START UP

OBERÖSTERREICHS ERSTES INNOVATIONS- UND STANDORTMAGAZIN 2022

STARKE GRÜNDER

STARKE THEMEN. Scheitern als Tabu, in Startups richtig investieren und viele zukunftsträchtige Business-Ideen.

Teil von hubert

2022/32. JG./NR. 3A/2,50 EURO, ÖSTERREICHISCHE POST AG, GZ 02Z031559 M, ZIELGRUPPEN-ZEITUNGSVERLAGS GMBH, ZAMENHOFSTRASSE 9, 4020 LINZ

CHEFINFO
DAS MAGAZIN DER FÜHRUNGSKRÄFTE

Vor etwa 1,8 Millionen Jahren bewies eine Frau oder ein Mann der Gattung Homo erectus Mut, näherte sich dem durch einen Blitz entzündeten Baum und erkannte, dass es Wärme spendet, Essen verdaulicher macht, wilde Tiere abhält und ganz nebenbei das Überleben einer Spezies sichert. Ohne diesen Mut und der potenziellen Gefahr zu verbrennen, also ultimativ zu scheitern, würden wir wohl heute noch in Höhlen wohnen. Dieses Try and Error ist selbst in unserer hochrationalen Welt nach wie vor die Triebfeder für Forschung und Innovation. Manchmal spielt der Zufall eine Rolle, wie eine Schlamperei im Labor von Alexander Fleming, der so das Penicillin entdeckte. Heute nehmen Startups die Rolle der einstigen Erfinder und Entdecker ein: „Die meiste Innovation in unserer Wirtschaft kommt aus der Startup-Szene. Die Szene ist um zehn Jahre voraus. Wenn man sieht, an welchen Lösungen Startups arbeiten, weiß man, wo wir in zehn Jahren sind, egal in welchen Bereichen der Wirtschaft", bringt Gerold Weiß, Leiter des Transferzentrums für Unternehmensgründung an der FH Oberösterreich, den Stellenwert einer starken Gründerszene auf den Punkt. Hinter Startups stecken immer Menschen, die sich mit voller Energie und Verve für die Zukunft einsetzen, und da die Zukunft kaum vorhersehbar ist, ist Scheitern unvermeidlich.

DAS KLISCHEE VOM WIRTSCHAFTLICHEN LAS VEGAS

Gerade deshalb sollte alles darangesetzt werden, die Angst vor dem Scheitern zu enttabuisieren. Sie ist schließlich der größte Verhinderer von Fortschritt. Nur Menschen, die sich aus ihrer Komfortzone wagen, bringen uns vorwärts – oder frei nach Steven Jobs: „Menschen, die verrückt genug sind, zu glauben, sie könnten die Welt verändern, sind die, die es auch tun." Dennoch ist Scheitern nach wie vor das „große Tabu". Neun von zehn Startups scheitern. Doch darüber hüllt man den Mantel des Schweigens. Daran sind die Medien nicht ganz unschuldig, denn sie verbreiten ein falsches Klischee. Alleine das Wort „Startup" weckt in den meisten Menschen einen Hauch von Partyfeeling, bunten Büros mit Flippern, Billard- oder Wuzeltischen, Chefs, die mit ihren Mitarbeitern per Du sind, spannenden Investorenverhandlungen und Millionenbeträgen, die in nur wenigen Minuten ihren Besitzer wechseln. „In der Startup-Welt ist nicht alles hip und cool. Es geht in erster Linie um harte Arbeit. Startups machen nicht Party, sondern gehen täglich in einen Überlebenskampf und stellen sich täglich dem innovativen und kreativen Druck." Das wird in der breiten Diskussion gerne ausgespart. Man sieht die jungen innovativen Unternehmen als eine Art wirtschaftliches Las Vegas voller Chancen, Glitzer und Show. Egal ob Roulette- oder Verhandlungstisch – über 90 Prozent gehen leer aus. Während man in Las Vegas tatsächlich verliert, beweisen selbst „Failed Startups", dass man am Ende doch noch gewinnen kann.

HISTORY
BERÜHMT UND GESCHEITERT

STEVEN JOBS
(1955 bis 2011):
Er hat den Heimcomputer (mit)erfunden, gründete mit Apple ein Imperium und wurde schließlich aus seiner eigenen Firma gefeuert. Jobs gab nicht auf, gründete neXT und wurde schließlich in größter Not zurück zu Apple geholt. Eine Rückkehr, die er sichtlich genoss, und allen damaligen Kontrahenten, die an seiner Führungskraft zweifelten, mit iMac, iPod, iPhone und iPad genüsslich die Leviten las.

DIE VIER WICHTIGSTEN GRÜNDE DES SCHEITERNS

1 Markt
Gründer tendieren dazu, ihr Marktpotenzial zu idealisieren. Sobald der Fokus darauf gelegt ist, findet man an jeder Ecke Bestätigungen für die Notwendigkeit der Innovation. Die Objektivität geht verloren – und viel Zeit, denn oft wird in die Entwicklung des Prototyps investiert, bevor der Markt analysiert wurde. Marktanalysen sind teuer und aufwendig, deshalb wird dieser Prozess oft übersprungen. Und doch gelingt es einigen wenigen, einen eigenen Markt zu kreieren. Wer hätte etwa vor wenigen Jahren gedacht, dass es einem chinesischen Startup gelingen könnte, mit eigenartigem Getanze den Social-Media-Markt aufzumischen?

2 Finanzen
Analysen von „Failed Startups" zeigen vor allem eines. Der Schritt vom Produkt auf den Markt ist die Hauptursache des Scheiterns. Und hier zeigt sich eine Art „Startup-Paradoxon". Je skalierbarer ein Produkt ist, desto erfolgreicher ist das Startup, aber: Je skalierbarer es ist, desto teurer wird der Markteintritt. Wer weiß, wie viele gute Ideen und Produkte auf dem Weg in den Markt liegenblieben, weil das Geld ausging.

3 Team
Kapitalgeber haben einen Leitsatz: Sie investieren nicht in ein Produkt, sondern ins Team. Das Produkt kann sich ändern, das Team sollte bleiben. Bleibt es aber oft nicht. Schätzungen gehen davon aus, dass in den ersten drei Jahren die Hälfte der Gründerteams zerbrechen. Selbst die besten Freunde können zu erbitterten Gegnern werden, etwa wenn es um die Ausrichtung des Unternehmens geht. Übrigens: Je besser die Aufgabenbereiche abgegrenzt werden, desto langlebiger sind die Teams.

4 Geschäftsmodell
Eines der berühmtesten Beispiele für eine Fehleinschätzung des Geschäftsmodells liefert der einstige Foto-Gigant Kodak. Kodak erfand die Digitalfotografie, hielt die Innovation aber unter Verschluss, weil man sonst kein Verbrauchsmaterial – sprich Filme – verkaufen konnte. Eine kolossale Fehleinschätzung, die Kodak das Überleben kostete.

FOTOS: TARCHYSHNIK / SALAMATIK / ISTOCK / GETTY IMAGES PLUS, KRISTY MACDONALD / AP / PICTUREDESK.COM

OHNE BIRKENSTOCKS IN DIE ZUKUNFT

Julia Stöhr weiß genau, was Startup-Leben bedeutet. Sie hat von einem weißen Blatt Papier aus ein Produkt erschaffen, das unter dem Namen „aergo" die Schuhindustrie revolutionieren sollte. Stöhr skizzierte nicht nur ein Pro- »

HISTORY
BERÜHMT UND GESCHEITERT

Giordano Bruno
(1548 bis 1600):
Er stellte sich gegen das geozentrische Weltbild, trennte also Gott und die Welt, und behauptete, dass die Welt durch einen Unfall (Urknall) entstand, damit landete er am Scheiterhaufen. Dennoch sollte er recht behalten.

dukt, forschte an dessen Umsetzbarkeit, entwarf Marketing- und Vertriebsstrategien, sondern weiß heute auch, wie Spritzgussmaschinen zu bedienen sind. „Die Idee war es, einen Schuh zu entwickeln, der sich wie eine Art Mini-Trampolin mit Gestrick zu 100 Prozent an den Fuß anpasst. Der Fuß wird unterstützt und Knie und Wirbelsäule werden entlastet." Stöhr wollte mit ihrem Produkt vor allem Menschen, die beruflich viel auf den Beinen sind, etwa in der Gesundheits- oder Pflegebranche, etwas Gutes tun. Und tatsächlich, sogar die Birkenstock-Dynastie wurde auf die Gmundnerin aufmerksam. Sie konnte ein Tochterunternehmen des Gesundheitsschuhimperiums als Entwicklungspartner gewinnen. Doch leider nicht lange. Es kam zu einer familiären Reorganisation der Birkenstocks und damit wurden alle externen Projekte abgedreht. Stöhrs „aergo" kam zum Stehen statt ins Laufen. Es entstand eine Lücke, die sie mit fast übermenschlichem persönlichem Einsatz zu füllen versuchte: „Aus heutiger Sicht würde ich gleich beginnen, mir einen großen Produktionspartner mit ins Boot zu holen, und ein breites Team aufstellen. Gerade bei einem Konsumgut wie einem Schuh braucht man einen Produktions- und Vertriebsapparat." Der sprang mit der Firma Alsa, Teil der Birkenstocks, leider frühzeitig ab.

Julia Stöhr hat von einem weißen Blatt Papier aus ein Produkt entworfen, das sie produziert und verkauft hat, und stand dabei sogar selbst an der Spritzgussmaschine.

> DAS WAR EIN BISSCHEN WIE ‚MENSCH ÄRGERE DICH NICHT'. DU MUSST IMMER WIEDER ZURÜCK AN DEN START.
>
> **Julia Stöhr**
> Gründerin aergo

Mit diesen Schuhen wollte Julia Stöhr den Globus erobern. Sie sollten die gesündesten Schuhe der Welt werden. Leider klappte es technisch nicht.

FOTOS: TARCHYSHNIK / SALAMATIK / ISTOCK / GETTY IMAGES PLUS, AERGO, WWW.STARMAYR.COM

STARTUP ÄRGERE DICH NICHT

Sie musste sich nach Alternativen umsehen und gleichzeitig die Produktentwicklung vorantreiben. Überzeugt von ihren aergos steckte sie nicht nur viel privates Kapital in ihre Innovation, sondern lukrierte auch Fördergelder. „Ein Drittel muss man selbst finanzieren, ein Drittel gibt es als weitere Finanzierung und ein Drittel ist ein rückzahlbares Darlehen." Ein oft unterschätzter finanzieller Druck: „Als Ein-Frau-Unternehmen geht dir da irgendwann die Kraft aus. Das war ein bisschen wie ‚Mensch ärgere dich nicht'. Du musst immer wieder zurück an den Start." Sie ging zurück an den Start, suchte neue Produktionspartner in Tschechien, der Slowakei, Deutschland, der Türkei und Österreich und wurde schließlich ausgerechnet in ihrer Heimatstadt fündig. „Mit der Firma Wagner Kunststofftechnik fand ich einen Partner, der auf Kunststoffkappen für Getränkebehälter spezialisiert ist. Auch Kobleder Stricktechnik aus St. Martin war an Bord." Unternehmen, die von Stöhrs Innovation überzeugt waren und unterstützten, wo sie nur konnten. Dennoch gelang es nicht, die Qualität der Schuhe in den Griff zu bekommen. „Wir haben gemeinsam alles Menschenmögliche unternommen, damit wir marktreif werden, doch die Gestricke sind immer wieder aus dem Rahmen geschlüpft." Ein ständiger Learning-by-doing-Prozess war die Folge.

COVERSTORY

HISTORY
BERÜHMT UND GESCHEITERT

Galileo Ferraris
(1847 bis 1897):
Das Match Nikolas Tesla vs. Thomas Edison ging als „Stromkrieg" in die Geschichte ein. AC vs. DC quasi. Edison ruinierte Tesla, der verarmt starb, sich aber mit dem Wechselstrom posthum durchsetzte und erst später in die Geschichte einging. Dabei wurde übersehen, dass auf einen komplett vergessen wurde. Der Italiener Galileo Ferraris war der wirkliche Entdecker des Wechselstroms. Trotz klingenden Namens blieb er eine unbekannte Randnotiz des „Stromkrieges".

FOTOS: TARCHYSHNIK / SALAMATIK / ISTOCK / GETTY IMAGES PLUS

ECHTER STARTUP-MINDSET TICKT 24/7

Die Unternehmerin ging weit über ihre Grenzen, denn es bestand berechtigte Hoffnung auf eine Lösung der technischen Probleme. Mit dem TCKT Wels als Entwicklungspartner konnte Stöhr auf eine Menge Expertise zurückgreifen. Auch das TCKT widmete sich mit voller Kraft dem Produkt: „Professor Stadlbauer hat immer gesagt, es gibt kein technisches Problem, das sich nicht lösen lasse." Unterstützt durch ihren Lebensgefährten – ebenfalls Techniker – und jede freie Minute an der Vorantreibung der Serienreife von aergo bemüht, wurde weiter und weiter an den Qualitätsproblemen geforscht. Schließlich gelang es, einen marktreifen Schuh zu produzieren, allerdings machten Retouren das Leben schwer und Störhr lernte »

Cyber-Attacke?
So schützen Sie Ihr Unternehmen!

Keine Sorgen IT-Sicherheitspaket

– IT-Sicherheits-Check inkl. Präventionsmaßnahmen
– 24/7-Support bei IT-Problemen und Cyber-Attacken
– Cyber-Versicherung gegen finanzielle Schäden

* in den letzten 12 Monaten in Österreich, Quelle: KPMG, Cyber Security Studie 2021, home.kpmg/at

Haben Sie Fragen? Ihre Beraterin oder Ihr Berater ist gerne für Sie da. Nähere Infos auch auf www.keinesorgen.at oder unter +43 5 78 91-0.

Oberösterreichische
www.keinesorgen.at

HISTORY
BERÜHMT UND GESCHEITERT

Wolfgang Amadeus Mozart
(1756 bis 1791):
Falco sang einst: „Er war ein Superstar, er war so populär – und heute rufen alle: Com' and rock me Amadeus". Das Genie, das die Musik revolutionierte, landete trotz unvergänglicher Melodien in einem Armengrab und wurde erst posthum zum globalen Superstar, oder wie Falco sagen würde: „Muss ich denn sterben, um zu leben?"

eine weitere Lektion: „Vielleicht waren meine Modelle zu wenig modisch." Sie suchte einen Designer, fand ihn mit Sigi Mayer, doch es war zu spät, um die Kollektion aufzupeppen, denn jedes weitere Modell am Markt zu platzieren hätte wieder Unmengen an Kapital verschlungen. Kapital, das auch in Patentanmeldungen floss, die Stöhr rund 60.000 Euro gekostet haben. Daraus hat die heute 52-Jährige gelernt: „Ich würde nie wieder ein Patent anmelden. Das kostete sehr viel Zeit und Geld und gibt der Konkurrenz eine detaillierte Anleitung, wie sie deine Innovation kopieren kann, ohne deine Patente zu verletzen." Nach sechseinhalb Jahren intensiver Beschäftigung, wenig Privatleben und viel Arbeit bei kargem Lohn war schließlich Schluss.

VON EINEM BLATT PAPIER IN DIE SERIE

Julia Stöhr ist retrospektiv weder frustriert noch sucht sie nach Ausreden: „Am einfachsten wäre es zu sagen, die Zeit war nicht reif, doch das stimmt nicht. Die Idee eines schwebenden Fußbetts begeistert mich heute noch. Ich habe unzählige Schuhproduzenten in vielen Ländern besucht und das Feedback war immer: Das ist interessant, aber es wurde nicht bei uns entwickelt, daher gibt es keine Zusammenarbeit." Ein bisschen Wehmut schwingt dennoch mit, wenn sie meint: „Wir sprechen alle von Innovation, doch wenn es darum geht, sich daran zu beteiligen, ziehen sich viele zurück. Ich weiß, was Innovation heißt, und ich weiß, was es heißt, 24/7 im Blut zu haben, um das Schuhprodukt aergo auf die Welt zu bringen."

BUCHTIPP

Robert FitzPatrick: „The Mom Test"

Der Untertitel des Buches sagt eigentlich schon alles über seinen Inhalt aus: „Wie Sie Kunden richtig interviewen und herausfinden, ob Ihre Geschäftsidee gut ist – auch wenn Sie dabei jeder anlügt." Warum dann ausgerechnet „Mom" fragen, die Sie wohl aus reiner Liebe nicht verletzten und tendenziell anlügen würde? Eben weil FitzPatrick diese Lügen entlarven will. Nur wenige wollen jemanden absichtlich brüskieren und antworten eher positiv. „The Mom Test" stellt (potenzielle) Kundeninterviews in den Fokus, als eine „der zentralen Fähigkeiten von Customer Development und Lean Startup". Das Buch gibt eine praktische Anleitung für gute Kundeninterviews, die – wenn die richtigen Fragen gestellt werden – Enttäuschungen und Fehleinschätzungen vermeiden helfen soll.

KEIN SCHEITERN, SONDERN ERFAHRUNGSWERT

Julia Stöhr hat alles gegeben. Sie war etwa eine der ersten Kandidatinnen bei 2 Minuten 2 Millionen und startete eine Crowdfundingaktion. Schließlich entschloss sie sich 2017, mit ihren Geldgebern über eine Liquidation der aergo GmbH zu verhandeln, doch die FFG schickte sie in die Insolvenz. Hätte sie bereits 2015 aufgrund der Reklamationen und der argumentierbaren Probleme in der Produktion die Reißleine gezogen, hätte sich der finanzielle Aufwand in Grenzen gehalten. Mittlerweile hat sie die Schulden getilgt und kann mit Abstand auf ihr Startup-Dasein zurückblicken. „Es war unterm Strich ein Erfolg für mich. Ich habe ein Produkt von einem Blatt Papier bis in die Serie gebracht, habe es verkauft und am Markt platziert. Ich sehe daher kein Scheitern, sondern einen Erfahrungswert." Stöhr hätte es in ihrem alten, gut bezahlten, zwar auch stressigen Job als Vertriebsspezialistin in der Flugzeugindustrie sicher bequemer gehabt, trotzdem nahm sie es in Kauf, jahrelang von einem geringen Einkommen zu leben.

FOTOS: MARINA DEKHNIK / TARCHYSHNIK / SALAMATIK / ISTOCK / GETTY IMAGES PLUS, AKG-IMAGES / PICTUREDESK.COM

„Ich bin eher hyperaktiv und möchte oft Dinge erzwingen. Das Projekt hat mich eine gewisse Gelassenheit gelehrt."

ES BRAUCHT NEUES DENKEN

Erfahrungen, die Stöhr nun als Unternehmensberaterin weitergeben kann. Ihr Blickwinkel auf die Wirtschaftswelt hat sich mit ihrem unternehmerischen Engagement jedenfalls deutlich erweitert – und sie bleibt umtriebig. „Ich bin für meine Kunden eine sehr gute Sparringpartnerin. Zusätzlich habe ich mich mit Digitalisierung auseinandergesetzt und einige Kooperationsprojekte wie den Visionshut initiiert und die digitalen Stellenprofile – stellenprofil.at – mitgestaltet. Bei den Leadership Performance Cards bin ich lizenzierte Partnerin." Visionen ließ sie sich nicht nehmen, im Gegenteil: „Die Pandemie nahm uns in Geiselhaft, deshalb brauchen wir gerade jetzt Visionen und eine Zukunftsperspektive, die uns vorantreiben. Es braucht ein neues Denken. Natürlich sind viele Firmen zurückhaltend, weil sie nicht wissen, wie es nach Pandemie und Ukraine-Krieg weitergeht. Doch man sollte nicht einfach nur zusehen und auf proaktives Gestalten verzichten." Julia Stöhrs Geschichte erinnert an das wohlbekannte Zitat von Thomas Alva Edison: „Ich bin nicht gescheitert, ich habe nur 10.000 Wege gefunden, die nicht funktioniert haben." Jener Edison, der sich scheinbar gegen Nikola Tesla durchgesetzt hatte. Tesla, so ließ Edison verlautbaren, sei gescheitert. Doch es war Teslas Entdeckung des Zweiphasenwechselstroms, der die breite Nutzung der Elektrizität überhaupt erst ermöglichte. Ein perfektes Beispiel dafür, dass Scheitern relativ ist. Und Stöhr setzt noch einen drauf: „Ich würde mich freuen, wenn ein anderes Unternehmen ein ähnliches Produkt auf den Markt bringen würde. Mit der Entlastung von Gelenken, Knien, Hüften und Wirbelsäule bei stehenden Berufen könnte viel Positives und Erleichterung geschaffen werden. Das wäre natürlich großartig."

> **IN DER STARTUP-WELT IST NICHT ALLES HIP UND COOL. ES GEHT IN ERSTER LINIE UM HARTE ARBEIT.**
>
> Gerold Weiß
> FH Oberösterreich

REDEN WIR DARÜBER ...

Markus Weißenbek kann Ähnliches berichten. Er eröffnet das Interview mit den Worten: „Ich glaube, dass es wichtig ist, darüber zu reden. Es wird viel Schönes erzählt, das nicht so ist, wie es scheint." Eine Punktlandung. Mit seinen Kollegen Alexander Kopp und Florian Latifi gründete er Sylagon, eine revolutionäre Plattform, die Daten automatisiert visualisieren sollte. Die drei kannten sich von der JKU. Weißenbek und Kopp waren am Institut für Telekommunikation, Latifi am Institut für Systemsoftware tätig. Weißenbek und Latifi als PhD-Studenten. Doch so richtig happy machte sie die akademische Laufbahn nicht. „Uns fehlte der reale Bezug, der Aspekt, dass man sein Wissen in der echten Welt ausprobiert. Wir haben uns nicht als künftige Universitätsprofessoren gesehen, sondern wollten uns in der Praxis beweisen." Weißenbek kannte das Startup-Umfeld bereits. Er war bei Chatvisor tätig, die an Teamviewer verkauft wurden, und er leckte Blut. Der laut Eigendefinition „Datennerd" holte seine Kollegen ins Boot. Die Geburtsstunde von Sylagon hatte geschlagen. „Wir wussten, wenn wir eine einfach zu nutzende Möglichkeit zur Datenvisualisierung finden würden, dann »

HISTORY
BERÜHMT UND GESCHEITERT

Christoph Kolumbus
(1451 bis 1506):
Jeder kennt die Story: Kolumbus will nach Indien, landet in Amerika – hat also klassischerweise sein Ziel verfehlt und wäre damit nach oberflächlichen Kriterien kolossal gescheitert. Stattdessen wurde er gefeiert.

Mit einer universitären Laufbahn wären sie nicht glücklich geworden: Markus Weißenbek, Alexander Kopp und Florian Latifi wagten sich in die Startup-Welt.

würden wir einen gewissen Automatismus bauen können." Ein Beispiel: Man nimmt Bezirksdaten, stellt sie in Relation zu einer anderen Datenquelle und visualisiert sie. „Wir haben viel Zeit beim PhD-Studium für Präsentationen und Datenvisualisierung aufgewendet, dass wir dachten, das müssen wir automatisieren." Ein Prozess, der Ende 2019 begann. Verpflichtungen der Uni gegenüber haben die Gründung ein wenig verzögert. Anfang 2021, inmitten der Pandemie, ging es dann mit Vollgas los.

DIE ZIELGRUPPENFALLE

Weißenbek nutzte seinen Resturlaub, um mit seinen Kollegen an der Implementierung zu arbeiten. „Wir haben bis zum Prototyp zwei Monate reingebuttert, dabei stand nur eine grobe Idee im Raum." Erst ein Professor vom Institut für Unternehmensgründung brachte das Team ins Grübeln: „Plötzlich kamen klassische Fragen auf, wie: Was ist unser Businessmodell? Welchen Nutzen bieten wir? Und: Wer will dafür Geld bezahlen? Wir standen da und wussten keine Antworten. Wir hatten ein Thema, wir hatten eine Lösung, aber wir hatten noch keine Zielgruppe. Wir sind wie im Film ins offene Messer gelaufen." Rettung nahte in Form des Buches „The Mom Test" von Robert FitzPatrick und mit der Begeisterung, sich mit diesem Buch auch auseinanderzusetzen: „Ich bekomme sicher keine Provision, aber das sollte jedes Startup schon vor der Gründung gelesen haben." The Mom Test (siehe Buchtipp) zeigt auf, wie man ein Businessmodell validiert. Diese Inputs nahm man zum Anlass, sich potenzielle Zielgruppen näher anzusehen, und erkannte, dass die vorher ins Auge gefassten Webagenturen nicht die idealen Kunden waren. Und das bestätigte sich. Zwar luden rund 20 Prozent der angeschriebenen potenziellen Kunden zu pandemiebedingten Videomeetings, doch: „Nach einigen Gesprächen haben wir schnell bemerkt, dass es keinerlei Interesse an unserem Tool gab." Es ging also wieder zurück an den Start.

STARTUP ODER DOCH KLASSISCHES UNTERNEHMEN?

Als neue Zielgruppe wurde die Medienbranche vulgo der Journalismus entdeckt. „Unsere Lösung ist für die Branche interessant, weil Redakteure meistens technisch nicht so begabt sind. Wenn Journalisten für ihre Themen leicht Visualisierungen integrieren könnten, hätte es einen Mehrwert für das Medium und für die Leser." Das Team schritt zur Tat und hatte schnell Termine bei Nachrichtenagenturen und Medienunternehmen eingeholt. „Wir haben in Österreich ziemlich alles abgegrast und relativ viel Zuspruch bekommen." Zwei Medien bekundeten sofort Interesse. „Auch wenn es sich ein wenig hingezogen hat, hat es uns doch in unserem Tun bestärkt." Mittlerweile wurde das Startup in ein tech2b-Programm aufgenommen und der Inkubator stellte die richtigen Fragen: „Es ging um unseren langfristigen Businessplan, um Finanzierung und darum, welche Art von Startup wir sein wollten." Fragen, auf die das Gründerteam wenige Antworten wusste: „Wir wollten mehr ein klassisches Unternehmen sein. Auch klassische Unternehmen müssen sich um ein validier- und skalierbares Geschäftsmodell, Finanzierung und Wachstum kümmern. Doch der wesentliche Unterschied zu einem Startup ist, dass diese in einem üblicherweise hoch skalierbaren – high-risk/high-reward- bzw. Boom-or-Bust- – Umfeld unterwegs sind, also in einem Markt, der noch kein validiertes Businessmodell hat. Klassische Unternehmen hingegen greifen bereits erfolgreiche Businessmodelle auf und setzen sie um." Gleichzeitig wusste das Sylagon-Team, dass sie eine solide Finanzierung brauchen würden: „Daher stand einige Zeit das Thema Förderung im Raum."

> WIR HABEN UNS NICHT ALS KÜNFTIGE UNIVERSITÄTSPROFESSOREN GESEHEN, SONDERN WOLLTEN UNS IN DER PRAXIS BEWEISEN.
>
> **Markus Weißenbek**
> Co-Gründer Sylagon

AUF DIE „RED FLAGS" ACHTEN

Parallel konnte man im Sommer 2021 den ersten Kunden an Bord holen. „Der erste Kunde ist wahnsinnig wichtig für das Portfolio. Er ist eine Art Türöffner. Wir schlossen daher einen sehr einseitigen Vertrag ab." Sylagon sollte zehn Visualisierungen pro Monat innerhalb von 24 Stunden liefern. „Unser Produkt war aber noch nicht ganz automatisiert. Viele Schritte mussten wir noch manuell tätigen." Der Aufwand war enorm, nicht weil das Produkt nicht funktionierte, sondern weil man die Abläufe im Hintergrund unterschätzt hatte. „Wenn ein Bundesminister eine neue Regelung ankündigt, sind die Daten dazu noch lange nicht veröffentlicht, und wenn die fehlen, können wir nicht arbeiten. Die Daten dazu kommen oft erst Tage später und sind für den Tageszeitungsjournalismus damit nicht mehr relevant. Wir mussten also schauen, dass wir die Daten früher auftreiben, und das kostete Zeit." Ein Beispiel: Bei der Präsentation der Ökosteuer visualisierte Sylagon den Zusammenhang von Bezirken und Klimabonus. Da die Daten fehlten, musste das Team enormen Aufwand betreiben, um die vertraglich fixierte Visualisierung zu erfüllen. Das Problem war also nicht das Produkt, sondern die mangelnde Datenqualität, für die Sylagon nichts konnte. „Es gab so viele Red Flags, die wir lange nicht gesehen haben. Wir kamen drauf, dass unser Businessmodell, wie wir es gedacht haben, nicht umsetzbar ist." Doch auch bei Sylagon kam es zu einem Happy End. „Wir können richtig gut Applikationen umsetzen und haben auf eine klassische Softwarefirma – Bytegrasp – umgegründet. Da sind wir viel erfolgreicher. Es gibt einen riesigen Markt und wir können den Bedarf mit unserem Know-how decken." Mittlerweile haben die Gründer erste Aufträge umgesetzt und Umsätze erzielt. Während der Startup-Phase mussten die hochqualifizierten IT-Experten von »

HISTORY
BERÜHMT UND GESCHEITERT

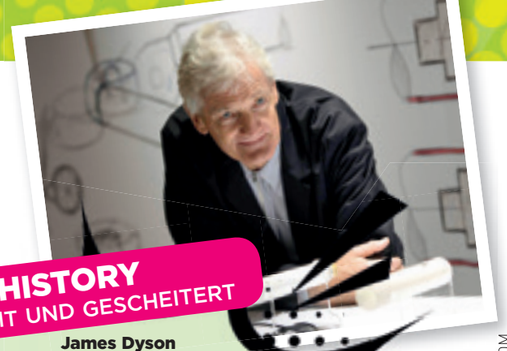
Hedy Lamarr
(1914 bis 2000):
Die gebürtige Österreicherin erfand gemeinsam mit George Antheil das Frequenzsprungverfahren, das 1942 zur Abwehr deutscher U-Boote dienen sollte. Es kam nie zum Einsatz und dennoch legten Lamarr und Antheil den Grundstein heutiger Bluetooth-Technologie. Zu Lebzeiten blieb sie aber „nur" die erste Nackte im Kino und die einst schönste Frau Hollywoods.

FOTOS: TARCHYSHNIK / SALAMATIK / ISTOCK / GETTY IMAGES PLUS, BYTEGRASP

Erspartem und der Unterstützung durch das Unternehmensgründungsprogramm des AMS das Auslangen finden. „Wir brauchten nicht viel, leben auch heute nicht im Luxus, aber als Startup muss man sich die Frage stellen, wie lange man mit dem auskommt."

KANN FÖRDERN ÜBERFORDERN?

Im Nachhinein sieht Weißenbek als Glück im Unglück, dass die Erkenntnis des vermeintlichen Scheiterns noch vor Abschluss einer eventuellen Förderung kam. „Wir hatten einen halbfertigen Antrag in der Schublade, an dem wir lange gearbeitet hatten, doch Teil dieses Antrags ist auch ein validiertes Businessmodell, und das hatten wir nicht. Man sollte keine Förderung in Anspruch nehmen, so lange das Geschäftsmodell nicht validiert ist." Bis man Cashflow durch Kundenaufträge generiert, dauert es meist lange, bis dahin muss man sich über Wasser halten. Eine Förderung zu beantragen mag da verlockend klingen, doch: „Förderzusagen sind nicht so häufig, wie man denkt, und wenn man sie hat, ist man gebunden. Hat man die Förderung in der Tasche, verschlingt allein die Organisation der Abwicklung in etwa zehn bis 15 Prozent der gesamten Fördersumme." Dazu müssen die obligatorischen Forschungsinstitute bezahlt werden. „Der Aufwand ist groß, und diese Zeit fehlt dann bei der eigentlichen Arbeit." Das Feilen am Geschäftsmodell ist bei Förderansuchen das Um und Auf – und auch die Kenntnis der Zielgruppe: „Wir hatten zum Zeitpunkt, wo wir uns mit der Förderung beschäftigt haben, einen relativ guten Überblick über den Markt. Der Punkt war, dass das Problem, das wir lösen wollten, nicht so elementar für den Journalismus war. Wir haben immer gesagt, dass es ein Nice-to-have-Problem ist. Was wir aber gebraucht hätten, wäre ein Must-have-Problem." Sylagon und aergo sind Beispiele dafür, dass die besten Ideen und vermeintlichen Gamechanger an Dingen scheitern können, die man selbst nicht beeinflussen kann. Und sie sind Beispiele, die Mut machen sollten, denn ohne Mut ist gar nichts gut. ■



HISTORY
BERÜHMT UND GESCHEITERT

James Dyson
Der Brite bekam vom englischen Boulevard den Beinamen „König der Fehlschläge" verliehen. 5.216 Mal scheiterte er beim Versuch, einen beutelfreien Staubsauger zu entwickeln. Prototyp 5.217 brachte dann den Durchbruch. Im Vergleich: Edison benötigte „nur" 2.000 Fehlversuche bis zur serienreifen Glühbirne. 5.217 Fehlschläge, die sich auszahlten. Dyson hat heute ein Vermögen von rund 8,4 Milliarden US-Dollar.

HISTORY
BERÜHMT UND GESCHEITERT

Niki de Saint Phalle
(1930 bis 2002):
Jeder kennt ihre „Nanas", überlebensgroße, bunte, üppige Frauenfiguren. Weltberühmt und mit dem Namen Niki de Saint Phalle verbunden. Und dennoch wissen die meisten nicht, dass „Niki" kein Mann, sondern eine Frau ist, und dass „Saint Phalle" kein Künstlername, sondern der Geburtsname von Catherine Marie-Agnès Fal de Saint Phalle ist. Bis zu ihrem Tod 2002 konnte sie nur leidlich von ihrer Kunst leben. Heute sind ihre Kunstwerke unbezahlbar. Übrigens: Dasselbe gilt auch für Maria Lassnig und Frida Kahlo.

FOTOS: TARCHYSHNIK / SALAMATIK / ISTOCK / GETTY IMAGES PLUS, CHRISTOPHE ARCHAMBAULT / AFP / PICTUREDESK.COM, JACK NISBERG / ROGER VIOLLET / PICTUREDESK.COM

v.l.n.r.: Michael Wimmer, Benedikt Pointner, Stefanie Etzenberger

MICHAEL WIMMER NEUER LANDESVORSITZENDER DER JW OÖ

Stefanie Etzenberger und Benedikt Pointner als Stellvertreter gewählt.

Michael Wimmer (37), Versicherungsagent und Prokurist der Versicherungsagentur Wimmer & Dirnberger GmbH & Co KG wurde im März 2022 zum neuen Landesvorsitzenden der Jungen Wirtschaft Oberösterreich gewählt. Er tritt die Nachfolge von Bernhard Aichinger an, der sich zwei Funktionsperioden lang intensiv für die heimischen Jungunternehmer eingesetzt hat.
Wimmer arbeitete bei der Allianz-Versicherung in Wien und stieg 2007 ins Familienunternehmen Wimmer-Dirnberger GmbH & Co KG ein, das er mit seinem Bruder in dritter Generation fortführen wird. Parallel absolvierte er den Universitätslehrgang für Versicherungswirtschaft, Wirtschaftsberatung und Unternehmensführung. Als Unternehmer, Firmennachfolger und bisheriger Bezirksvorsitzender der Jungen Wirtschaft Perg will er sich in seiner neuen Funktion für Startups, Gründer, Jungunternehmer und Betriebsübernehmer engagieren. „Die Junge Wirtschaft lebt von ihren ambitionierten Mitgliedern, die sich austauschen und motivieren. Man profitiert von den jeweiligen Erfahrungen und das in einem professionellen und freundschaftlichen Umfeld", erklärt Wimmer.

STARKE ZWEITE REIHE

Unterstützung erhält Wimmer von Stefanie Etzenberger, seit 2018 als Stellvertreterin im Landesvorstand. Die Pettenbacherin trat 2013 in den elterlichen Betrieb ein. Heute ist die Werbefachfrau Gesellschafterin der Etzi-Group GmbH. Der zweite Stellvertreter ist Benedikt Pointner, Steinmetzmeister aus Grieskirchen und Geschäftsführer der Kunst-Steinmetz Pointner Ges. m. b. H. Gemeinsam werden die Weichen für die Zukunft gestellt. Die JWOÖ steht für Vernetzung, gegenseitige Unterstützung und eine nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung. „Für die Zukunft braucht es mehr denn je ein Miteinander von Umwelt und Wirtschaft. Wir brauchen nicht mehr Verbote, sondern Möglichkeiten, wirksame unternehmerische Lösungen, interne Verbesserungen, neue Technologien und zukunftsorientierte Geschäftsmodelle umzusetzen", so Michael Wimmer.

GEMEINSAM FÜR OÖ

Unterstützt wird das Vorstandsteam von der Landesgeschäftsstelle unter der Leitung von Sarah Radinger. Die 36-Jährige übernahm im Jänner 2022 die Geschäftsführung für die Junge Wirtschaft, Frau in der Wirtschaft und den Zielgruppenbereich Ein-Personen-Unternehmen.

FOTO: THOMAS BRUNNER

ANZEIGE

JWOÖ

Next Events

28.04., 18:00 Uhr, Business-Stopp „Gut für die Umwelt, gut fürs Business", Eventgasthof Feichthub – Nußbach

20.06., 18:00 Uhr, Jungunternehmerpreisverleihung, Felbermayr Bau GmbH & Co KG – Wels

30.09., 17:00 Uhr, Lange Nacht der Startups, JKU – Linz

Mehr Infos unter **www.jungewirtschaft.at/ooe**

JW OBERÖSTERREICH
hubert