütze.

Ohne die Erweiterung des Netzwerks sind die weitere Umsetzung und das Wachstum des Unternehmens auch nicht möglich. Deshalb war das Gründungsbüro an der Hochschule Mainz am Anfang auch sehr wichtig!



STATUS QUO

Die Geschäftsidee befindet sich in der vollen Umsetzung.

ENGAGEMENT

Dominik Kneissl ist gerne bereit, seine Erfahrungen mit Gründungsinteressierten zu teilen und engagiert sich daher als Mentor im Gründungsbüro für Junggründerinnen und -gründer.

Input nutzen die eigene Idee zu reflektieren und zu stärken

N'Eis – das Neustadteis

Julia von Dreusche und Anke Carduck, Alumnae der Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Medienmanagement, sowie Gründerinnen von N'Eis – das Neustadteis

Wie ist Ihre Idee für N'Eis entstanden und warum geht es bei Ihrem Unternehmen?

Die Idee mit dem kleinen Eisladen war nicht von langer Hand geplant, sondern eher spontan. Wir hatten beide Vollzeitstellen in Agenturen und waren damit eigentlich auch nicht unzufrieden. Trotzdem haben wir manchmal darüber gesprochen, wie es wäre, einen eigenen Laden zu haben. So richtig kam dann alles ins Rollen, als der kleine Eckladen am Gartenfeldplatz frei wurde. Wir kannten den Laden schon, als dort noch eine Bäckerei drin war, und er ist uns während unserer gemeinsamen WG-Zeit sehr ans Herz gewachsen. Wir dachten: jetzt oder nie – und haben uns überlegt, was man dort machen könnte. Und so ist „N'Eis – das

Neustadteis“ entstanden, eine kleine Eismanufaktur, in der wir täglich unser Eis ohne Farb-, Aroma- und Konservierungsstoffe selbst herstellen.

Was hat Sie dazu motiviert, sich selbstständig zu machen? Und welche waren die wichtigsten Meilensteine?

Der Laden und die Lage waren für uns die wichtigste Motivation. Wir haben zwar im Vorfeld schon darüber gesprochen, uns selbstständig zu machen, aber konkrete Pläne gab es nicht. Als der Laden frei wurde, standen wir quasi noch bei null. Wir mussten uns dann um den Businessplan, die Finanzierung und die gesamte weitere Planung kümmern. Wichtig für uns persönlich war es, einen Plan B zu haben. Also haben wir uns entschieden, unseren Job nicht komplett an

„Wir dachten: jetzt oder nie.“



Julia von Dreusche, Anke Carduck



NAME & KONTAKT

N'Eis – das Neustadteis
Gartenfeldplatz 12
55118 Mainz
Telefon: 06131 / 48 70 677
Mail: info@n-eis.de
www.n-eis.de

den Nagel zu hängen, sondern wir nutzen die Möglichkeit des Jobsharings. So haben wir uns etwa drei Monate nach der Eröffnung noch einen Job in der Agentur und die Arbeit im Eisladen geteilt. Da der Laden aber so gut anlieft, haben wir gekündigt und sind seitdem beide Vollzeit im N'Eis.

„Wichtig für uns persönlich war es, einen Plan B zu haben.“

Wo lagen aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen auf dem Weg in die Selbstständigkeit?

Vor der Gründung war die größte Herausforderung, sich in dem „Informationsdschungel“ zurechtzufinden. Welche Genehmigungen brauchen wir? Wer stellt diese Genehmigungen aus? Was müssen

wir beachten? Nach der Gründung hat uns die Personalplanung vor die größte Herausforderung gestellt. Wie viele Aushilfen benötigen wir? Wer kann wann arbeiten?

Welche Zielgruppe haben Sie, und wie machen Sie Akquise?

Das Schöne an unserem Laden ist, dass wir keine eingegrenzte Zielgruppe haben. Wir sind zwar als „Hipster-Laden“ verschrien, aber es kommen Leute aller Altersstufen zu uns. Dann sitzen Kinder zwischen Studierenden und alteingesessenen Mainzern auf dem Gartenfeldplatz und genießen die Sonne. Kundenakquise machen wir eigentlich nicht. Es läuft vieles über Mundpropaganda und am Anfang hatten wir das Glück, dass viele Zeitungen über uns berichtet haben und somit die Neugier der Mainzer geweckt wurde. Der Laden lief dann eigentlich ab dem ersten Tag besser als wir das in unseren kühnsten Träumen erwartet hätten. Da unser Angebot täglich wechselt, informieren wir unsere Kunden auf Facebook über die aktuellen Sorten.

Was sind Ihre nächsten Schritte?

Wir planen für den Sommer, unser Eis in 125 ml-Becher



KÖPFE

Julia von Dreusche
Diplom-Medienwirtin
Anke Carduck
Diplom-Medienwirtin

SEIT

Die „Carduck, von Dreusche GbR“ wurde im November 2012 gegründet. Die Eröffnung des Eisladens war am 23. März 2013.

AUSZEICHNUNGEN

- Mainzer Wirtschaftspreis 2013
- 3. Platz Pioniergeist Rheinland-Pfalz 2013

TEAM

Vier Festangestellte (davon in der Küche: eine Vollzeitstelle, eine 3/4-Stelle, eine halbe Stelle; im Verkauf: eine Vollzeitstelle) Hinzu kommen im Sommer ca. 20 Aushilfen

STATUS QUO

Es gibt einen Eisladen, ein Eisfahrrad für Veranstaltungen (insbesondere für Hochzeiten) und einen alten VW-Bus zum Eisverkauf am Rhein.

ENGAGEMENT

Wir sind in keiner Gründer-initiative. Aber durch die vielen Neugründungen in Mainz besteht ein sehr gutes Netzwerk und man hilft sich gegenseitig mit wichtigen Infos und Tipps. Zusätzlich nehmen wir uns oft Zeit, um uns mit Gründungsinteressierten aus anderen Städten zu treffen und um Erfahrungen weiterzugeben. Wir waren 2013 u.a. in der Jury des „Leinen los“-Gründerwettbewerbs.

abzufüllen und es an verschiedene kleine Gastronomiebetriebe zu verkaufen. Aber auch sonst wird uns nicht langweilig. So wird es im Jahr 2015 bestimmt wieder einige neue Sorten geben.

Was können Sie Gründungsinteressierten mit auf den Weg geben?

Mut und Durchhaltevermögen sind zwei Eigenschaften, die man gerade in der Anfangszeit auf jeden Fall haben sollte. Zu Beginn wird man oft mit Gegenwind zu kämpfen haben. So treten während der Gründung garantiert Komplikationen auf, die man selbst im besten Businessplan nicht einkalkulieren kann. Das können Genehmigungen von Behörden, durch



Handwerker verursachte Verschiebungen des Zeitplans oder Lieferverzögerungen bei wichtigen Maschinen sein. Auch meint jeder, gute Ratschläge zum Konzept, zum Standort oder der Herangehensweise geben zu müssen. Hier sollte man sich nicht verzetteln, sondern den Input dazu nutzen, um die eigene Idee zu reflektieren und zu stärken. Denn wenn man mit Herzblut hinter seiner Idee steht, dann merkt das auch der potenzielle Kunde.

Ebenso ist von Vorteil, wenn man sich bei seiner Idee zumindest in Teilgebieten auskennt. Bei uns war es so, dass wir komplette Neulinge in der Gastronomie waren und uns alle Kenntnisse neu aneignen mussten. So haben wir unser „Eisdiplom“ in der Eisfachschule in Werl gemacht und unser Eislehrer Herr Koch hat uns dann noch bei der Planung der Eisküche beraten. Dafür konnten wir uns aber im Bereich Marketing und Werbung aus, konnten das Erscheinungsbild eigenständig entwickeln und sind bei der Gestaltung von unseren Zusatzprodukten, wie beispielsweise Kaffeebecher oder Brettchen, nicht auf die Hilfe Dritter angewiesen.



Erfolgreiche Globalisierung erfolgt nur, wenn wir uns verstehen

sprachoffensive

Sarah Betzel, Alumna der Hochschule Mainz, Bachelor Betriebswirtschaft, und Gründerin der sprachoffensive



SARAH BETZEL



SPRACHOFFENSIVE

NAME & KONTAKT

sprachoffensive GbR –
Sprachen Leben Lernen
Alte Gärtnerei 1
55128 Mainz
Telefon 06131 / 72 09 299
Mail: info@
sprachoffensive.de
www.sprachoffensive.de

Schon während des Studiums der Amerikanistik und Wirtschaftspädagogik an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz hat Sarah Betzel in einem Weiterbildungsinstitut Wirtschaftsenglisch unterrichtet und dort später auch die Fachbereichsleitung „Sprachen“ inne gehabt. Als dieses Institut vor drei Jahren geschlossen werden sollte, kam sie auf die Idee, es selbst zu übernehmen und komplett neu auszurichten und umzustrukturieren, denn „die Fachgruppe Sprachen sollte weiter bestehen bleiben“. Sarah Betzel war zu dieser Zeit Studentin im Bachelorstudengang Betriebswirtschaftslehre an der Hochschule Mainz.

Die Motivation, dass Selbstständigkeit eine Karriereoption für sie darstellte, kam Sarah Betzel spätestens durch ihre erfolgreiche Teilnahme am COEUR-Projekt (Competence in EuroPreneurship)

im Jahr 2012, und die Prämierung ihrer Präsentation als die beste dieses Kurses. Angeregt durch die Beratung im Gründungsbüro hat sich Sarah Betzel kurze Zeit später auf der nationalen Gründermesse ignition erstmals strategisch mit der Thematik auseinandergesetzt. Parallel zu den Vorlesungen des folgenden Wintersemesters hat sie ein Gründercoaching mit E.U.L.E. e.V. absolviert. „Das war sehr anstrengend, nach der Vorlesung ins Coaching zu gehen. Aber dadurch habe ich relativ zügig einen Businessplan erstellt, eine Marktanalyse durchgeführt, Strategien für die Übernahme des Unternehmens erarbeitet und einen Darlehensantrag erstellt.“ Praktisch ein Jahr nach der COEUR-Prämierung hat Sarah Betzel das Weiterbildungsinstitut offiziell übernommen, welches sie nun sukzessiv nach ihren eigenen strategischen Schwerpunkten zum

Sprachinstitut umbaut. Der Grundstein für die sprachoffensive war gelegt. Wird Sarah Betzel nach den Herausforderungen gefragt, so nennt sie an erster Stelle die faire Gestaltung von Unternehmensübernahme mit der gleichzeitigen totalen Umstrukturierung. Die frühere Studentin war jetzt plötzlich Chefin des Unternehmens, was einerseits für sie sehr viel Fingerspitzengefühl im Umgang mit der ehemaligen Vorgesetzten bedeutete. Andererseits war es für sie aber auch von Vorteil, das Wissen der langjährigen Vorgesetzten, insbesondere bei der Vertragsgestaltung, zu nutzen. Diese unterstützte sie aber auch dabei, dass sie ihr Studium erfolgreich abschließen und gleichzeitig das Unternehmen übernehmen konnte. Heute ist diese Mitarbeiterin für die Administration zuständig, während Sarah Betzel Strategie und Neuausrichtung des Sprachinstituts überdenkt und für die Kundenakquise verantwortlich ist.

Zielgruppe der sprachoffensive sind Unternehmen, die sich mit den Themen Fachkräftemangel, demografischer Entwicklung und globaler Tätigkeit beschäftigen. Die junge Chefin der sprachoffensive möchte diese Kunden mit ihren

Kompetenzen auf ihrem Weg der globalen Entwicklung unterstützen. Dabei spricht Sarah Betzel ihre möglichen Kunden gerne persönlich an, geht es bei ihr doch um die Verbindung von Sprache und Wirtschaft. Durch das Gründungsbüro hat sie in Kathrin Dupré, Absolventin der Kulturwissenschaften der Universität Mainz, eine wertvolle Mitspielerin gefunden, die eine ähnliche Gründungsidee verfolgt, mit Fokus auf der Vermittlung von interkultureller Kompetenz. Aufgrund ihrer unterschiedlichen eigenen Kompetenzen ergänzen sich die beiden hervorragend für die strategische Weiterentwicklung der sprachoffensive. „Es geht nicht nur darum, die Sprache zu verstehen, sondern auch den Umgang mit gesellschaftlichen Gepflogenheiten anderer Kulturen.“ Dadurch sollen einerseits Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vorbereitet ins Ausland gehen können, andererseits ist es auch sehr wichtig, bspw. internationale Telefonkon-

„Die Herausforderung bei der Nachfolge war die faire Gestaltung von Unternehmensübernahme mit der gleichzeitigen totalen Umstrukturierung.“

KÖPFE

Sarah Betzel
Studium der Betriebswirtschaftslehre in Vollzeit

SEIT

Offizielle Gründung bzw. Unternehmensübernahme zum 01.09.2013

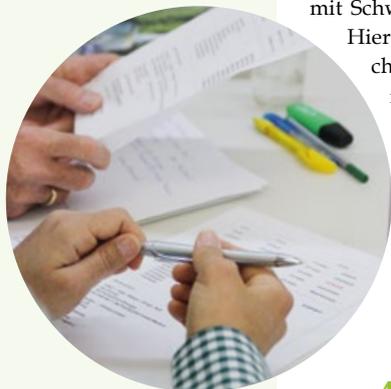
SARAH BETZEL

SPRACHOFFENSIVE



TEAM

Insgesamt besteht das Team aus zwei Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie acht freischaffenden Trainern.



ferenzen mit unterschiedlichen Partnern aus aller Welt gut vorzubereiten. „Wenn Sie bei Chinesen in einer Telefonkonferenz Witze reißen, führt dies schnell zu geschäftlichen Irritationen.“

Der Grundstein für die nächsten Schritte zur Etablierung von sprachoffensive ist durch die Fokussierung auf die Vermittlung von interkultureller Kompetenz bereits gelegt. „Derzeit sortieren wir Projekte und Ideen. Neben dem Thema Fachkräftemangel werden wir auch Prioritäten im Bereich Tourismus legen, mit Schwerpunkt ‚asiatische Touristen‘.

Hier denken wir an die Hotelbranche als neue Kundengruppe. Wir möchten durch Verbindung von Sprache und der jeweiligen Kultur die Schaffung einer

„Auch die Möglichkeit des Scheiterns bei der Umsetzung der eigenen Gründungsidee muss akzeptiert werden, ohne dass sich Gründungsinteressierte entmutigen lassen.“

Willkommenskultur in unserem Land voranbringen. Im Hinblick auf den Fachkräftemangel jedoch ist der Aufbau einer Bleibekultur für die langfristige Integration ausländischer Fachkräfte unbedingt notwendig.“

Allen Gründungsinteressierten möchte Sarah Betzel viel Durchhaltevermögen empfehlen sowie einen kritischen Umgang mit der eigenen Gründungsidee und der eigenen Person. „Eine Selbstanalyse ist ratsam zum Kennenlernen der eigenen Stärken und Schwächen.“ Auch die Möglichkeit des Scheiterns bei der Umsetzung der eigenen Gründungsidee muss akzeptiert werden, ohne dass sich Gründungsinteressierte entmutigen lassen.

Der größte Fehler an einer Gründung ist, es nicht zu tun

Thesius

Michael Grupp, Alumnus der Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Rechtswissenschaft und Mitgründer von Thesius (DDL Deutsche Dissertationslisten GmbH)

Thesius ist eine Gründung der beiden Juristen Jennifer Antomo und Michael Grupp. Im Jahr 2012 begannen sie, mit Unterstützung einiger Doktoranden aus ihrem Umfeld bibliographische Daten zu abgeschlossen Dissertationen zu sammeln und zu ordnen. Zu diesem Zeitpunkt gab es keinerlei Möglichkeiten, verlässlich und zügig in Erfahrung zu bringen, welche Arbeiten bereits abgeschlossen waren und welche Doktoranden gerade an welchem Thema forschten. Das folgende Interview wurde mit Michael Grupp geführt.

Herr Grupp, wie ist Ihre Idee entstanden und worum geht es bei dem Unternehmen Thesius?

Der Gedanke für die Gründung von Thesius entstand aus einem eigenen Bedürfnis heraus: Alle Teammitglieder sind oder waren selbst Doktoranden und haben zuvor akademische Abschlussarbeiten geschrieben. Die Rechercheproblematiken

waren hinlänglich bekannt und haben uns selbst, wie viele andere Studierende auch, oftmals zum Verzweifeln gebracht.

Häufig wurde thematisiert, dass keine Internetplattform von und für Promovierende existiert, welche Informationen im Überblick aufzeichnet. Die universitären Kooperationsmöglichkeiten funktionierten nicht fächerübergreifend und nicht bundesweit. Dieses Problem galt es anzugehen und so war die Idee zu Thesius geboren. Ursprünglich als Hobbyprojekt mit dem Ziel gestartet, alle Dissertationen der Bundesrepublik zu listen, wuchs Thesius zu einer Art „XING“ für alle heran, die an einer Abschlussarbeit oder Promotion arbeiten.

Aktuell verbindet Thesius nun deutschlandweit Doktorandinnen und Doktoranden sowie Studierende, die an ihrer Bachelor- oder Master-Thesis schreiben. Mittlerweile sind rund zwei Millionen aller Doktorarbeiten seit 1948 gelistet. Das



Jennifer Antomo, Tim Conradi,
Michael Grupp



NAME & KONTAKT

Thesius (DDL Deutsche Dissertationslisten GmbH)
Erthalstraße 1, 55118 Mainz
Mail: kontakt@dissertationsliste.de
www.thesius.de

KÖPFE

Michael Grupp

Staatsexamen Jura, Johannes Gutenberg-Universität Mainz

SEIT

2012

AUSZEICHNUNGEN

- Mainzer Wirtschaftspreis 2014 der Wirtschaftsjunioren für die beste Gründung
- Innovations- & Gründerpreise, u.a. der Universität St. Gallen - Hochschule für Wirtschafts-, Rechts- und Sozialwissenschaften, start2grow der Wirtschaftsförderung Dortmund, EBSpreneurs-hip Forum der European Business School in Oestrich-Winkel

Prinzip ist somit eigentlich einfach: Wer in der Datenbank recherchieren will, muss zuerst angeben, mit welcher Thematik er sich selbst beschäftigt. Schon verbessern sich Schritt für Schritt Sichtbarkeit und Wissenschaftskommunikation.

Was hat Sie dazu motiviert, sich selbstständig zu machen? Und welche waren die wichtigsten Meilensteine?

Als Rechtsanwalt liegt die Selbstständigkeit schon ein wenig näher als in anderen Berufen. Dazu kommt, dass ich bereits seit längerem mit einem Datenbankentwickler an der Umsetzung einer Lösung gearbeitet hatte. Gedanklich war der Schritt, wenn auch mit anderem Inhalt, schon getan. Ich bin ein neugieriger, pragmatischer und aktiver Mensch. Meine Hauptmotivation war es, ein Problem lösen zu können und ein eigenes Unternehmen zu gründen. Dabei sollte mit dem Ziel, ein bestimmtes Bedürfnis zu befriedigen, entsprechend ein Produkt entwickelt werden. Bis zu diesem Zeitpunkt war ich in verschiedenen Wirtschaftskanzleien tätig und konnte auf dieser Erfahrung aufbauen. Ich fühle mich für die Selbstständigkeit gut gewappnet. Die Tatsache, dass der Gründung früh eine große Summe an Risikokapital zur Verfügung gestellt wurde, begünstigte die Entscheidung, das Angestelltenverhältnis zu verlassen

und sich voll und ganz Thesius zu widmen. Bereits kurze Zeit später war es uns möglich, die ersten Unternehmen als Kunden zu gewinnen, was mein persönlicher Machbarkeitsnachweis darstellte. Seit August 2014 zählt Thesius zu einer der größten Doktorandeninitiativen. Mit Verleihung des Wirtschaftspreises 2014 erhielten wir zusätzlich eine erfreuliche Bestätigung auf unserem Weg.

Wo lagen aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen auf dem Weg in die Selbstständigkeit?

Für mich persönlich ist das schwer zu sagen. Es gab viele kleinere Stolpersteine. Sich selbstständig zu machen, ist auch mit einem hohen Risiko verbunden - im privaten wie auch im beruflichen Bereich. Gerade zu Beginn wird einem auch in finanzieller und bürokratischer Hinsicht einiges abverlangt. Wirklich Kraft kosten immer erst später geerntet werden können. Aus Sicht des Unternehmens war es eine besondere Herausforderung, sich mit dem Vertrieb auseinanderzusetzen. Thesius stellt einen innovativen Ansatz der Branche dar. Die Lösung richtig zu beschreiben und zu verkaufen hat viel Zeit, Mühe und auch einige Frustration verursacht. Weiterhin war und ist es schwer, geeignetes Personal zu finden.

„Meine Hauptmotivation war es, ein Problem lösen zu können und ein eigenes Unternehmen zu gründen.“

Zwar ist das Arbeitsangebot im Rhein-Main-Gebiet ausreichend, trotzdem ist es auch für finanzierte Startups schwer, geeignetes und qualifiziertes Personal zu finden.

Welche Zielgruppe haben Sie und wie machen Sie Akquise?

Unsere Zielgruppe umfasst vor allem Promovierende und Studierende. Das Team von Thesius steht in engem Kontakt zu Hochschulen, welche Zugang zu potenziellen Nutzern der Plattform bieten. Einerseits kann durch diese Kooperationen Akquise betrieben werden, zum anderen eröffnet sie die Möglichkeit, unser Netzwerk zu erweitern und neue sowie bestehende Kontakte zu knüpfen bzw. zu pflegen.

Was sind Ihre nächsten Schritte?

In der kurzen Zeit, in der Thesius online ist, haben wir es geschafft, dass viele Tausend Doktorandinnen und Doktoranden diese Plattform nutzen. Jetzt wurde das Konzept erweitert. Mittlerweile besteht auch die Möglichkeit, in Kooperation mit der großen Forschungsgemeinschaft (Mitglieder sind dort Universitäten, Hochschulen, Forschungseinrichtungen und Unternehmen) auf Thesius Themenvorschläge für Abschlussarbeiten zu erhalten. Der Sinn dieser Themenvermittlung liegt in einer Art fachlichem Schaulfenster der Wirtschaft, welches auch als Karrieresprungbrett genutzt werden

kann. Wir erwarten, dass sich das Netzwerk durch diese Maßnahme vergrößert und die Nutzerzahlen weiter wachsen. Das ehrgeizige Ziel, einen vernünftigen und fachbezogenen Abgleich zwischen Studierenden und Promovierenden untereinander und zu Fachleuten aus der Wirtschaft herzustellen, ist hoffentlich in ein paar Jahren erreicht. Diesem Vorhaben sehen wir zuversichtlich entgegen.

Was können Sie Gründungsinteressierten mit auf den Weg geben?

Verallgemeinerungen und vor allem auch sogenannte Weisheiten sind in der Gründerszene ja eher selten. Was ich aber zumindest aus Erfahrungen mit Thesius raten kann: Der Kontakt zum Kunden kann nie zu früh stattfinden. Damit hängt auch zusammen: Wer eine Idee hat, muss darüber reden. Es bringt nichts, etwas im Geheimen auszuköcheln. Niemand stiehlt Ideen. Und wenn die erfolgreiche Umsetzung so schnell nachgeahmt werden kann, dann ist es keine besonders gute Idee. Im Gegenteil: Jeder Gesprächspartner ist ein potenzieller Kunde oder Nutzer. Und man erhält gerade von anderen in der Regel die entscheidenden Hinweise über Substitute oder Konkurrenzprodukte. Deshalb: Immer und früh in den Dialog mit anderen treten und Ideen kommunizieren.

„Wer eine Idee hat, muss darüber reden. Es bringt nichts, etwas im Geheimen auszuköcheln. Jeder Gesprächspartner ist ein potenzieller Kunde oder Nutzer.“

TEAM

Zehn Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

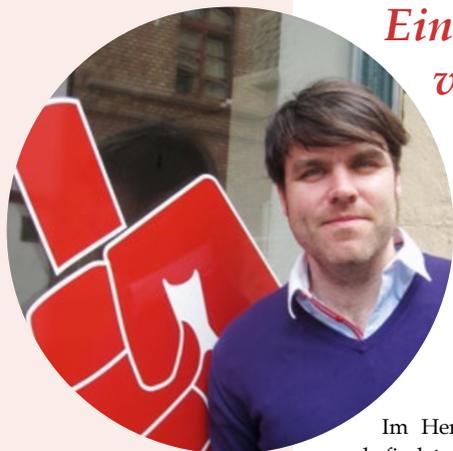
ENGAGEMENT

Michael Grupp ist Vortragender, Organisator und Jurymitglied bei Gründerveranstaltungen sowie Initiator und 1. Vorstand des Mainzer Gründertreffen e.V., das eine Veranstaltungsreihe für Unternehmer organisiert und über die Mainzer Gründerszene informiert.



4

**SOZIAL-, POLITIK-
UND GEISTES-
WISSENSCHAFTEN**



Eine Unternehmensgründung verlangt Geduld und Gespür für Realität

Autorenkombinat

**Daniel Beißmann, Alumnus der
Johannes Gutenberg-Universität Mainz,
Politikwissenschaft und Gründer der
TV-Produktionsfirma Autorenkombinat**

Im Herzen der Mainzer Altstadt befindet sich die TV-Produktionsfirma Autorenkombinat. Inhaber ist Daniel Beißmann. Als Produzent und Autor arbeitet er und sein 14-köpfiges Team tagtäglich an bewährten und neuen TV-Formaten. Im Autorenkombinat entstehen so zahlreiche Fernsehbeiträge: Egal ob lustig, erklärend oder informativ. Das Autorenkombinat arbeitet immer mit einem hohen journalistischen und visuellen Anspruch.

Wie ist die Idee für das Autorenkombinat entstanden und worum geht es bei dem Unternehmen?

Parallel zu seinem Studium an der Johannes Gutenberg-Universität in Mainz war Daniel Beißmann als redaktioneller

Mitarbeiter beim ZDF beschäftigt. Um einen tieferen Einblick in die unterschiedlichen journalistischen und produktionstechnischen Arbeitsfelder zu erhalten, absolvierte er mehrere Praktika, unter anderem auch im ZDF-Auslandsstudio in Rio de Janeiro. Nach seinem Studium arbeitete Daniel Beißmann fünf Jahre als freier Drehbuchautor, u.a. für das ZDF-Kinderquiz „1,2 oder 3“ und als Redakteur bei dem Kinderinfomagazin „pur“.

Aufgrund dieser langjährigen Erfahrung im Fernsehgeschäft beschloss er im Jahr 2007, das Autorenkombinat zu gründen. Im Autorenkombinat arbeitet ein Team von derzeit 14 Personen mit unterschiedlichen Kompetenzen - von der Redaktion über den Dreh und den Schnitt - an TV-Produktionen für Fernseh-

„Das Team ist eine ‚gemischte Truppe‘ - alle mit ganz individuellen Lebenswegen, ein jeder mit Stärken und Schwächen.“

anstalten, unter anderem für den KiKa (Kinderkanal), das ZDF oder für 3Sat. Das Team selbst ist eine „bunt gemischte Truppe“ aus Autoren, Cuttern, Grafikern und einem Kameramann - alle mit ganz individuellen Lebenswegen, ein jeder mit Stärken und Schwächen.

Was war die Motivation, sich selbstständig zu machen? Und welche waren die wichtigsten Meilensteine?

Im Laufe der insgesamt acht Jahre beim ZDF hat Daniel Beißmann beschlossen, dass „etwas Neues passieren müsse“. Die Arbeit in den verschiedenen Redaktionsbereichen war sehr abwechslungsreich und der Beruf ermöglichte kreatives Ausgestalten von Sendungen. Trotzdem reizte es ihn, das Arbeitsumfeld selbst zu bestimmen sowie Projekte und das Team selbst aussuchen zu können.

Dabei konnte er auf seine bisherigen Erfahrungen beim ZDF aufbauen. Denn er konnte einen Auftrag mitnehmen und diesen mit einem befreundeten Kameramann und einem eigenen Cutter umsetzen. Dennoch war es wichtig, schnell mindestens ein bis zwei regelmäßige Projekte hinzuzugewinnen, um das Autorenkombinat aufrecht zu erhalten.

Im Laufe der nächsten zwei bis drei Jahre konnte er weitere wöchentliche TV-Projekte akquirieren, wie beispielsweise den „UN-Kindergarten“ für das ZDF-auslandsjournal oder den „WISO-tipp“. Durch das Produzieren von Pro-

gramminhalten, ist die Firma stetig gewachsen und neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind dazugestoßen. Kontinuität ist für Daniel Beißmann sehr wichtig. Das bedeutet auch, dass er alle Projekte mit fest angestelltem Personal vor Ort betreuen möchte. Ganz im Gegensatz zu anderen Produktionsfirmen, die häufig mit Freelancern zusammenarbeiten und sich rein auf das Projektmanagement konzentrieren. Im Autorenkombinat ist jeder Spezialist sofort erreichbar, wodurch die Zusammenarbeit schnell und reibungslos ablaufen kann. Für jede Sparte hat Daniel Beißmann mindestens einen Profi vor Ort. So entstehen qualitativ hochwertige und sendefähige Beiträge an einem Standort. Das zeigt sich auch an den Erfolgen: Das Autorenkombinat wurde für einige seiner Beiträge mit hochrangigen Designpreisen ausgezeichnet.

Wo lagen die größten Herausforderungen auf dem Weg in die Selbstständigkeit?

„Die Gründung an sich ging recht schnell“, sagt Daniel Beißmann. Auch die Finanzierung war für ihn kein großes Problem, da mit einem halben Jahr Vorlauf die Kosten für Material, Broadcast-Peripherie, Schnittrechner etc. ermittelt wurden. Das benötigte Kapital von etwa 35.000 Euro hat Daniel Beißmann selbst mit eingebracht. Für den positiven Verlauf der Gründung ist laut Beißmann aber ein guter Steuerberater essentiell: „Man braucht jemanden, der ausführlich

KÖPFE

Daniel Beißmann

Politikwissenschaft, Mittlere und Neuere Geschichte und Komparatistik, M.A., Johannes Gutenberg-Universität Mainz

SEIT

2007

AUSZEICHNUNGEN

- Best of Corporate Publishing 2014 (Digital Media/Video: Realfilm)
- Quester Awards 2014 (Ehrenpreis Kategorie: Best of Show)
- German Design Award 2014 (Kategorie: Audiovisual and Digital Media)
- Best of Corporate Publishing 2013 (Digital Media/Video-Animation)
- Econ Award 2013 (Film und Video)
- Eyes & Ears Award 2012 (Kategorie: Beste Informations- oder Nachrichten-design bzw. -animation)
- Designpreis Rheinland-Pfalz 2012 (Film/Audio)
- Kress Awards 2012 (Film)
- MKN Award 2012 (Animation/3D)
- MKN Award 2011 (Animation/3D)
- MKN Award 2008 (Trailer)



NAME & KONTAKT

Autorenkombinat
Schönbornstr. 14
55116 Mainz
Telefon: 06131 / 14 31 773
Mail: post@autorenkombinat.com
www.autorenkombinat.com

TEAM

Aktuell besteht das Team aus 14 Mitgliedern.

STATUS QUO

Es läuft gut.

ENGAGEMENT

Seit 2009 Mitglied der Wirtschaftsunioren Mainz (Rheinessen)

„Wenn man gute Arbeit macht, ist das auch tolle Werbung für das eigene Unternehmen. Denn die Redaktionen tauschen sich aus.“

erklärt und hilft, denn Umsatz ist nicht gleich Gewinn.“ Jeder Gründer sollte eher konservativ und realistisch kalkulieren – „sich nicht gleich einen Porsche leasen“. Eine Unternehmensgründung verlangt Geduld und ein Gespür für Realität.

Welche Zielgruppe hat das Unternehmen, und wie macht es Akquise?

Die Kunden sind natürlich die Fernsehsendeanstalten, für die das Autorenkombinat regelmäßig Beiträge produziert. Zum Beispiel das ZDF mit seinem ganzen Sender-Angebot aus ZDFneo, ZDFinfo etc. Jede Redaktion ist wie ein komplett neuer Kunde oder ein neues Unternehmen. „Manchmal ist man zufällig zur richtigen Zeit am richtigen Ort“, sagt Beißmann. „Und: Wenn man gute Arbeit macht, ist das auch tolle Werbung für das eigene Unternehmen. Denn die Redaktionen tauschen sich aus.“ Mittlerweile arbeitet das Autorenkombinat auch für große PR-Agenturen oder Geschäftskunden wie Sennheiser, die Sparkasse oder Union Investment.

Was sind die nächsten Schritte?

Ziel ist es, sich stetig zu entwickeln und zu verbessern. Während die Produktionsabläufe und das Arbeitsumfeld immer professioneller werden, sieht Beißmann bei der räumlichen Aufstellung noch Handlungsbedarf. Momentan ist das Autorenkombinat auf drei Standorte in Mainz verteilt. Seine Vision ist es, über

ein eigenes ausreichend großes Gebäude zu verfügen, in dem jeder Bereich genug Platz hat und in dem er und sein Team sich wirklich voll vernetzen können.

Ein weiteres Ziel ist es, längere Dokumentationen zu produzieren, denn die bisherigen TV-Beiträge sind nur circa fünf bis acht Minuten lang. Daniel Beißmann und sein Team möchten jedoch gerne auch längere Geschichten erzählen können.

Was gibt Daniel Beißmann Gründungsinteressierten mit auf den Weg?

Wenn man von dem, was man anbieten möchte, selbst vollkommen überzeugt ist, dann sollte man eine Gründung bzw. den Weg in die Selbstständigkeit auf jeden Fall versuchen. Selbst wenn man mal scheitert, ist dies keine Niederlage. Aus solchen Fehlern oder Schwierigkeiten kann man lernen – und lernen ist nie verkehrt. Neben der inhaltlichen Expertise sind auch betriebswirtschaftliche Kenntnisse sowie unternehmerisches Denken für die Selbstständigkeit äußerst wichtig. Wer nicht über ein solches Wissen verfügt, sollte sich professionelle Hilfe, wie zum Beispiel einen guten Steuerberater, suchen. Vertrauensvolles Zusammenarbeiten ist hierbei die Basis. Darüber hinaus kann auch der Austausch mit anderen Gründern eine Stütze sein. In Netzwerken, wie zum Beispiel bei den Wirtschaftsunioren, kann man sich mit anderen Unternehmern austauschen, die ähnlichen Herausforderungen gegenüberstehen.



Klare Zielsetzungen haben

E.U.L.E. e.V.

Elisabeth Kolz, Alumna der Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Magister in Politologie, Soziologie und Ethnologie, erfolgreich selbstständig als Geschäftsführerin des Vereins E.U.L.E. e.V. und Inhaberin des Unternehmens E.G.O.Universal, Beratung-Training-Coaching

Frau Kolz, was verbirgt sich hinter dem Verein E.U.L.E. und welche Dienstleistungen bieten Sie an?

E.U.L.E. ist der gemeinnützige Verein in Mainz und Umgebung, in dem Unternehmerinnen und Unternehmer organisiert sind. Ebenso ist er eine zentrale Anlaufstelle für Gründerinnen, Gründer und Gründungsinteressierte. Wir setzen auf die fundierte Vorbereitung von unternehmerischen Vorhaben in allen Unternehmensphasen, auf die gemeinsame Erweiterung des Horizontes und auf Planung als Entscheidungsgrundlage zur Vermeidung bekannter unternehmerischer Fehler im Vorfeld. Unsere Zielgruppe sind Männer und Frauen. Wir beraten sie auf dem Weg in

die Selbstständigkeit und begleiten die interessierten Personen in den ersten fünf Jahren nach Gründung. Konkret erarbeiten wir mit Gründungsinteressierten die Konzeption und den Businessplan. Mein Schwerpunkt liegt in der Beratung von Frauen bei ihrer

Entscheidung für die Selbstständigkeit, denn Frauen haben noch einmal andere Probleme auf dem Weg in die Gründung zu bewältigen als Männer. Sie haben beispielsweise eine größere Angst vor dem Scheitern oder fühlen sich verantwortlich für Familie und das soziale Umfeld. Das sind wichtige Fragestellungen, die vor einer Gründung diskutiert werden sollten.

„Mein Schwerpunkt liegt in der Beratung von Frauen bei ihrer Entscheidung für die Selbstständigkeit, denn Frauen haben noch einmal andere Probleme auf dem Weg in die Gründung zu bewältigen als Männer.“



NAME & KONTAKT

E.U.L.E. e.V. - Erfahrung-UnterstütztLebendige Existenzgründung
Südring 28, 55128 Mainz
Telefon: 06131 / 90 74 130
Mail: info@eule-mainz.de
www.eule-mainz.de

KÖPFE

Gründung als gemeinnütziger Verein von Oberbürgermeister a.D. Jens Beutel und Landrat Claus Schick.

Seit 2004 ist **Elisabeth Kolz** (Magister in Politikologie, Soziologie und Ethnologie der Johannes Gutenberg-Universität Mainz) Geschäftsführerin des Vereins.

SEIT

1998



Seit 15 Jahren organisieren wir monatlich stattfindende Businessstreffen zu aktuellen Themen rund ums Thema „Selbstständigkeit“. Diese dienen natürlich immer auch dem gemeinsamen Austausch von Gründerinnen, Gründern sowie Unternehmerinnen und Unternehmern, also dem Netzwerken.

Sie waren viele Jahre im Angestelltenverhältnis tätig. Was hat Sie dazu motiviert, sich selbstständig zu machen?

Für E.U.L.E. war ich zunächst sechs Jahre in der gleichen Position angestellt, bevor ich im Jahr 2004 die Chance ergriff, als Geschäftsführerin dieses Vereins selbstständig tätig zu sein. Meine Motivation für diesen Schritt in die Selbstständigkeit war die Möglichkeit des selbstbestimmten Arbeitens. Als Selbstständige trage ich natürlich das unternehmerische Risiko, kann dafür aber alleine Entscheidungen treffen, eigene Ideen umsetzen und Arbeitsthemen selbst bestimmen. Das war als angestellte Geschäftsführerin nicht möglich. Da musste ich mich selbstverständlich vorher mit den Vereinsgremien abstimmen. Natürlich hat es mich auch gereizt, neue Wege zu gehen. Geholfen hat mir dabei sehr, dass ich schon über ein großes und gut gepflegtes Netzwerk

verfügt habe. Das ist ohnehin für jede Tätigkeit wichtig, ob selbstständig oder angestellt.

Für mich war es ein langer beruflicher Weg bis ich mich fast 25 Jahre nach meinem Universitätsexamen für die Selbstständigkeit entschieden habe. In dieser Zeit habe ich vielfältige Erfahrungen sammeln können, die mir bei meinen jetzigen Aufgaben als Selbstständige sehr nützlich sind. So habe ich viele Jahre in einer Bank als Assistentin des Finanzvorstands gearbeitet. Hier habe ich wichtige Dinge über das Kreditgeschäft gelernt, aber auch, wie eine Bank funktioniert, unter welchen Kriterien sie Kredite vergibt, allgemein gesprochen wie „Banker“ denken. Diese Erfahrung ist für meine heutigen Tätigkeiten ausgesprochen hilfreich. In dieser Phase meines Lebens war ich alleinerziehende Mutter und es war mir wichtig, geregelte Arbeitszeiten zu haben. Die fand ich in der Bank, die auch einen Frauenförderplan zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie umsetzte. Ich engagierte mich dort als Projektbeauftragte für Frauenförderung und habe mir dadurch ein gutes Netzwerk mit wichtigen Akteuren aus Wirtschaft und Gesellschaft aufgebaut, welches ich heute noch pflege. Das Thema „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ lies mich nicht mehr los. Daher ist mir auch die Beratung und Betreuung von Frauen im Gründungsprozess ein besonderes Anliegen.

Als der ehemalige Mainzer Oberbürgermeister Jens Beutel beschloss, etwas für Gründer und Gründerinnen in unserer Stadt anzubieten, das über das Angebot der Kammern (IHK und HWK) hinausging, entwickelte ich mit einem Team aus dem Rathaus das Konzept „Erfahrung unterstützt lebendige Existenzgründung“. Folgerichtig wurde im Jahr 1998 E.U.L.E. e.V. gegründet. Erster Vorsitzender war der damalige Mainzer Oberbürgermeister Jens Beutel und sein Vertreter der Landrat des Landkreises Mainz-Bingen. Für mich war dies der Auftakt, zu „neuen Ufern aufzubrechen“. Ich übernahm die Geschäftsführung und damit den Aufbau des Vereins. Hier stand mir ein sehr engagierter Vorstand zu Seite. Begonnen haben wir in einem Klassenzimmer der Volkshochschule Mainz in der alten Karmeliterkirche, das uns der Leiter der VHS, der sich auch im Vorstand des Vereins engagierte, zur Verfügung stellte. Zu den Gründungsmitgliedern des Vereins zählten u.a. die Universität und die Hochschule Mainz. Und hier schließt sich der Kreislauf, denn bis heute arbeiten wir zusammen. So pflegen wir mit dem hochschulüber-

greifenden Gründungsbüro Mainz eine gute und gewachsene Zusammenarbeit.

Sie haben aber doch auch noch ein eigenes Unternehmen gegründet?

Das Unternehmen E.G.O. Universal ist meine persönliche Antwort auf die Erfahrungen, die ich als Geschäftsführerin des Vereins E.U.L.E. machen durfte. Unter dem Motto „den Wechsel wagen – Mut gehört dazu“ kann ich hier individuell Frauen beraten, die sich beruflich verändern möchten. Eine kompetenzorientierte Laufbahnberatung sowie ein Coaching und Workshops zur Berufsorientierung ermöglichen in diesem Rahmen die weitere berufliche Gestaltung.

Sie suchen selbst immer „neue Wege“. Was sind Ihre nächsten Schritte?

Im vergangenen Jahr haben wir mit dem Verein „Social Business Women e.V.“ (SBW e.V.) ein reines Frauenprojekt am Standort Mainz gestartet. Seit Mai 2014 können wir Mikrokredite an Frauen vergeben, die sich selbstständig machen möchten. Der Kredit beinhaltet auch ein dreijähriges Coaching nach der Gründung, was für die Nachhaltigkeit der Gründung sehr wichtig ist. Wir werden

ENGAGEMENT

Im Rahmen ihrer Tätigkeit als Geschäftsführerin von E.U.L.E. e.V.

das Thema „Unternehmerisch Denken und Handeln“ weiter entwickeln, mit Formaten, die wir teilweise mit der Stadt Mainz und dem Gründungsbüro durchführen möchten.

Was waren für Sie die größten Herausforderungen?

Als Selbstständige muss ich mich selbst immer wieder richtig und neu positionieren. Die permanente Akquise stellt eine große Herausforderung dar.

Selbstständigkeit bedeutet natürlich auch, eigenständig genug Geld für den eigenen Lebensunterhalt zu erwirtschaften.

Das ist mit Sicherheit die größte Herausforderung. Und ganz wesentlich ist: Die Ziele nicht aus den Augen zu verlieren.

Was können Sie anderen Gründungsinteressierten mit auf den Weg geben?

Das Wichtigste bei einer Gründung ist, dass die Gründungsinteressierten für ihre Idee „brennen“. Nur wenn ich für meine Idee brenne, kann ich die Schwierigkeiten auf dem Weg in die Selbstständigkeit auch überstehen. Hier bieten wir als Verein vielfältige Unterstützung. Natürlich sollten die Gründungsinteressierten auch über die nötige Fach- und Sachkompetenz verfügen.

Frauen mit Kindern sage ich immer gerne, dass Selbstständigkeit nicht die Lösung für die Betreuungsfrage der Kinder ist. Sie gibt die Chance der Zeitautonomie, aber letztlich diktiert der Kunde das Zeitfenster. Die Arbeitszeiten in der Selbstständigkeit sind daher eher unregelmäßig und gehen häufig über die „normalen“ Arbeitszeiten eines Angestellten hinaus.

„Frauen mit Kindern sage ich immer gerne, dass Selbstständigkeit nicht die Lösung für die Betreuungsfrage der Kinder ist. Sie gibt die Chance der Zeitautonomie, aber letztlich diktiert der Kunde das Zeitfenster.“



Ich bin eine Patchwork-Arbeiterin

everybody's public

Dr. Michaela Naumann, Studium der Neueren Deutschen Literatur und Medien sowie Kunstgeschichte und Gründerin von everybody's public – Coaching & Kommunikation

Frau Dr. Naumann, wie ist die Idee entstanden, sich selbstständig zu machen und warum geht es bei Ihrem Unternehmen?

Nach meinem Studium der Neueren Deutschen Literatur und Medien sowie Kunstgeschichte und während meiner Promotion habe ich meine ersten Schritte im Arbeitsmarkt gemacht. Ich war relativ lange in einer PR-Agentur und dabei im Bereich Kultur-, Verlags- und Buch-PR tätig. Ich dachte schon immer, dass es schön wäre, ein „eigenes Baby“ zu haben. Neben Promotion und Arbeit war eine Selbstständigkeit jedoch vorerst nicht möglich. 2010 habe ich dann mit einer Kollegin und Freundin, die ebenfalls aus der PR-Branche kommt, eine PR-Agentur und Textwerkstatt ge-

gründet. In Mainz kennen wir uns beide aus, haben Verbindungen und es stand eine Räumlichkeit zur Verfügung. Wenn einmal ein Steinchen gefunden ist, kommen immer mehr dazu und das Mosaik setzt sich zusammen – und so wurde unsere Geschäftsidee geboren.

„Wenn einmal ein Steinchen gefunden ist, kommen immer mehr dazu und das Mosaik setzt sich zusammen – und so wurde unsere Geschäftsidee geboren.“

Nach anderthalb Jahren ist meine Kollegin aus dem Unternehmen ausgestiegen. Ich nutzte diese Gelegenheit, um mich noch ein zweites Mal bewusst für die Selbstständigkeit zu entscheiden und mein Portfolio durch eine Ausbildung zum systemischen Coach zu erweitern.

Heute bin ich eine Patchwork-Arbeiterin, deren Tätigkeit sich um Kommunikation und das Entdecken von Potenzialen dreht.



everybody's public
COACHING & KOMMUNIKATION

NAME & KONTAKT

everybody's public –
Coaching & Kommunikation
Ritterstraße 15, 55131 Mainz
Telefon: 06131 / 93 05 725
Mail: info@
everybodys-public.com
www.everybodys-public.com

KÖPFE

Dr. Michaela Naumann

Studium der Neueren Deutschen Literatur & Medien sowie Kunstgeschichte; systemischer Coach, freie Referentin und PR-Beraterin

SEIT

2010

STATUS QUO

everybody's public – Coaching & Kommunikation ist aus den Kinderschuhen raus.

everybody's public – Coaching & Kommunikation verknüpft genau diese Bereiche: Im Bereich PR erstelle ich beispielsweise Texte für Broschüren und Webseiten, als freie Referentin biete ich unter anderem Veranstaltungen zu Kreativitätstechniken, Selbstpositionierung und Präsentationen an und als systemischer Coach begleite ich Menschen in Veränderungssituationen.

Was hat Sie dazu motiviert, sich selbstständig zu machen? Und welche waren die wichtigsten Meilensteine?

Ich habe Spaß daran, die Dinge selbst in der Hand zu haben. Das hat mich dazu motiviert, etwas Eigenes auf die Beine zu stellen. Außerdem habe ich Spaß an Entwicklung, ich bin ein regelrechter „Weiterbildungsjunkie“. In meiner Selbstständigkeit wage ich immer wieder Neues

„Ich habe Spaß daran, die Dinge selbst in der Hand zu haben. Das hat mich dazu motiviert, etwas Eigenes auf die Beine zu stellen. Außerdem habe ich Spaß an Entwicklung, ich bin ein regelrechter ‚Weiterbildungsjunkie‘. In meiner Selbstständigkeit wage ich immer wieder Neues und verlasse meine Komfortzone.“



und verlasse meine Komfortzone. Ein wesentlicher Meilenstein war meine zweite Entscheidung für die Selbstständigkeit im Jahr 2012. Weiterhin sehe ich jedes Jahr seit der Gründung als einen eigenen Meilenstein. Das Konzept funktioniert – und das macht mich glücklich.

Wo lagen aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen auf dem Weg in die Selbstständigkeit?

„Selbstständig“ heißt, man ist selbst und ständig, quasi das Mädchen für alles. Dafür braucht man einen langen Atem, Durchhaltevermögen, muss mit Unsicherheit umgehen können und bereit sein, zu reflektieren und sich weiterzuentwickeln. Am Anfang der Selbstständigkeit war jeder Tag ein Abenteuer, trotz langer Vorbereitung. Aber man kann es meistern.

Welche Zielgruppe haben Sie, und wie machen Sie Akquise?

Meine Zielgruppe ist sehr breit, je nach Bereich: Im Coaching sind es Menschen auf der Suche nach Orientierung und Entwicklung. PR-Anfragen erreichen mich vom Winzer und Schreiner über den Hersteller von Kinderspielzeug bis zum Verlag – Kommunikation ist in jedem Bereich gefragt. Und bei den Workshops ist es themenabhängig. Neben Einzelpersonen richte ich mich auch an kleine und mittelständische Unternehmen sowie Bildungseinrichtungen.

Die Akquise läuft hauptsächlich über meine Website sowie über meine spezielle Coaching-Website „Ideenbeet“. Viele Anfragen erreichen mich auch über mein Netzwerk – im Laufe der Zeit habe ich viele gute Verbindungen zu unterschiedlichen Menschen aufbauen können. Das zahlt sich jetzt aus. Social Media Marketing und soziale Netzwerke, wie beispielsweise XING oder Facebook, spielen ebenfalls eine wichtige Rolle. Kaltakquise betreibe ich nur sehr wenig.

Was sind Ihre nächsten Schritte?

Ich würde gerne noch mehr Workshops anbieten und dabei einen Schwerpunkt auf Visualisierung legen, da Kreativität und Visualisierung für Unternehmen immer wichtiger werden. Allgemein habe ich nach all den Jahren immer mehr Vertrauen in meine eingeschlagene Richtung und möchte diese festigen.

Was können Sie Gründungsinteressierten mit auf den Weg geben?

Eine gute Mischung aus Mut, Wahnsinn, Leidenschaft und Durchhaltevermögen sollte man mitbringen. Weiterhin ist es eine Typ-Frage: Mag ich die Freiheit oder brauche ich die Sicherheit? Manch eine/r stellt das auch erst nach und nach fest. Hier heißt es auf sich selbst zu hören. Man sollte wissen, wer man ist und wer man sein möchte. Sonst kann eine Gründung anstrengend und nicht zielführend sein. Wenn diese Punkte klar sind, dann sollte man auf ehrlicher und realistischer Basis an sich glauben und sich keine fremden Maßstäbe aufdrängen lassen. Schließlich muss das Produkt authentisch sein, wenn man sich von anderen absetzen und sich am Markt positionieren möchte.

Ein Tipp: Man sollte von Anfang an Netzwerken und sich austauschen. Aber man sollte an Mythen und Erfolgsgeschichten nicht unbedingt glauben und sich davon nicht entmutigen lassen. Es läuft oft nicht von Anfang an glatt! Es dauert einfach und es ist nicht unbedingt nach der ersten Woche Geld da. Leider findet oft kein ehrlicher Austausch statt. Ich rate jedoch dazu, nicht nur zu deckeln und auch einmal etwas preiszugeben. Besonders, wenn man alleine gründet, ist der Austausch mit anderen sehr wichtig, um sich zu orientieren und sich gegenseitig zu ermutigen. Und dann: Je früher, desto besser! Probier euch und eure Ideen aus.

ENGAGEMENT

Ich bin auf beruflicher Ebene immer wieder in Berührung mit Gründerinnen und Gründern, zum Beispiel beim Coaching oder bei Workshops.

„Eine gute Mischung aus Mut, Wahnsinn, Leidenschaft und Durchhaltevermögen sollte man mitbringen. Weiterhin ist es eine Typ-Frage: Mag ich die Freiheit oder brauche ich die Sicherheit?“



Man muss nur fest an die eigene Idee glauben, dann funktioniert es auch

Nelly's Frühstückslust

Interview mit Nilgün Michel, Ausbildung als Industriekauffrau und ehemalige Pädagogik-Studentin an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Gründerin des Nelly's - Café und Bar - sowie Teilhaberin der Café-Bar-Lounge 7 Grad

Frau Michel, wie ist Ihre Idee zu Nelly's entstanden und was zeichnet sie aus?

Ich hatte bereits mit 16 Jahren den Traum, in der Gastronomie zu arbeiten. Beeinflusst durch den Rat meiner Eltern und später durch den meines Mannes, habe ich nach der Schule eine kaufmännische Ausbildung absolviert und auch viele Jahre in diesem Bereich gearbeitet. Nach meiner Scheidung war der Moment zu sagen: Jetzt mache ich mal, was ich will. Ich habe mir daraufhin Nebenjobs in der Gastronomie gesucht und festgestellt, dass mich diese Arbeit erfüllt und glücklich macht. Das ist meine große Leidenschaft!

Bis zur Selbstständigkeit mit dem Nelly's war es jedoch ein langer Weg. Angefangen haben wir mit einem Tagescafé, in dem wir Frühstück, Mittagessen und kleine Snacks angeboten haben.

Unsere Gäste haben viele kreative Ideen an mich herangetragen, durch die das Nelly's sich zu dem entwickelt hat, was es heute ist. Unser Angebot ergänzen wir inzwischen mit vielen Events, wie kulturelle Veranstaltungen, Konzerte, Ausstellungen, Lesungen, einem Diary Slam, einem Filmfestival, Speed Datings oder Partys, wie zum Beispiel Single Partys.

Was hat Sie dazu motiviert, sich selbstständig zu machen? Und welche waren die wichtigsten Meilensteine?

Im Grunde genommen war es ein langer und vor allem sehr emotionaler Weg bis zu meiner Selbstständigkeit mit dem Nelly's. Dazu haben auch viele Entwicklungen beigetragen. Im Jahr 2008 bin ich arbeitslos geworden und habe das darauffolgende Jahr intensiv genutzt, um mich mit professioneller Hilfe zu orientieren und mir klar zu werden, was ich



möchte. Eigentlich gab es nur zwei Alternativen: Weiterhin im kaufmännischen Bereich arbeiten oder mich bewusst für den Weg der Gastronomie entscheiden. In diesem Orientierungsjahr habe ich mich regelmäßig im kaufmännischen Bereich beworben, jedoch bei den Bewerbungsgesprächen immer wieder festgestellt, dass dieser Weg nicht der richtige für mich ist. Durch die schlechten Erfahrungen mit meinen vorherigen Vorgesetzten wollte ich auch nicht in das Angestellten-Verhältnis zurück. Außerdem hatte ich diesen Traum, in der Gastronomie zu arbeiten. Letztlich blieb also nur der Weg in die eigene Selbstständigkeit. Am Anfang hatte ich panische Angst vor dieser Entscheidung. Dabei ging es mir nicht um finanzielle Sorgen, sondern einfach darum, dass mein großer Traum zerplatzen könnte.

Ich bin der Meinung, dass alles im Leben einen Sinn hat und alles irgend-

wann kommt, wie es kommen soll. Als das Ladenlokal in der Josefstraße frei wurde, das ich schon jahrelang als „Masai-Bar“ und später als „Kostbar“ kannte, stand für mich der Selbstständigkeit nichts mehr im Wege. Denn das war genau der Laden, den ich für mein Café haben wollte.

Im Jahr 2013 habe ich zudem das 7 Grad übernommen. Aufgrund der Doppelbelastung durch die beiden Locations habe ich mir einen Partner für das 7 Grad gesucht, sodass ich nun sozusagen nur noch stille Teilhaberin bin.

Für mich ist bzw. war im Grunde genommen jeder Tag ein Meilenstein. Selbst nach fünf Jahren gibt es keine Stagnation, das Café unterliegt immer noch einer ständigen Entwicklung.

Wo lagen aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen auf dem Weg in die Selbstständigkeit?

Das Personal war definitiv die größte und eine nicht erwartete Herausforderung. Hätte ich das Nelly's aufgegeben, dann ganz sicher aus diesem Grund.

Am Anfang war es sehr schwierig, geeignetes Personal und den richtigen Umgang mit ihm zu finden. Ich war vorher nie in einer Führungsposition. Aufgrund vorheriger Erfahrungen wusste ich lediglich, welche Art von Chefin ich nie sein wollte. Allerdings war es eine große Herausforderung,



KÖPFE

Nilgün Michel

Ausbildung als Industriekauffrau und nicht abgeschlossenes Pädagogik-Studium an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz

SEIT

2009

AUSZEICHNUNGEN

2011 und 2012: „Rhein-Main geht aus“, Kategorie Frühstück und Brunch, 1. Platz

FÖRDERUNG

Ich habe im Jahr 2008 beim Arbeitsamt ein Konzept für einen Gründungszuschuss eingereicht, welches mangels Erfolgsaussichten abgelehnt wurde. Anschließend hatte ich keine Lust mehr, mich um weitere Fördermittel zu bewerben und habe die Finanzierung selbst umgesetzt.

NAME & KONTAKT

Nelly's Frühstückslust
Josefstraße 5a
55118 Mainz
Telefon: 06131 / 88 560 36
Mail: info@nellys-mainz.de
www.nellys-mainz.de



TEAM

Es sind neun Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt.

STATUS QUO

Es gibt ständig neue Entwicklungen, um mit der Zeit zu gehen und sich den Bedürfnissen der Gäste anzupassen.

diese Theorie in die Praxis umzusetzen. Für den Umgang mit dem Personal muss man viel Fingerspitzengefühl besitzen, was ich erst noch entwickeln beziehungsweise erlernen musste. Gemeinsam mit einem Coach haben meine Mitarbeiter und ich eine Lösung erarbeitet. Wir haben sozusagen einen Leitfaden aufgestellt, der bis heute noch Gültigkeit besitzt. Ich habe dadurch sehr viel gelernt und ein Gespür für meine Mitarbeiter entwickeln können.

Welche Zielgruppe haben Sie, und wie machen Sie Akquise?

Ich möchte mit dem Nelly's keine bestimmte Zielgruppe ansprechen. Ich freue mich über jeden Gast, der sich für meinen Laden interessiert und Lust hat, hier zu sein.

Dennoch hat sich mit der Zeit herauskristallisiert, dass überwiegend Studierende zu meinen Gästen zählen. Das liegt vor allem an der Lage in der Neustadt.

Die klassische Kundenakquise betreibe ich nicht. Bei mir entscheidet das Angebot darüber, wer in meinen Laden kommt beziehungsweise wer sich davon angesprochen fühlt. Dabei ist es wichtig, Augen und Ohren offen zu halten. Man muss zum einen auf die Wünsche der Gäste eingehen, indem man beispielsweise vegane oder laktosefreie Produkte anbietet. Zum anderen muss man Mitbewerber, also die Konkurrenz, im Auge

behalten, damit man weiß, was derzeit angeboten wird. Akquise bedeutet also in meinem Fall, das Angebot dem wechselnden Bedarf anzupassen. Ich bin immer offen für neue Ideen und lasse mich von diesen inspirieren.

Was sind Ihre nächsten Schritte?

Ich habe keine konkreten Schritte geplant. Ich versuche das umzusetzen, was mir von meinen Gästen hergetragen wird. Im Grunde genommen, weiß ich nie genau, was als Nächstes ansteht. Ich lasse den Dingen sozusagen ihren Lauf und weiß, dass die Dinge auf mich zukommen.

Was können Sie Gründungsinteressierten mit auf den Weg geben?

Man muss fest an sich und seine Sache glauben und tief verbunden sein mit der eigenen Idee. Ich bin überzeugt, dann funktioniert es auch. Denn wenn ich von vorneherein nicht überzeugt bin, dann muss ich meine Idee gar nicht erst umsetzen. Ich persönlich habe nur mit wenigen Menschen über mein Vorhaben gesprochen. Denn viele Menschen erzählen einem nur, was alles schief gehen kann. Solche Horrorszenarien wollte ich mir allerdings nicht ausmalen. Wenn etwas schief geht, dann geht es schief und dann ist es so. Aus diesem Grund sollte man viel Mut und Durchhaltevermögen mitbringen.

„Ich versuche das umzusetzen, was mir von meinen Gästen hergetragen wird. Im Grunde genommen, weiß ich nie genau, was als Nächstes ansteht. Ich lasse den Dingen sozusagen ihren Lauf und weiß, dass die Dinge auf mich zukommen.“



ENGAGEMENT

Mentorin im hochschulübergreifenden Gründungsbüro. Dabei geht es mir in erster Linie darum, mentale Unterstützung zu geben, damit potenzielle Gründerinnen und Gründer an ihre Ideen glauben und lernen, hinter diesen Ideen zu stehen.

Gründungsinteressiert oder schon entschlossen? Wer kann bei der Umsetzung einer Gründungsidee unterstützen?

www.gruenden-in-mainz.de

Gründen-in-Mainz präsentiert transparent und plattform-unabhängig eine große Fülle verfügbarer Informationen zu gründungsfördernden regionalen und bundesweiten Institutionen. Ebenso finden sich Links zu Veranstaltungen, Räumlichkeiten, Wettbewerben, interaktiven Netzwerktreffen und speziellen Angeboten für Frauen.



Ein Projekt der Hochschule Mainz



Bildnachweise:

- S. 6/7 Gründungsbüro: einfallswinkel
- S. 13–16 artefont, Bild 1: Excellenzinitiative: (Credit - Peter Pulkowski)
2011 Bühnengestaltung und Lichtplanung im RW1 für die Begutachtung der JGU
Bild 2: Spektrale: (Credit - Uwe Feuerbach)
2011 Spektrale - Ausstellung zu Licht und Farbe in Kunst und Wissenschaft (Kuration, Planung, Organisation)
- S. 21 einfallswinkel: Isa works (Portrait)
- S. 40–43 Möhren Milieu: einfallswinkel
- S. 52–55 Individualplan, Gruppenfoto (von links nach rechts): Elisabeth Goetze (Assistenzärztin MKG-Chirurgie Mainz, Margarete Meßner (Zahnärztin bei IndividualPlan), Peter Schulz (Zahnarzt bei IndividualPlan, wiss. Mitarbeiter MKG-Chirurgie Mainz), Vinay Kumar (maxillofacial surgeon, Bangalore, India), Felix Koch (Geschäftsführer der Individual-Plan GmbH, bis 2014 Oberarzt der MKG-Chirurgie Universität Mainz, seit Juli 2014 stellvertretender Direktor der MKG-Chirurgie Universität Frankfurt). Weitere Fotos: einfallswinkel
- S. 58/59 K. T. E. Coaching, Bild 2 & 3: Denis Klein – „Meine Zukunft als Gründerin“ vom 16.08.2012
- S. 63–66 WEE-Solve GmbH: einfallswinkel
- S. 88–90 Mapcase: MapCase Media GmbH
- S. 96–98 sprachoffensive: einfallswinkel
- S. 108/110 E.U.L.E. e.V., Bild 2 & 3: Denis Klein – „Meine Zukunft als Gründerin“ vom 16.08.2012
- S. 111 everybody's public: Maya Meiners photographie (Portrait)
- S. 114–117 Nelly's: einfallswinkel

DIE INTERVIEWS WURDEN GEFÜHRT VON:

Sarah Bruhn
Sabine Hartel-Schenk
Bettina Kollar
Michael Lorsbächer
Natalia Maier
Patricia Nagel
Maren Osterlitz
Rebecca Rech
Annika Schmidt

