

MAIN TOPIC

Salzburg: Viel stärker
in der Innovation, als
manche glauben

GOOD2KNOW

Lebe lieber kreativ:
Was „Design Thinking“
für Start-ups leistet

INKUBATOR

Salzburg Factory:
Die Fabrik, die Unter-
nehmen macht

ENTREPRE NEWS

NEWS.WKO.AT/SBG

Salzburg –
Land der Ideen

03
28.04.2017



Inhalt



4-7 main topic

- 4 Land der Ideen
- 7 Frische Ideen
„made in Salzburg“

8-10 good2know

- 8 Lebe lieber kreativ:
„Design Thinking“
- 10 Interview mit Seda Röder

11-17 inkubator

- 11 Ein Jahr Startup Salzburg
- 12 Die Fabrik, die Unternehmen macht
- 15 Vom Start-up zum Mentor
- 16 Anarchie statt Hierarchie in
Start-ups?
- 17 JW-Kongress mit Top-Speaker

18-19 talkoftown

- 18 Worauf es ankommt, ist
Begeisterung! Interview
mit Hermine Meissl,
Julia Schlieffsteiner und
Markus Niederfriniger

20-22 hotspot

- 20 Wo die wirkliche Start-up-Kultur
zu Hause ist: Israel und Tel Aviv

23-30 spotlight

- 23 Salzburger Start-ups mit Potenzial


31 leben

- 31 Was meint „Digital Detox“
und wie geht das in Salzburg?

IMPRESSUM

EntrepreneNews ist eine Beilage der „Salzburger Wirtschaft“. **Medieninhaber und Herausgeber (Verleger):** Wirtschaftskammer Salzburg, Julius-Raab-Platz 1, 5027 Salzburg. **Chefredakteur:** Kurt Oberholzer. **Redakteure:** Robert Etter, Helmut Millinger, Maria Kapeller, Eva Krallinger-Gruber, Andrea Möller. **Projektleitung:** Kurt Oberholzer, Evamaria Weißenbacher. **Layout und Illustration:** dunkelblaufastschwarz GmbH, Jakob-Auer-Straße 5/9, 5020 Salzburg. **Anzeigenverwaltung:** Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH, Birkenstraße 2, 5300 Hallwang. **Druck:** Druckzentrum Salzburg, Karolingerstraße 38, 5021 Salzburg. wko.at/sbg/offenlegung
Bei allen personenbezogenen Bezeichnungen gilt die gewählte Form für beide Geschlechter.



Unterstützt durch das 



Dominik Mayer

VORSITZENDER JUNGE WIRTSCHAFT SALZBURG

TELLERRANDERS WELCOME!

Auf einmal sprechen alle von Digitalisierung. Und doch fragen sich viele zu Recht: Warum surfen wir immer noch im Schneckentempo quer durch Österreich? Warum diskutiert hier niemand laut über Netz-Neutralität? Und wie kann es sein, dass in Österreich gerade mal 42% der Unternehmer Social Media wirtschaftlich nutzen? Während der Fortschritt der Bundespolitik nur allmählich in die Gänge kommt, brodeln es im Landesinneren Salzburgs auf atemberaubend hohem Niveau mit düsentriebischem Fieber. Und dabei sollten wir abseits der jüngsten Start-up-Landschaft auch ruhig mal einen Blick in die gewinnbringenden Parallelwelten von jungen Forschern und Entwicklern werfen, die zwischen klassischen Handwerksbetrieben, Gesundheitswesen oder auch zwischen Vieh und Erntegut unserer Landwirte wertvolle Zukunftsdenke einbringen. Davon profitieren Gesellschaft, Industrie und viele Geschäftszweige sowie Bürger im Alltag. Zum Beispiel Landwirtschaft 4.0: Effizienzsteigernde Technologien machen der heimischen Landwirtschaft das Leben leichter, wodurch wir alle letztendlich noch mehr heimische Produkte zu fairen Preisen genießen können. Apps und unscheinbare digitale Helfer führen junge Bauern am Feld direkt zu Ungeziefer, wodurch keine flächendeckenden Giftmanöver für stabile Ernteerfolge sorgen, sondern ein notwendiges Minimum nur dort eingesetzt wird, wo es unverzichtbar ist. Riecht schwer nach Zukunft – dieses Internet. Und jede Idee bringt uns weiter. Genau diese Parallelwelten verdienen mehr Aufmerksamkeit – so auch in dieser Ausgabe des Entrepreneurs. Viel Spaß und immer schön über den Tellerrand schauen!

IDEEN. INNOVATIONEN.

Der Stoff, aus dem Erfolge sind! Davon hat eigentlich auch das als traditionell gescholtene, ins Barock hineinverwobene Salzburg im Grunde reichlich. Man muss nur genauer hinschauen – was hierzulande in Sachen Innovation aber eher nicht so häufig geschieht. Das Image Salzburgs ist (fälschlicherweise) nicht das, was man gemeinhin als Innovationsstandort bezeichnet. Doch das Bild trägt – es konturierter zu zeichnen, hat sich die neue Entrepreneurs zur Aufgabe gemacht. Die Redaktion machte sich auf die Suche im Salzburger „Land der Ideen“. Und siehe da: Ganze Industrien beruhen auf Salzburger Ideenverwirklichern und Entrepreneurs, die aus ihren Geistesblitzen erfolgreiche Firmen bauten oder gerade dabei sind, diese zu relevanten Größen voranzutreiben. Was damals eine Betriebsgründung war, heißt heute Start-up. Der Unterschied zur Gründungsmühsal früher: Heutzutage gibt es Netzwerke wie Startup Salzburg. Es stehen den ideenreichen, aber unerfahrenen Gründern erfahrene Mentoren zur Seite (ab Seite 11). Manche Verantwortliche schauen dabei gerne mal Richtung Israel, was so richtig wie lehrreich ist: Kein Land auf der Welt fördert seine Start-up-Szene intensiver und erfolgreicher als der kleine 8-Millionen-Einwohner-Staat Israel (ab Seite 20). Dass es im kleinen Salzburg ebenfalls keinen Mangel an guten Business-Ideen gibt, beweisen einmal mehr die höchst erzählenswerten Geschichten über Salzburger Gründer. So viel Mut, Wissen und Optimismus ist ein angenehmes Gegengift zur allgemeinen Verunsicherung. Und dass auch Gründer und Etablierte sehr gut miteinander ins Gespräch kommen können, beweist das Doppelinterview (Seite 18) mit den „Loops“-Machern Julia Schlieffsteiner und Markus Niederfriniger und einer der besten Unternehmerinnen Salzburgs, Hermine Meissl. Lesenswert!



Kurt Oberholzer

CHEFREDAKTEUR SALZBURGER WIRTSCHAFT

Salzburg – Land der Ideen



Ermutigende
Erkundung in
drei Teilen

Kantige & runde Innovationen

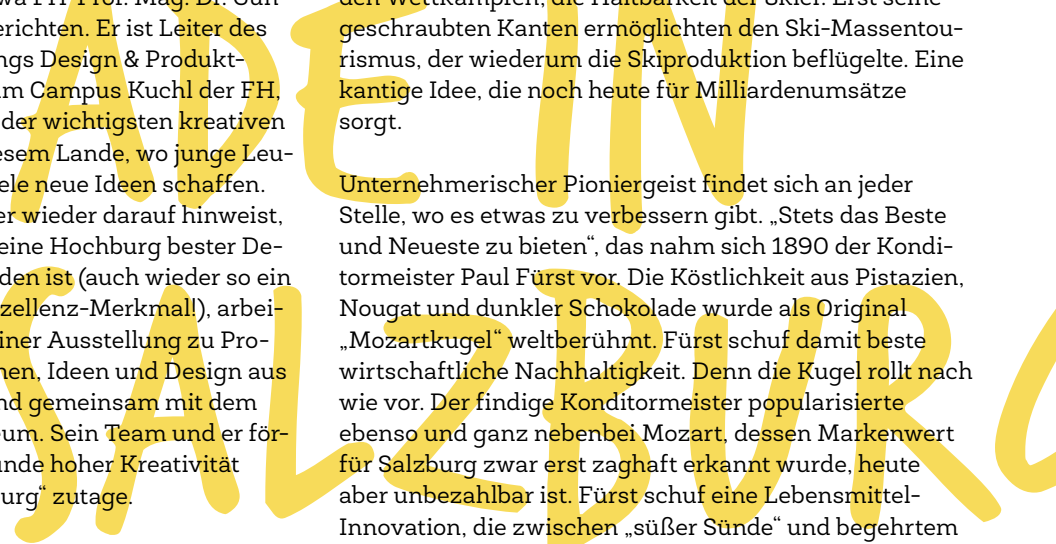
TEIL EINS

Schieben wir die offiziellen Zahlen einmal beiseite. Sie lassen uns ja vermuten, dass hierzulande in puncto Ideenfindung, Forschung und Innovationen eher wenig läuft. Bei den Patenten schneidet das Bundesland unterdurchschnittlich ab, und die Forschungsquote zwischen 1 und 2% ist auch nicht berauschend. Doch die trockenen Statistiken werden dem wahren „Ideenland Salzburg“ nicht gerecht. Man muss genau hinschauen. Dann fächert sich eine überraschend reichhaltige, bunte Produkt-Ideen-Geschichte auf – historisch wie aktuell. Deren Urheber finden alle einmal als Gründer oder Start-ups an, als es noch niemand so nannte. Davon weiß etwa FH-Prof. Mag. Dr. Günther Grall zu berichten. Er ist Leiter des FH-Studiengangs Design & Produktmanagement am Campus Kuchl der FH, übrigens einer der wichtigsten kreativen Hotspots in diesem Lande, wo junge Leute jedes Jahr viele neue Ideen schaffen. Grall, der immer wieder darauf hinweist, dass Salzburg eine Hochburg bester Designer-Schmieden ist (auch wieder so ein verstecktes Exzellenz-Merkmal!), arbeitet gerade an einer Ausstellung zu Produktinnovationen. Ideen und Design aus dem Bundesland gemeinsam mit dem Salzburg Museum. Sein Team und er fördern gerade Funde hoher Kreativität „made in Salzburg“ zutage.

GAME-CHANGER, DIE GANZE MÄRKTE SCHUFEN

Nur Insider wissen, dass es ohne den Halleiner Rudolf Lettner weder den Spitzenskisport noch den Wintertourismus oder gar eine Skiindustrie gegeben hätte. Lettner war ein wahrer Pionier. Mit seiner Idee, passgenaue Stahlkanten auf Ski zu schrauben, revolutionierte er nicht nur den Skisport, sondern gab auch den Anstoß für ein wirtschaftlich höchst bedeutsames Business-Ökosystem rund um Ski, Tourismus und Produktion. Die „Lettner-Stahlkante“, 1926 erfunden, änderte alles: die Art und Weise, wie Ski gefahren wurde, das Tempo bei den Wettkämpfen, die Haltbarkeit der Skier. Erst seine geschraubten Kanten ermöglichten den Ski-Massentourismus, der wiederum die Skiproduktion beflügelte. Eine kantige Idee, die noch heute für Milliardenumsätze sorgt.

Unternehmerischer Pioniergeist findet sich an jeder Stelle, wo es etwas zu verbessern gibt. „Stets das Beste und Neueste zu bieten“, das nahm sich 1890 der Konditormeister Paul Fürst vor. Die Köstlichkeit aus Pistazien, Nougat und dunkler Schokolade wurde als Original „Mozartkugel“ weltberühmt. Fürst schuf damit beste wirtschaftliche Nachhaltigkeit. Denn die Kugel rollt nach wie vor. Der findige Konditormeister popularisierte ebenso und ganz nebenbei Mozart, dessen Markenwert für Salzburg zwar erst zaghaft erkannt wurde, heute aber unbezahlbar ist. Fürst schuf eine Lebensmittel-Innovation, die zwischen „süßer Sünde“ und begehrtem Mitbringsel changiert – und gleichzeitig zum Image-träger für Salzburg wurde. Ein Beispiel für Welterfolge aus jüngerer Zeit und ein weiterer von nicht wenigen Salzburger „Hidden Champions“: 1993 wurde die Firma „think dig High Tech Solu-





tions“ gegründet, 2007 wurde daraus die Orderman GmbH der Salzburger Gottfried Kaiser, Alois Eisl, Franz Blatnik und und Willi Katamay. Ihre Produktidee ist möglicherweise ein frühes Beispiel für „Design Thinking“: Denn die Gründer hatten anfangs gar keine Geschäftsidee, sondern richteten sich nach den Bedürfnissen des Marktes – und landeten bei der Idee, das erste Handheld für die Gastronomie zu bauen. Danach kam das Entwickeln, Ausfeilen, Testen – bis das weltweit erste Funkboniersystem funkte und von Salzburg aus die Prozesse in der Gastronomie, man kann sagen, weltweit revolutionierte. Orderman, eine Idee aus dem „Land der Ideen“, und heute eine Tochtergesellschaft der NCR Corporation, ist einer der führenden Anbieter für Funkboniersysteme und andere Lösungen. Täglich entscheiden sich auf der Welt 20 neue Restaurants für den „Orderman“.

Ideenwerkstätten

Kreativ- und Forschungs-Hotspots finden sich ja vielfach in den größeren und mittleren Salzburger Unternehmen – von Palfinger bis Liebherr, von den W&H Dentalwerken bis zu Maco, von Hagleitner bis Skidata. Der öffentlichen Aufmerksamkeit entgeht aber irgendwie stets, was sich sonst noch so tut in Sachen Forschung, Innovation und Kreativität. Gäbe es eine Landkarte der Ideen-Werkstätten im „Land der Ideen“, dann würden wir etwa am Campus Kuchl der FH Salzburg beginnen: Dort forschen kluge Köpfe an neuesten Holzwerkstoffen – und junge Designer liefern Jahr für Jahr berückende Design-Ideen (siehe Andreas Schröckers MIA – My Individual Access). Nicht weit davon entfernt landen wir am Campus Urstein der FH. Aus der FH heraus erwachsen zunehmend Start-ups, die Nataša Deutinger im Start-up-Center der FH betreut. Man wird sich die Namen der potenziellen High-Flyer merken müssen: Coati, die Programmierern das Leben erleichtern. Native Waves, die uns via App Filme in Originalsprache genießen lassen. Eines der ersten FH-Spin-offs, Authentic Vision, setzt ohnedies gerade zum globalen Höhenflug an.



Der Standort Urstein ist gleichfalls Sitz des Josef-Ressel-Zentrums für anwenderorientierte Smart Grid Privacy, Sicherheit und Steuerung. FH-Prof. Dominik Engel und sein Forscherteam entwerfen dort gerade die Grundlage einer smarten und transparenten Energiezukunft.

SMART BAUEN, LEBEN, FORSCHEN

Salzburg hat eindeutig mehr drauf, als man immer wieder glaubt. Etwa im Bereich Smart Buildings. Wolfgang Schneider, Chef von Siemens Salzburg, spricht in diesem Zusammenhang sogar von einer Art „Silicon Valley-Effekt“: Gemeinsam mit Salzburger Firmen und rund um die FH-Studiengänge für Smart Buildings und Smart Cities hat sich in Salzburg ein Kompetenzknoten gebildet, der im europäischen Vergleich eine Rolle spielt, wie Schneider betont. An der smarten, energiesparenden Bautechnik der Zukunft arbeitet man übrigens nur wenige Kilometer von Urstein entfernt, in der Moosstraße am Südrand Salzburgs, im Kompetenzzentrum Bauforschung an der BAUAKademie Salzburg: Im Zusammenwirken mit Solarenergie und modernen Pumpensystemen perfektioniert man die Bauteilaktivierung – Beton als Wärme- und Kühlespeicher – als energiesparende Technologie der Zukunft im Baubereich.

AN DER SCHNITTSTELLE ZUR ZUKUNFT

Jüngst startete die Universität Salzburg innovationstechnisch durch: Ende März nahm am Standort Itzling der „Science and Technology Hub“ seine Tätigkeit auf. 100 Universitätslehrer, Forscher und 450 Studenten bilden den Kern des inneruniversitären Hightech- und Naturwissenschafts-Clusters, in den alle im Stadtteil Itzling ansässigen naturwissenschaftlich-technischen Einrichtungen der Universität zusammengefasst sind. Um nur ein Forschungsfeld hervorzuheben: Am Center für Human-Computer Interaction entwirft Prof. Manfred Tscheligi die Schnittstellen der Zukunft zwischen Computern und Menschen. Die Forschungsthemen klingen wie frisch aus Stanford in Kalifornien: autonome Autos und ihr Zusammenwirken mit Menschen, „Augmented

TEIL
ZUKUNFT

Reality“ als Schnittstelle, Mensch-Roboter-Interaktion, Computersteuerung durch Gesten und anderes mehr – eindeutig Wissensproduktion an der Schnittstelle zur Zukunft. Angesiedelt in Itzling, das sich immer mehr als großer Forschungsstandort profiliert, dank Techno-Z und nicht zuletzt dank der „Salzburg Research“. Die landeseigene Forschungsgesellschaft profiliert sich gerade auf breiter Front in Sachen Industrie 4.0 und autonome Verkehrssysteme. Und gar nicht zuletzt ist die Paracelsus Medizinische Privatuniversität, Partner von Startup Salzburg, ein dicker Punkt auf der Ideen- und Forschungslandkarte. Die PMU ist ein Forschungs-Hotspot der besonderen Art: Die Forschungsschwerpunkte der Paracelsus Medizinischen Privatuniversität liegen im Bereich der regenerativen Medizin und umfassen Neurowissenschaften, onkologische, immunologische und allergische Erkrankungen, muskuloskelettale Krankheiten, Biomechanik und Sportmedizin sowie Stoffwechselerkrankungen.

Bilder einer Ausstellung

So viel Wissen und Ideen – woraus im besten Fall Geschäftsmodelle und Innovationen in Unternehmen werden können. Daher noch mal ein Ortswechsel auf der Karte des Ideenlandes Salzburg, diesmal ins WIFI der WKS. Seit Montag hängen dort wieder großformatige Bilder von Salzburger „Game-Changern“ – etablierten Unternehmerpersönlichkeiten und neuen Gründern. Sie alle eint, dass sie mit ihren Ideen, Verfahren und Services für Salzburg und darüber hinaus Überdurchschnittliches, Herausragendes, Ungewöhnliches zustande gebracht haben. Drei Beispiele für weltmarktfähige Super-Ideen aus dem „Ideenland Salzburg“: Mit einiger Sicherheit wird das „Google der Medizin“ in Salzburg seinen Sitz haben: Jama Nateqi und Thomas Lutz revolutionieren gerade mit ihrem Unternehmen Symptoma mittels intelligenter Datenbank die Art und Weise, wie Ärzte Krankheitssymptome erkennen. Allein 2016 wurde das Unternehmen 16-mal international ausgezeichnet, 2020 soll es an die Börse gehen.



Martin Herdina und Philipp Breuss-Schneeweis.

Wer hätte das gedacht: Drei von vier Handys auf der Welt werden mit der Technik der Advanced Engineering Industrie Automation aus Hallein hergestellt. Das Unternehmen von Ing. Josef Moser entwickelt und baut Maschinen und Roboter für die Elektronikindustrie. IT-Riesen wie Samsung und Apple sind seine Kunden. „Augmented Reality“ (AR) ist groß im Kommen – ein Milliardenmarkt baut sich gerade auf. Die Werkzeuge dafür liefert ein Salzburger Unternehmen, die Wikitude GmbH. 2008 entwickelte Philipp Breuss-Schneeweis mit „Wikitude“ die erste, weltweit gefeierte AR-App, lange bevor die gelben Pokémons digital in der Landschaft verteilt wurden. Heute ist Wikitude mit Martin Herdina an der Spitze einer der Weltmarktführer für Software-Werkzeuge im Zukunftsmarkt AR. Täuscht der Eindruck, dass viele hierzulande nicht wirklich Bescheid wissen, wie viel in Stadt und Land Salzburg an Kompetenz und Inspiration vorhanden ist? Vielleicht wäre das ja auch eine Idee: eine gedruckte oder digitale Landkarte des heimlichen „Landes der Ideen“ anzufertigen und etwas umfangreicher in Salzburg zu verteilen? Als Ermutigung zu Kreativität und unternehmerischer Initiative. Davon kann man doch auch in Salzburg nie genug haben.

Text: Kurt Oberholzer

Fotos: Andreas Hechenberger, Neumayr

ENTREPRENEWS-TIPP:

Mehr Geschichten mit Wow-Effekt gibt es bei der „Game-Changer-Gallery“ im WIFI und im Internet (www.wks-game-changer.at) zu entdecken.

Neue Ideen aus Salzburg



DER ENTREBEENEUR

Die Wirtschaftsleistung der Honigbienen geht in die Milliarden. Ohne ihre unverzichtbare Bestäubungsleistung gäbe es kein Obst und keine Feldfrüchte. Leider setzen den Bienenvölkern diverse Krankheiten immer mehr zu. Dazu kommt: Honig ist eines der beliebtesten und nachgefragtesten Lebensmittel überhaupt. Die Imker und ihre Bienen kommen mit dem Produzieren gar nicht nach. Wie kann man nun beiden ihr Leben erleichtern? Da kommt eine Innovation wie jene von „Entrepreneur“ Peter Markl aus St. Johann viergerufen. Im Rahmen des FH-Studiengangs KMU-Management und Entrepreneurship entwickelte Markl einen digitalisierten Bienenstock. „Ich bin zu 100% davon überzeugt, dass richtig eingesetzte technische Unterstützung ein noch natürlicheres Arbeiten mit dem Bienenvolk ermöglicht.“ Kleine Sensoren im Bienenstock und ein intelligentes System zur Datenanalyse erkennen im Stock die wichtigsten Zustände und können den Imker jederzeit über Probleme oder andere Ereignisse informieren. Erste Prototypen wurden 2016 gestartet und liefern seitdem wichtige Daten für die zukünftige Entwicklung. Demnächst wird aus der Vision ein Unternehmen. Mehr dazu unter www.modbee.ai

ES WERDE LICHT

Leuchten montieren – das ist für alle, die nicht Elektriker sind, eine wahre Challenge. Unternehmer Matthäus Wimmer aus Schleedorf hat eine Alternative zum drohenden Stromschlag entwickelt – ein Stecksystem namens „adLight“. Dabei werden Lampen und Deckenanschlüsse nur mehr mit einem Klick zusammengesteckt. Werkzeug ist nicht mehr vonnöten, die Gefahr des Stromschlags ist gebannt, man muss auch nicht mehr gefährlich auf Leitern herumbalancieren. Die Schnellkupplung für Leuchten, patentrechtlich geschützt, wurde schon erfolgreich bei internationalen Leuchtmessen vorgestellt. Das Unternehmen adlight.at ist ebenfalls bereits gegründet. Das Interesse der Lampenproduzenten, aber auch der Möbelhäuser, die in ihren Lampenabteilungen vor demselben Problem stehen wie die Konsumenten zuhause, ist groß, betont Wimmer. Seine elektrisierende Idee, Deckenleuchten endlich so einfach montieren zu können, wie man einen Staubsauger ansteckt, startet heuer richtig durch: Ab dem 1. Mai 2017 wird das Stecksystem in Serie produziert, ab dem 3. Quartal gibt es [adlight](http://adlight.at) im Handel. Weitere Infos www.adlight.at



HOP-ON IN DIE NEUE MOBILITÄT

Alles spricht von autonomen Fahrzeugen und den notwendigen Änderungen in der öffentlichen Mobilität. Schon jetzt leben mehr als die Hälfte der Menschen in Städten, die noch dazu in Zukunft möglichst smarte Cities sein sollen. Doch wie bewegt man sich in Zukunft durch die Städte? Mit dem guten alten Auto im Mega-Stau? Eher nicht. Neue Transportkonzepte sind notwendig. Darüber macht sich der Salzburger Jungdesigner Andreas Schröcker, Absolvent des FH-Studiengangs Design und Produktmanagement, Gedanken. Seine Studie „MIA – My Individual Access“ kombiniert das Hop-on-Hop-off-Prinzip der berühmten Cable-Cars aus San Francisco mit autonomen Fahrzeugen, allerdings ohne Cable, sondern per Sensoren auf Kurs gehalten. „Eine fahrende Plattform, auf die leicht zu- und abgestiegen werden kann. Und bei der das Fahren Spaß macht.“ Natürlich kombiniert mit einer App für die Kunden und einem mittendekenden System, das mehr Cars loschickt, wenn mehr Menschen auf Beförderung warten. Andreas Schröcker will nun weiter auf dem Gebiet urbaner Mobilität für neue Ideen sorgen.

Lebe lieber kreativ

Kreativität, am Menschen orientiert, hierarchiefrei und mit Zug zur schnellen Umsetzung – so geht „Design Thinking“. Das richtige Instrument für alle, die innovieren wollen, und damit natürlich auch für Start-ups.

Natürlich ist „Design Thinking“ auch, wenn CEOs, üben Legokasten gebeugt, mit heißem Kopf einen Prototyp bauen. „Design Thinking“ hält aber mehr parat. Leider wird diese Innovationsmethode oft gerne auf das „Lego Serious Play“ verkürzt – eine von vielen Kreativitätstechniken, die unter dem Label „Design Thinking“ laufen. Der Hype, der um die im Silicon Valley entwickelte Technik gemacht wird, kommt allerdings nicht von ungefähr. Denn „Design Thinking“ kann wirken, auf jeder Stufe der Organisation, in etablierten Firmen ebenso wie bei Start-ups.

OHNE TITEL UND HIERARCHIEN

Entwickelt von David Kelley, Gründer der Beratungsfirma Ideo, gelehrt und angewandt in der legendären D-School in Stanford, fußt es auf einem einfachen Ausgangspunkt: Jeder kann es! Jeder kann und darf kreativ sein! Ideen dürfen dabei verrückt sein, Fehler können, ja sollen gemacht werden, weil sie möglicherweise in der nächsten Stufe ein Fortschritt sind. Noch dazu sind viele Ideen erwünscht, da hier ausnahmsweise Quantität vor Qualität geht. Konsequenterweise werden dabei Nicht-Experten zu Experten gemacht. Das geht natürlich am besten, wenn Hierarchien keine Rolle spielen: „Leave titles at the door“, lautet einer der Grundsätze. „Nur wenn Menschen ganz unterschiedlicher Erfahrungshintergrün-

de zusammenarbeiten, kann etwas Neues entstehen“, sagt David Kelly. Denn Design-Thinking-Ergebnisse bauen auf den Ideen von vielen auf, nicht von Einzelkämpfern.

ZIEL IST IMMER DER PROTOTYP

Bezeichnend für „Design Thinking“ – der Zug zum Tor des Kunden. „Design Thinking“ ändert den Mindset hin zu einer

grundlegenden Kundenorientierung. Empathie ist gefragt – im Mittelpunkt stehen immer der Kunde und seine Bedürfnisse. Diese muss man kennen, um dafür ein Produkt zu schaffen, nicht umgekehrt. Das schützt vor fatalen Fehlern, darum „Fail early and often“, aber nicht, wenn es dafür zu spät ist. Das bedeutet, Kunden mit in den Prozess hereinzuholen oder Interviews zu führen oder Beobachtungen anzustellen, wie eine „Customer Journey“ aussehen könnte. Danach geht es in die Kreativrunden. Einer der zentralen Momente dabei: Rede nicht, zeige es mir! In Design-Thinking-Runden wird gerne gezeichnet, geklebt, gebastelt, gebaut, geschraubt – und auch mal Lego gespielt. Weil „Design Thinking“ davon ausgeht, dass etwas sehr früh eine räumliche Gestalt haben muss, sonst geht die Idee sehr schnell wieder unter. Wichtiger ist das Produkt. Ziel ist daher immer der Prototyp, was immer es ist. Sollte der Eindruck entstehen, bei „Design Thinking“ geht es vor lauter kreativem Schaffen etwas chaotisch zu, dann täuscht man sich. „Design Thinking“ ist ein systematischer Prozess mit einem klaren Ablauf: Verstehen, beobachten, Ausgangspunkt festlegen, Ideen entwickeln, Prototyp bauen, am Markt testen. Und vor allem: „Let’s have fun!“ Mehr Infos: www.dschool.stanford.edu

SERVICE DESIGN THINKING





Drei Design-Thinking-Techniken, die jeder anwenden kann

Für jede Stufe des Design-Thinking-Prozesses gibt es zahlreiche Kreativitätstechniken. Tobias Göllner hat drei Techniken herausgegriffen, die Start-ups gerade am Anfang viel bringen.

#1 Die „Empathie-Map“, also eine Empathie-Landkarte, die man für sich anlegt: Man wird dazu gezwungen, aus verschiedenen Perspektiven auf den Kunden zu schauen und zu verstehen, wie wird dieser Kunde beeinflusst, was denkt er, was fühlt er, was sagt er und was legt er für Handlungen an den Tag? Letztlich: Was bedeutet das für mein Produkt?

#2 Die „Customer Journey“: Ist ein wichtiger Bestandteil jedes Design-Thinking-Prozesses. Hier klärt man, welche Berührungspunkte Kunden mit meinem zukünftigen Unternehmen oder bestehenden Projekt haben. Welche Emotionen sind in diesen unterschiedlichen Momenten (Touchpoints) der „Reise des Kunden“ integriert? Dabei findet man kritische Momente, oder auch den „Moment of Truth“, wo es sich entscheidet, ob der Kunde zum Fan einer Idee oder eines Produkts wird oder aussteigt.

#3 Die dritte Technik ist ganz einfach, kann aber die Kreativität besonders anregen: **Papier und bunte Stifte**. Tobias Göllner: „Das haben wir alle miteinander fast verlernt, einfach draufloszuzeichnen und sich visuell eine Skizze zu machen.“

Tobias Göllner ist Co-Gründer der Produktentwicklungs-Taskforce SHIFT11 (www.shift11.com) und der Trainingsagentur ShiftYard (www.shiftyard.io) mit Sitz in Wien. Der gebürtige Bergheimer entwickelt mit Unternehmen aller Größenordnungen neue Produkte und Services, treibt Design-Thinking-Prozesse voran, vermittelt Innovationsmethoden, trainiert Firmenteams und gibt sein Wissen auch an Start-ups weiter. Kürzlich gestaltete er einen Design-Thinking-Workshop mit Salzburger Start-ups im Rahmen des FHStartup-Centers.

Wie können Start-ups das Innovationsinstrument „Design Thinking“ in ihrer Gründungsphase benutzen?

Diese Methoden sind am wertvollsten, wenn man sie relativ früh im Entwicklungsprozess einsetzt. „Design Thinking“ hilft, sich in die Schuhe der Kunden zu begeben. Da ist es natürlich umso besser, wenn man gleich am Anfang seine Idee mit den Augen des Kunden sieht und bedenkt. Eine gute Beschreibung für „Design Thinking“ ist der Satz „love the problem, not the solution“. Es ist sehr zielführend, wenn man es sehr früh schafft, sich mehr mit dem Problem, mit dem Leben der Menschen auseinanderzusetzen, und dann zu schauen, passt meine Idee oder meine Lösung dazu.

Techniker haben oft die Tendenz, die Dinge völlig fertig zu entwickeln, bis alles passt. „Design Thinking“ sagt aber, man sollte so schnell wie möglich mit einem Prototyp auf den Markt gehen. Wie passiert das tatsächlich in der Praxis?

Es geht nicht darum, mit einem unfertigen oder nicht funktionierenden Produkt auf den Markt zu gehen. Man sollte jedoch in der Ideenentwicklung Leute einbinden, die möglicherweise auch Nutzer sein könnten. Dann ist es natürlich schon gut, so schnell wie möglich auf den Markt zu gehen und zu testen, ob das Produkt etwas trägt. Ob dann im Hintergrund die Prozesse schon perfekt laufen, was der Kunde ja gar nicht mitkriegt, ist zweitrangig. Wichtig ist, dass das Produkt für den Kunden einen Wert stiftet. Der Rest folgt.

Etablierte Unternehmen müssen sich oft selbst neu erfinden, was bekanntlich enorm schwierig ist. Ist das Instrument „Design Thinking“ daher für Start-ups wie geschaffen?

Ja, und das ist in der Start-up-Welt schon länger unter einer anderen Überschrift angekommen, mit der „Lean-Startup-Methode“. Man baut am Anfang ein schlankes Start-up. Das ist eigentlich schon vom Mindset sehr ähnlich zu „Design Thinking“. Diese Denkweise ist schon sehr stark in die DNA der meisten Start-ups übergegangen. Daher können diese auch freier denken. Aber als Gründer ist man trotzdem gefährdet, bei der erstbesten Idee zu bleiben. Man sollte sich aber trotzdem dazu zwingen, seine Idee ausreichend zu testen. „Design Thinking“ kann dabei entscheidend helfen.



Seda Röder, in Istanbul geboren, ist ausgebildete Pianistin, Komponistin, Coach und Unternehmerin. Sie studierte am Salzburger Mozarteum. Im Oktober 2007 wurde Seda Röder als Fellow an die Harvard University eingeladen, wo sie von 2008 bis 2012 auch unterrichtete. Seda Röder beschäftigt sich intensiv mit Musik, Klang, Kreativität, Technologie, Creative Entrepreneurship. Sie gründete das Netzwerk „Sonophilia“. Mehr Infos: www.sonophilia.com

Und plötzlich leuchtet etwas für mich auf

Fünf Fragen an Seda Röder

Kreativität und neue Ideen – schaffen das nur von Natur aus besonders begabte Menschen?

Nein absolut nicht. Wissenschaftliche Studien zeigen, dass Kreativität wenig mit den Genen zu tun hat bzw. erlernbar ist. Das Gehirn ist ein plastisches Organ. Es ist sozusagen wie ein Muskel, den man trainieren kann. Das heißt, je mehr man anfängt, Ideen zu generieren, desto mehr bekommt man mit der Zeit Leichtigkeit darin. Man wird immer besser dabei. Die Ideen kommen immer schneller. So ist es mit allem: Übung macht den Meister. Jeder kann kreativ sein.

Ist Kreativität eine Frage des Commitments, der Lebenshaltung?

Das ist entscheidend. Und es funktioniert, weil der Mensch dafür geschaffen ist, kreativ zu sein. Wir blühen auf, wenn wir unsere Ideen generieren und unsere Dinge schaffen. Kreativität ist ein dem Menschen innewohnendes Potenzial. Wenn wir das nutzen, dann wachsen wir auch geistig. Sobald man anfängt, seine Ideen auszuleben, auszuarbeiten, zu verwirklichen, kommt man manchmal in den „Flow“. In diesem Zustand sind die Menschen am zufriedensten, wie die Forschung zeigt. Auch die Manager, die in

der Lage sind, eine Atmosphäre zu schaffen, in der die kreativen Potenziale der Mitarbeiter richtig genutzt werden, haben ein besseres Standing und mehr Support in ihren Teams. Diese Teams sind eher bereit für High-Performance, was wiederum zum Ruf des Managers beiträgt. Kreativ zu sein und Kreativität zu fördern schafft also für alle Seiten eine positive Aufwärtsspirale.

Start-ups sind kreativ besonders gefordert. Wie können diese den Fluss an neuen Ideen aufrechterhalten?

Wenn es nicht mehr um das Produkt geht, sondern um das Erhalten des Status quo, dann fangen wir an, uns einzuengen. Es geht immer darum, sich aus der Komfortzone rauszubewegen. Aber gerade Start-ups erfinden sich dann neu in dieser Situation.

Kann man sein Gehirn dabei unterstützen, kreativ zu sein?

Man kann sich zum Beispiel jeden Tag spielerisch Dinge aussuchen, die man verbessern möchte. Es passiert ja oft, dass wir Dinge sehen, die nicht gut funktionieren, aber wir passen uns an die Systeme an, statt die Systeme zu ändern, weil das natürlich ein bisschen anstrengender ist. Es hilft der Kreativität aber sehr, dass wir uns immer fragen, wie kann man das oder jenes verbessern, anders machen.

Du bist Komponistin, Musikerin, Coach. Was brauchst du, um Inspiration zu erlangen?

Bei mir und bei anderen Menschen bedeutet Inspiration, in Analogien denken zu können. Ich sehe etwas in einem fremden Gebiet und plötzlich leuchtet etwas für mich in meinem eigenen Gebiet auf und ich kann dieses Wissen zu mir übertragen. Kreativität heißt, Dinge miteinander zu verbinden. Um das zu fördern, muss man sich für Gebiete öffnen, in denen man vorher nie unterwegs war, in denen man sich nicht auskennt. Man muss sich also einmal mehr aus der Komfortzone hinausbewegen. Es hilft, in Gebiete hineinzugehen, die auf den ersten Blick nichts mit einem selbst oder seiner Firma zu tun haben. So kann man sich etwa mit Experten in neuen Feldern unterhalten. Man kann „Cross-Conversations“ bis hin zu Ideen-Hackathons mit Menschen veranstalten, die einem die Möglichkeit zur Inspiration verschaffen.

Interview: Kurt Oberholzer
Foto: Bryan Reinhart

Das Start-up- Ökosystem gedeiht

Die Welt der Start-ups in Salzburg ist eine andere, seitdem die Netzwerkinitiative Startup Salzburg ihre Arbeit aufgenommen hat.

„Es ist schön, wenn man zusehen kann, wie die Start-up-Szene in Salzburg immer größer wird“, meinte Christof Haslauer vom Start-up Native Waves beim Startup Salzburg Demo Day im WIFI Salzburg. Der Demo Day soll künftig ein Fixtermin für die heimische Start-up-Szene werden. Eine Leistungsschau der Netzwerkinitiative und der innovativen Gründer, die davon betreut werden. Haslauer's Befund war beim Demo Day nachvollziehbar. Denn die Community und damit das gesamte Ökosystem wachsen nachweislich. Das unterstreichen etwa mehr als 2.000 Menschen, die die von der Netzwerkinitiative angebotenen Veranstaltungen besucht haben. In Kombination mit der umfangreichen Berichterstattung zu dem Thema – Start-up Salzburg war unter anderem auch Partner bei „smartup“, dem Start-up-Event der Salzburger Nachrichten – ist es gelungen, das Thema in der breiten Öffentlichkeit zu verankern.

NETZWERK, DAS INNOVATIVE GRÜNDER UNTERSTÜTZT

40 Start-ups wurden in der Vorgründungsphase unterstützt, fünf wurden in die Startup Salzburg Factory aufgenommen. In dem sechsmonatigen Inkubationsprogramm werden sie schrittweise an die Marktreife herangeführt (siehe Seite 12-14).

Für 2017 hat man sich ambitionierte Neujahrsvorsätze vorgenommen. „Wir werden heuer einen speziellen Schwerpunkt auf die Vorgründungsphase legen und möchten uns noch stärker mit anderen Ökosystemen im Start-up-Bereich vernetzen. Zudem soll die Internationalisierung der Start-ups vorangetrieben und heimische Leitbetriebe sollen stärker in die Netzwerkaktivitäten eingebunden werden“, sagt Startup-Salzburg-Netzwerkmanager Mag. Oliver Wagner.

—
Text: Robert Etter

„Ich habe 2009 gemeinsam mit zwei Partnern das Start-up ‚Aktionsfinder‘ gegründet. Damals hat es gar nichts gegeben, eine regelrechte Start-up-Wüste. Gott sei Dank gibt es jetzt Startup Salzburg.“

Gerhard Froner
Mitgründer des Start-ups „Aktionsfinder“

„Man muss die jungen Leute ermutigen, das Risiko einzugehen und den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen. Alles, was diesen Start-ups hilft, begrüße ich natürlich.“

Michael Schineis
Geschäftsführer Atomic

„Mit den fünf Start-ups in der Startup Salzburg Factory kann man erste Erfolge vorweisen. Ich war mit einem davon – Coati – im Silicon Valley. Die haben mit den besten Software-Entwicklern von Google auf Augenhöhe gesprochen. Das hat mich sehr stolz gemacht, dass wir das in Salzburg zusammenbringen.“

Andreas Spechtler
Investor Silicon Castles

„Startup Salzburg ist österreichweit ein sehr gutes Beispiel, wie wichtige Player miteinander zusammenarbeiten können und wie gut das einem Standort tut. Ein sehr schlüssiges Konzept, das Start-ups von einer sehr frühen Phase bis zur Reifephase begleitet und alle anderen wichtigen Elemente des Ökosystems integriert.“

Lisa-Marie Fassl
Geschäftsführerin Austrian Angel Investors Association

„Absolut positiv! Das geht in die richtige Richtung. Das hilft den Start-ups, den Unternehmern und den Investoren. Ein gute Initiative, da kann man nur gratulieren!“

Karl Wagner
Mitgründer Carbo Tech und Investor

„Am Ende werden nicht die Staatskonzerne für Wachstum sorgen, sondern neugegründete Unternehmen. Das heißt, alles, was gemacht wird, um diese Unternehmen zu fördern, ist zu begrüßen. Startup Salzburg ist eine tolle Initiative.“

Gerald Hörhan
Buchautor und „Investment Punk“

Die Fabrik, die Unternehmen macht

Sechs Monate lang haben fünf aussichtsreiche Startups das Inkubationsprogramm, die Startup Salzburg Factory, durchlaufen. Mit einem Mentor aus der Wirtschaft an der Seite konnten sie Stolpersteine aus dem Weg räumen und wichtige Entwicklungsschritte auf dem Weg zur Marktreife machen. Entrepreneurs hat die fünf Teams und ihre Mentoren getroffen.

Coati OG

Produkt/Dienstleistung:
Navigationssystem für Programmierer

Mentor:
DI Dietmar Tanzer / Sony DADC

Status:
Release der Version 1.0 des Softwareprogrammes erfolgt demnächst

Die Software, die Programmierern helfen soll, sich in fremden Sourcecodes zu rechtzufinden, war technisch bereits ziemlich ausgereift. Für die Tüftler von Coati stellte sich vor Beginn der Factory die Frage, wie sie mit ihrem Produkt den Markteintritt schaffen können. Mentor Dietmar Tanzer, Chef von Sony DADC International, hat ihnen die entscheidenden Fragen gestellt, etwa wo liegen die Schwächen des Produktes, welche Unternehmen können bedient werden und welche nicht. Gemeinsam mit IT- und Marketingexperten von Sony DADC wurde eine Strategie erarbeitet. „Wir hätten vor der Factory eher auf den Online-Vertrieb gesetzt, sind dann aber dank unseres



Mentor Dietmar Tanzer (mitte) mit Eberhard Gräther (links) und Malte Langkabel (rechts).

Mentors auf den Direktvertrieb umgeschwenkt. Denn Firmen wollen nicht nur Lizenzen in einem Webshop kaufen, sondern benötigen auch Support.“ Tanzer hat Coati zudem eine Brücke zu anderen Unternehmen geschlagen, um sich von diesen Feedback zu holen. Für ihn, der selbst aus dem IT-Bereich kommt, war das Mentoring eine spannende Angelegenheit: „Wir wollen mithelfen, in Salzburg mehr Hochtechnologie zu etablieren, und Start-ups aus diesen Bereichen weiterhelfen. Sony DADC hat ja selbst einige sehr erfolgreiche Spin-offs hervorgebracht.“ Eine Zusammenarbeit über die Factory hinaus können sich beide Seiten sehr gut vorstellen.

East Bike GmbH i.G.

Produkt/Dienstleistung:

Faltbares, vollwertiges Mountainbike

Mentor:

Mag. Stefan Scherholz/Pappas Holding GmbH bzw. Der Bergspezl Handels GmbH

Status:

Bau mehrerer Prototypen, um die Rahmenfunktion zu testen und in weiterer Folge einen Investor für die Serienprodukte zu finden

Mentor Stefan Scherholz hat das Team von EAST Bike quasi aus der Garage geholt. Im leerstehenden ehemaligen Pappas-Verteilerzentrum wurden Büros und eine Werkstatt zur Verfügung gestellt. Außerdem hat Scherholz das Netzwerk von Pappas zur Verfügung gestellt. Der Konzern hat nämlich nicht nur im Automobil-, sondern auch im Fahrradbereich langjährige Erfahrung. So gehören etwa das bekannte Fahrradgeschäft RKS (nunmehr „Bergspezl Rad“) und die Firma



Mentor Stefan Scherholz (links) mit dem Team von EAST.

Bergspezl zum Konzern. „Stefan ist uns auch in Fragen der Finanzierung, aber auch in Teamangelegenheiten immer mit Rat und Tat zur Seite gestanden“, erzählt Carina Tschuschnigg von EAST Bike. Scherholz gelang es etwa, die unterschiedlichen Visionen und Ziele im Team auf eine gemeinsame Schiene zu bringen. „Ausschlaggebend werden die nächsten Monate. Vor allem die Kickstarter-Kampagne wird zeigen, ob es eine Nachfrage gibt“, meint Scherholz. Bereits fix ist, dass die Zusammenarbeit nach Abschluss der Factory weitergeführt wird. „Ich werde das Team so lange unterstützen, bis man in die Serienproduktion gehen kann“, bekräftigt Scherholz.

FactAI KG

Produkt/Dienstleistung:

Künstliche Intelligenz für datengestützte Produktauswahl

Mentor:

Matthias Heimbeck/findologic GmbH

Status:

Mit Porsche ersten Kunden an Land gezogen

Das Team von FactAI und Mentor Matthias Heimbeck kennen sich schon länger, konnten ihre Zusammenarbeit aber in der Factory intensivieren. Technologisch waren die Mentees bereits ziemlich gut aufgestellt. In puncto Vertrieb, Kundenzugang und Marktzugang mit einer komplexen Technologie gab es allerdings noch einiges zu lernen. Probleme, mit denen Mentor Heimbeck bereits selbst einschlägige Erfahrungen gemacht hat. Schließlich bietet sein Unternehmen



Michel Doblhofer, Mentor Matthias Heimbeck, Emanuel Schattauer und Arnold Keller (v. l.).

findologic Suchmaschinentechnologie für Webshops an. Bei FactAI musste in einem ersten Schritt das Technologieportfolio noch geschärft werden. „Die Technologie bietet so viele Möglichkeiten. Da war es wichtig, einiges wegzulassen und sich auf eine Option zu konzentrieren, Kunden anzusprechen, Umsätze zu machen und auf diesen Erfahrungen aufzubauen“, erklärt Heimbeck. „Dank Matthias haben wir einige schwere Fehler nicht gemacht und können sie hoffentlich auch künftig vermeiden“, sagt Emanuel Schattauer von FactAI. Über eine weitere gemeinsame Zukunft und konkrete Kooperationen von Mentor und Mentees wird schon nachgedacht.

Native Waves GmbH

Produkt/Dienstleistung:

App, die Filme erkennt und Tonspuren in unterschiedlichen Sprachen zur Verfügung stellt

Mentor:

Friedrich Deininger/Dolby Laboratories, Inc.

Status:

Entwicklung von ersten Produkten für Partnerbetriebe; Bau mehrerer Prototypen, um die Rahmenfunktion zu testen und in weiterer Folge einen Investor für die Serienprodukte zu finden

Einen wichtigen Türöffner hat das Team der Native Waves GmbH in Mentor Friedrich Deininger gefunden. Eine der großen Herausforderungen für das Start-up sind die Audiolizenzen von Kinofilmen, die für die Technologie benötigt werden. „Als Student hat man fast keine Chance, einen Termin bei den Verantwortlichen der Filmstudios zu bekommen“, sagt Oliver Dumböck von Native Waves. Da kam Deininger ins Spiel. Der Manager beim Soundspezialisten Dolby hat einige Zeit



Mentor
Friedrich
Deininger,
Christof
Haslauer
und Oliver
Dumböck
(v. l.).

in Los Angeles gelebt und verfügt über wertvolle Kontakte zu Filmstudios und TV-Stationen. Zudem konnte er Industrieinsider gewinnen, die Native Waves beraten. Für zwei Partner werden derzeit Produkte ausgearbeitet, die damit auf den Markt gehen wollen. „Deiningers Expertise beim Aufbau von Businessmodellen und seine Branchenerfahrung haben sich für uns bereits mehrfach ausgezahlt“, betont Mitgründer Christof Haslauer. Deininger selbst ist von den Fähigkeiten der beiden überzeugt: „Es gibt Produkte, die ähnlich funktionieren, aber nicht in dieser Präzision. Und das eröffnet eine große Bandbreite an Einsatzmöglichkeiten, die weltweites Potenzial haben.“

ReSensitive

Produkt/Dienstleistung:

Produkt für die Intimpflege des beschnittenen Mannes

Mentor:

Manfred Kühner/
dm drogerie markt GmbH

Status:

Vorbereitung eines
Markttests in Bosnien

Das Produkt von ReSensitive ist für den heimischen Markt nicht besonders gut geeignet. Das liegt vor allem daran, dass der Anteil an beschnittenen Männern hier eher gering ist. „Das Produkt hat aber Potenzial, wenn man die richtigen Märkte, also die USA oder den arabischen Raum, anvisiert“, betont Mentor Manfred Kühner. Erste Erkenntnisse, wie es angenommen wird, sollen ein Forschungsprojekt und ein Markttest in den dm-Filialen in Bosnien bringen. Die Bevölkerung



Christian
Stadler,
Mentor
Manfred
Kühner
und Ludwig
Stepan (v. l.).

Bosniens ist vorwiegend muslimisch und deren Männer beschnitten. „Ob das Produkt für die Männer dort geeignet ist, wird sich zeigen, auch, ob die Erfahrungen auf den US-amerikanischen Markt übertragbar sind“, sagt Kühner. Für Ludwig Stepan von ReSensitive ist die Zusammenarbeit eine Win-win-Situation: „Wir profitieren von der Erfahrung von Herrn Kühner und von den Ressourcen, die uns dm zur Verfügung stellt. Ich glaube aber, dass auch unser Mentor von der Zusammenarbeit profitiert.“ Da stimmt Kühner zu: „Ich finde es spannend zu sehen, wie so ein junges Unternehmen agiert, welche Plattformen es nutzt und wie man mit der wirtschaftlichen Situation umgeht. Es eröffnet für einen persönlich neue Perspektiven.“

Warum man auf Investoren hören soll

Gerhard Froner ist Mitgründer eines der ersten Salzburger Start-ups. 2009 wurde die Idee für das Internetportal „Aktionsfinder“ geboren, das die digitale Suche nach Aktionen und Angeboten erleichtert. 2015 erfolgte der Exit. Die Post AG übernahm alle Anteile.



Wann haben Sie Investoren an Bord geholt?

Wir waren 2011 in der Position, dass Investoren und Business Angels auf uns aufmerksam geworden sind und uns genau unter die Lupe genommen haben. Das hat ungefähr ein Dreivierteljahr gedauert. Für die Investoren war es wichtig, dass wir ein Proof of Concept vorlegen konnten, um zu beweisen, dass diese Geschäftsidee auch finanziell erfolgreich ist. Dann haben sich sieben Business Angels bei uns mit einem niedrigen sechsstelligen Betrag beteiligt.

War das der Startschuss für das Unternehmen?

Ja, genau. Diese Investition hat uns sozusagen aus der Garage hinauskatapultiert. Wir konnten ein Unternehmen mit Büro, Mitarbeitern, Organigrammen und Gerätschaften gründen. Nach der Idee, dem Prototyp und den ersten Kunden waren wir nun so weit, dass wir richtig Gas geben konnten.

Die Investorenlandschaft war damals eine völlig andere. Wie sind Sie überhaupt an die Investoren herangekommen?

Die Investoren sind auf uns aufmerksam geworden. Wir haben eine Idee gehabt, die es gleichzeitig auch in anderen europäischen Ländern gegeben hat. Einer unserer Business Angels hat in Deutschland einen gleichwertigen Mitbewerber beim

Einstieg des Axel-Springer-Verlags betreut. Er hat sich dann auch in Österreich nach einem ähnlichen Start-up umgesehen und uns entdeckt.

Wie läuft es, wenn man auf einmal einen Aufsichtsrat hat?

Mit Investoren ändert sich alles schlagartig. Wir mussten jetzt einmal pro Quartal berichten, wie sich das Unternehmen entwickelt. Die Ergebnisse wurden ganz genau analysiert. Ideen wurden von den Geldgebern auch abgelehnt, weil sie nicht leistbar waren oder für den falschen Weg gehalten wurden. Da muss man sich entweder durchsetzen oder zurücknehmen.

Was sind Ihrer Meinung nach die Kardinalfehler von Start-ups im Umgang mit Investoren?

Ich würde auf alle Fälle warnen, Business Angels nur als reine Geldgeber zu sehen. Das beobachte ich häufig bei Start-ups. Sie freuen sich natürlich, wenn das Geld fließt, wollen dann aber oft nichts mehr mit diesen Geldgebern zu tun haben. Das ist ein großer Fehler, weil man von den Investoren oder Business Angels meist viel lernen kann. Wir haben uns anfangs auch überschätzt und dachten, wir wären die Experten für unser Produkt. Wir haben aber letztendlich vom technischen Know-how und dem Vertriebsnetzwerk unserer Partner sehr profitiert.

Wann sollte man sich von Business Angels wieder trennen?

Business Angels investieren eher am Anfang geringere Beträge und wollen ihre Anteile gewinnbringend verkaufen. Nur bei besonders aussichtsreichen Geschäftsideen bleiben sie länger investiert. Bei uns war es das Marktumfeld, das uns zu Investitionen gezwungen hat. Unsere Business Angels wollten aber nicht mehr Geld in das Unternehmen stecken, deshalb kam es zum Exit. Ich und mein Partner Michael Niedermoser haben anfangs noch 20% der Anteile gehalten, bevor die Post AG auch die restlichen Anteile übernommen hat.

Wie hat sich der Verkauf angefühlt?

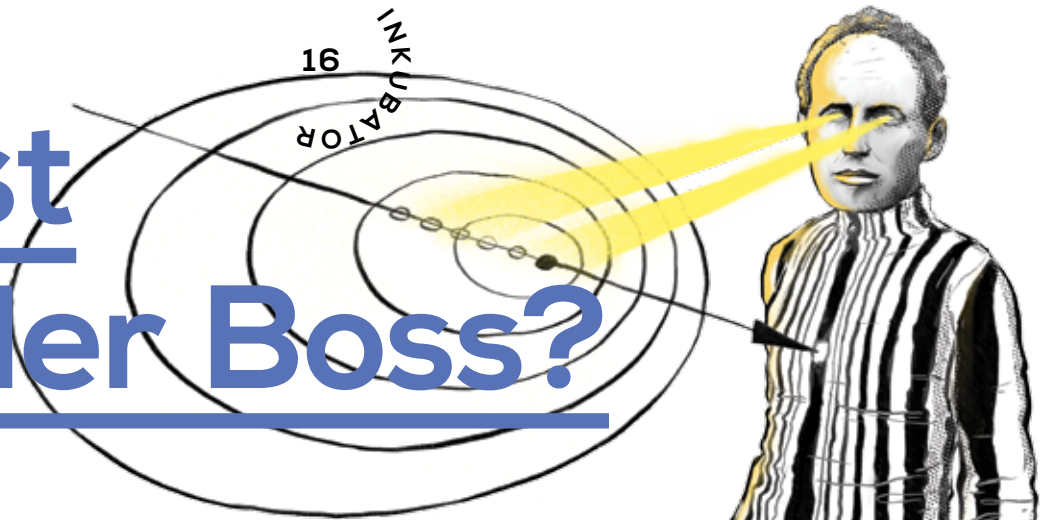
Aktionsfinder war irgendwie doch unser Baby, aber ich glaube, die Post AG macht das auch gut. Wir haben auf alle Fälle nichts Schlechtes hinterlassen.

Was haben Sie als Nächstes vor?

Dieser Exit gibt mir die Chance, einerseits selber wieder etwas zu machen oder zu schauen, ob es junge Leute gibt, die sich mit ähnlichen Ideen beschäftigen wie ich. Junge Unternehmer sind voller Tatendrang. Eine Eigenschaft, die ein Start-up haben sollte. Ich bin nach sechs Jahren intensiver Beschäftigung mit meinem Unternehmen und einem Exit vorsichtiger geworden, würde aber gerne mit jungen Start-ups zusammenarbeiten.

Text: Robert Etter
Foto: wildbild

Wer ist hier der Boss?



Konventionelle Firmen haben den Ruf, hierarchisch zu sein. Bei Start-ups ist das genau umgekehrt – oder? Den Eindruck bekommt man zumindest oft vermittelt: Stylistische Büros, lässige Chill-out-Areas, freie Zeiteinteilung, Mitarbeiter-Goodies und von Anfang an ist man per Du. Das mag mitunter daran liegen, dass Start-ups häufig gemeinsame Projekt von Freunden oder Studienkollegen sind. Anarchie statt Hierarchie?

Natürlich nicht. Auch Start-ups kommen nicht darum herum, sich früher oder später mit ihrer internen Unternehmensstruktur zu befassen. Besser früher als später, rät einer, der es wissen muss: Matthias Heimbeck ist nicht nur Gründer und Geschäftsführer von Findologic, einem führenden Anbieter für Suchtechnologie. Der 33-Jährige hat drei weitere Start-ups mitgegründet, unterrichtet an der Fachhochschule Salzburg zum Thema „business of web“ und ist als Mentor für junge Unternehmer tätig. „Start-ups beginnen meist in einem einzigen Raum. Vier oder fünf Leute und los geht’s“, weiß er. „Die meisten machen sich keine Gedanken über interne Prozesse, aber das ist ein Fehler. Spätestens wenn das Wachstum einsetzt, muss man sich damit auseinandersetzen.“

ES GIBT EIN ZAUBERWORT

In dieser Phase alles locker-flockig weiterlaufen zu lassen, könne in Anarchie enden. Auch das Gegenteil, die Einführung strikter Hierarchien, sei der falsche Weg. „Dann geht meistens der innovative Charakter verloren“, so Heimbeck. Die Lösung liegt also irgendwo dazwischen. Das Zauberwort heißt Struktur. Aufgaben, Abteilungen, Rollen – Dinge wie diese müssten eindeutig definiert sein. „Es gibt klare Prozesse und die sind zu 100%

einzuhalten.“ Chaos sei fehl am Platz, vieles müsse wie am Schnürchen laufen. Das heißt nicht, dass man untereinander nicht per Du sein kann. Auch nicht, dass die Mitarbeiter keine Freiheiten haben. Im Gegenteil: „Jeder Mitarbeiter soll zu jeder Zeit die Möglichkeit haben, Abläufe zu hinterfragen.“ Prozesse müssten innerhalb kürzester Zeit änderbar und neu definierbar sein.

REDEBEREITSCHAFT ALS BASIS

Die Erfahrung, dass man für Änderungen offen sein muss, hat auch Eberhard Gräther gemacht. Gemeinsam mit vier Studienkollegen hat er ein Navigations-tool für Programmierer entwickelt und das Start-up Coati gegründet. „Wenn man merkt, dass etwas nicht mehr funktioniert, dann muss man darüber reden“, sagt er. Bei Coati läuft das sehr basisdemokratisch ab, Entscheidungen werden gemeinsam getroffen. Jeder Mitarbeiter ist gleichzeitig Gründer, fast alle haben dieselben Kernkompetenzen – das Programmieren. Nur beim Thema Design habe die Produktdesignerin das letzte Wort. „In der Theorie ist es so geregelt, dass es für bestimmte Entscheidungen eine Mehrheit von 50%, für andere Entscheidungen die Einstimmigkeit braucht“, erklärt Gräther. In der Praxis habe man sich darauf aber noch nie berufen müs-

sen. „Bei uns funktioniert die Zusammenarbeit deshalb gut, weil wir über gemeinsame Projektarbeiten an der Fachhochschule langsam in das Thema hineingewachsen sind.“ Das Klischee, dass die Stimmung in Start-ups lockerer ist als in anderen Unternehmen, sieht Gräther nicht erfüllt. „Jeder von uns hat Anteile an der Firma, das bedeutet auch Risiko.“

DER TYPISCHE START-UP-BEWERBER

Zurück zum Thema Hierarchien: Laut Deutschem Startup Monitor 2016 dominieren bei Start-ups flache Hierarchien, was mitunter auch mit der oft niedrigen Mitarbeiterzahl zusammenhängt. Das scheint viele potenzielle Arbeitnehmer anzuziehen. Heimbeck ist davon überzeugt, dass sich bei Start-ups ein bestimmter Typus Mensch bewirbt. „Jemand, der wenig hierarchische Strukturen will, die ihm erlauben, sich selber einzubringen.“ Deshalb solle man seinen Mitarbeitern auch die Chance geben, sich zu behaupten. Er nennt diese Herangehensweise „Königsmacher“. Im Gegensatz zum „König“ – das sei ein Firmengründer, der alles an sich reiße.

Text: Maria Kapeller

Stichwort: Tellerrand.

17
INKUBATOR

von oben nach unten:
Rolf Dobelli,
Walter Kreisel und
Markus Kreisel



Wie spannend die Zeit ist, in der wir uns aktuell bewegen, soll uns allen mit #thesoundofsuccess – der Bundestagung der Jungen Wirtschaft Salzburg – gezeigt werden. Das bisher größte Business-Kultur-Festival in Salzburg wird für zwei Tage ca. 1.200 Start-ups und junge Entrepreneur*innen im Salzburger Festspielhaus und im Republic vereinen.

Mit Keynotes von Rolf Dobelli, Top-Speaker und Bestseller-Autor („Die Kunst des klaren Denkens“), Gründer des Abstract-Dienstes „getAbstract“ und von „Zürich.Minds“, einer Plattform, die Wissenschaften, Innovationen und Business zusammenbringt. Existenzielle Einsichten gibt es von den Kletter-Stars Huber Buam und exklusive Infos über die Neuigkeiten von Kreisel, wie sie neben der E-Mobilität nun auch den stationären Markt revolutionieren. Ihre Story ist aktuell weltweit auf der Überholspur und

setzt die etablierten Anbieter förmlich unter Strom. Zahlreiche renommierte Speaker werden von einem Konzertaufgebot von Bands wie den MakeMakes und DJs wie Phil Pruce oder einer selektierten Combo aus dem Dunstkreis von Parov Stellar auf den Weltbühnen des Festspielhauses und bei einer legendären After-Party im Republic auftreten. Alles in allem wird dieses Festival eine Hommage an unseren innovativen Wirtschaftsstandort Salzburg und ein deutlicher Blick über den Tellerrand mit den inspirierendsten Entrepreneur*innen und internationalen Inputs. Das „Must-have“ der Saison! 29. und 30. September 2017, Salzburg, Haus für Mozart.

Informationen zu #thesoundofsuccess und Tickets gibt es unter: facebook.com/jungewirtschaftsalzburg (an alle Salzburger: Liken!) und unter: jungewirtschaft.at/jw/bundestagung/index.html

Text: Dominik Mayer
Foto: Phil Müller, Martin Pröll

JW PROUDLY PRESENTS

BUSINESS KULTUR FESTIVAL

the sound of success

WELTPREMIERE

THE MAKEMAKES ★ HUBER BUAM
ROLF DOBELLI ★ DIE KREISEL-BRÜDER
CHRISTINE BAUER-JELINEK ★ TONI KLEIN
MARKUS HENGSTSCHLÄGER
DJ PHIL PRUCE ★ TOMMY BOY WEITSTETTER
UVM.

JUNGEWIRTSCHAFT.AT/BUNDESTAGUNG
FB.COM/JUNGEWIRTSCHAFTSALZBURG

INSPIRANTO.COM

29 + 30
SEPTEMBER
2017
FESTSPIELHAUS

Von links:
Hermine Meissl,
Markus Niederfriniger,
Julia Schliefssteiner.



„Worauf es ankommt, ist die Begeisterung!“

Ob jahrzehntlang mit Schirm- & Wetterschutzlösungen oder seit zwei Jahren mit Duftkerzen in der Weinflasche – erfolgreich sind beide Firmen. Was sie antreibt, was „Frischfange“ von „alten Hasen“ lernen können, was Erfolg für sie bedeutet und wie wichtig der Faktor Mensch ist, darüber hat **Entrepreneur** mit Hermine Meissl von der Meissl GmbH und Julia Schliefssteiner und Markus Niederfriniger von Loops geplaudert.

Entrepreneur: Was bedeutet es für Sie, Unternehmer zu sein?

Julia: Ich verbinde damit Freiheit. Wir können selbst entscheiden und beruflich das machen, was wir mit Leidenschaft machen wollen.

Markus: Es ist pure Freude, seine eigenen Produkte entwickeln und produzieren zu können und die Freude an Kunden weiterzugeben.

Hermine: Dem stimme ich zu 100% zu. Ich genieße den Gestaltungsspielraum und die Möglichkeit, seine Begeisterung in die Entwicklung von Innovationen und Herstellung der Produkte einfließen zu lassen.

Entrepreneur: Konnten Sie Ihre Leidenschaft zu Ihrer Arbeit in Ihren vorigen Jobs nicht ausleben, anders gefragt: Warum haben Sie die Entscheidung gefällt: „Wir machen jetzt Kerzen!“?

Julia: Ich konnte mich schon verwirklichen. Jedoch handelt es sich um eine andere, sehr viel persönlichere Art der Verwirklichung und Motivation, wenn man aus eigenem Antrieb für seine eigenen Produkte verantwortlich ist und in direktem Kontakt mit seinen Kunden steht. Nichts Schöneres gibt es in unserem Beruf, als positives Feedback auf unsere Ar-

beit zu erhalten und zu sehen, wie viel Freude unsere Kerzen den Menschen bereiten. Das motiviert uns jeden Tag aufs Neue.

Entrepreneur: Wie ist das in einem Unternehmen mit 50 Mitarbeitern und einem Exportanteil von 60%? Erhalten Sie noch persönlich Feedback von Kunden?

Hermine: Sogar regelmäßig! Mich freut es sehr, wenn Menschen sich über unsere Produkte freuen. Das gehört für mich zu den Top-Motivatoren als Unternehmerin. Für uns ist die Freude der Kunden an Meissl-Produkten unser Erfolg. Wir sind zufrieden, wenn sie zufrieden sind.

Entrepreneur: Würden Sie sagen, dass dieser leicht emotionale Zugang ein eher weiblicher Zugang zum Unternehmertum ist?

Hermine: Es kann schon sein, dass Unternehmerinnen emotionaler an Projekte gebunden sind, aber grundsätzlich denke ich, dass eine gewisse emotionale Intelligenz und der Wunsch nach hoher Kundenzufriedenheit jedem Unternehmer zugutekommen – weiblich und männlich.

Markus: Es ist weniger geschlechts-, sondern personenspezifisch.

Julia: Das denke ich auch. Markus ist beispielsweise straighter als ich, aber dadurch ergänzen wir uns auch wieder ganz gut. Grundsätzlich müssen Unternehmern ihre Kunden wichtig sein. Wenn wir unsere Arbeit gut machen, machen wir unsere Kunden happy und sie wiederum uns durch ihr Feedback. Natürlich positives, aber auch negatives, denn dadurch können wir uns verbessern und weiterentwickeln.

LOOOPS KERZEN

Julia Schliefssteiner und Markus Niederfriniger haben sich mit Looops in Hof bei Salzburg niedergelassen, um ihre natürlichen Duftkerzen herzustellen. Seit zwei Jahren produziert das Jungunternehmer-Duo dort in einer kleinen, feinen Werkstatt seine Kerzen und Aufbewahrungsgefäße. Aus ätherischen Ölen, Wachs aus Sonnenblumenöl und aus dem Upcycling alter Weinflaschen stellen sie ihre duftenden Erzeugnisse selbst von Hand her. Zur Auswahl stehen rund zehn Duftsorten. www.looops.at

MEISSL OPEN-AIR- SOLUTIONS

Seit über 40 Jahren entwickelt und produziert die Meissl GmbH erfolgreich Schirmbar- und Wetterschutzkonzepte für die Freiluftgastronomie. Ob Skiregion, Strandlagen, Hotels oder lebendige Innenstadt – das Pfarrwerfener Unternehmen liefert passgenaue Open-Air-Lösungen für jede Witterung. Heute führt Hermine Meissl das Unternehmen mit über 50 Mitarbeitern und einem Exportanteil von rund 60% erfolgreich in zweiter Generation. www.meissl.com

EntrepreNews: Was treibt Sie als Unternehmer immer wieder an?

Julia: Die Möglichkeit der Weiterentwicklung. Mitunter das Spannendste an der Selbstständigkeit ist der Reiz des Neuen ... an neuen Produkten, neuen Düften, neuen Kunden.

EntrepreNews: So entstehen Innovationen, richtig?

Hermine: Richtig! Man muss neugierig sein und bleiben, den Kunden zuhören und hinter seinen Produkten und seinem Tun stehen. Dennoch muss man – mit wachsender Firmengröße – sich und seinen persönlichen Geschmack auch zurücknehmen können. Es ist ein Lernprozess, die richtige Balance zu finden zwischen der persönlichen Meinung und dem Kundenwunsch. Mit zunehmender Firmengröße und vor allem Exporttätigkeit wird man kompromissbereiter. Jeder Kunde hat andere Wünsche. Kunden aus Kasachstan stellen andere Anforderungen an uns als Auftraggeber aus dem urbanen Raum oder Skigebieten. Aber gerade das ist wiederum das Spannende – zu tüfteln und zu sehen, was alles aus seinem Produkt herauszuholen ist. Damit bin ich wieder beim besonderen Funken, den es als Selbstständiger braucht.

EntrepreNews: Dieser Funke ist charakteristisch für KMU. Dass er auf Kunden übergeht, liegt meist am Faktor Mensch. Welchen Stellenwert

hat der Face-to-Face-Austausch mit Ansprechpersonen aus dem Betrieb heute?

Hermine: Einen sehr hohen! Den Kunden ist es ein großes Bedürfnis, persönlich betreut und verstanden zu werden.

Markus: Kunden ist es sehr wichtig, zu wissen, wer hinter dem Produkt steht und woher es kommt. Gerade bei unseren Kerzen, die Sinne ansprechen und Emotionen auslösen, ist es für Kunden von großer Bedeutung, sich sicher sein zu können, dass es sich um kein 08/15-Massenprodukt handelt, sondern dass dahinter Menschen stehen, die Herzblut in die Herstellung stecken und sich Gedanken dazu machen. Eine gebürtige Salzburger Kundin beispielsweise hat uns erzählt, dass sie immer Heimweh bekommt, wenn sie unsere Kerze „Bergluft“ anzündet.

EntrepreNews: Was bedeutet Erfolg für Sie?

Julia: Unser erster großer Erfolg ist bis jetzt auf jeden Fall, dass es uns gelungen ist, unsere Firma innerhalb von zwei Jahren so aufzubauen, dass wir davon leben und erste Mitarbeiter beschäftigen können. Grundsätzlich aber bedeutet Erfolg auch, dass wir sowohl geschäftlich als auch privat harmonieren und gemeinsam eine Firma mit Perspektive aufbauen.

Hermine: Für mich bedeutet Erfolg, ein gutes Verhältnis zu meiner Familie zu

haben. Natürlich ist der wirtschaftliche Erfolg der Firma wichtig, aber sowohl beruflich als auch privat alles unter einen Hut zu bringen, ist, auch als Mutter, sehr fordernd. Besonders in Wachstumsphasen der Firma rückte mein Privatleben oft in den Hintergrund. Heute sagen zu können, eine Balance gefunden zu haben und trotz sehr viel Arbeit persönliche Beziehungen aufrechtzuerhalten, ist für mich der größte Erfolg.

EntrepreNews: Welchen Rat geben Sie Start-ups mit auf den Unternehmensweg?

Hermine: Wichtig ist es, seine Begeisterung zu behalten und sich nicht entmutigen zu lassen. Unausweichlich ist es, den Kunden Gehör zu schenken. Durch das Feedback kommt es zur Weiterentwicklung und zum Wachstum. Wir hatten immer das Glück, organisch zu wachsen. Dadurch konnten sich die Mitarbeiter und ich mich selbst stetig weiterentwickeln.



Ein einzigartiges Start-up- Ökosystem

**Silicon Valley
und Berlin
schön und
gut. Wirklich
geht in Sachen
Start-ups
jedoch die Post
in Israel ab!**

Die Fakten sind so und so beeindruckend, was Start-up-Dichte, Venture Capital und Unterstützungsprogramme betrifft (siehe Fakten-Box). Was Israel und vor allem seine Start-up-Metropole Tel Aviv so besonders macht, ist jedoch die Art und Qualität des Innovations-Ökosystems, das sich das kleine Land mit etwas über acht Millionen Einwohnern seit Beginn der 90er Jahre geschaffen hat. Natürlich ist im wehrhaften Israel die Armee ein besonderer Innovationstreiber (und Hightech-Ausbilder). Junge Israelis fragen einander ja nicht, wo sie studiert haben, sondern in welcher Einheit sie gedient haben, heißt es. Entscheidend ist aber das enge Zusammenspiel von Staat, Wirtschaft und Forschung über viele Jahre hinweg.

SCHLAUE START-UP-POLITIK

Marlene Burgstaller, stellvertretende österreichische Wirtschaftsdelegierte in Tel Aviv, hat ein zentrales Beispiel parat: So stellen in Israel in der Regel private Investoren Raum und Ressourcen für Inkubatoren zur Verfügung und wählen die Firmen dafür aus. Sie beteiligen sich aber nur zu 15% an dem Start-up. Den Rest (und damit das Risiko) übernimmt

der Staat. Kommt das junge Unternehmen in die Gewinnzone, wird das Kapital zurückgezahlt und Private steigen dann, steuerlich gefördert, in die fertig entwickelten Firmen ein. „So wird aus einem Dollar, den der Staat investiert, fünf Dollar. Dass der Staat in Vorleistung tritt, ist schlau gemacht in Israel“, erläutert Burgstaller das staatliche „Technological Incubators Program“. Dieses bringt seit 1991 rund 80 neue Start-ups pro Jahr hervor und ist ein wesentlicher Faktor des israelischen Gründer-Ökosystems.

BEINHARTE EHRlichkeit

Ein besonderer Erfolgsfaktor ist aber ebenso in der israelischen Mentalität begründet. „Der israelische Unternehmensegeist ist von ‚think big‘ geprägt“, schildert Burgstaller. Englisch ist von Beginn an Firmensprache, das Ziel jedes Start-up-Gründers ist der globale Markt. Die vorherrschende Mentalität der Gründer lässt sich mit „born global“ umschreiben. Und alle bringen eine gehörige Portion „Chuzpe“ ein: Man fackelt nicht lange, man macht, man sagt unverblümt seine Meinung. „Hier bekommt man ehrliches, hartes, aber gut gemeintes Feedback“, erzählt Marlene Burgstaller. Dies macht sich das „Go Tel Aviv Acceleratorprogramm“ der Außenwirtschaft Austria in Kooperation mit Global Incubator Network zunutze. 2016 brachte es die ersten acht österreichischen Start-ups nach Israel, die nächste Gruppe von österreichischen Early-Stage-Start-ups startet in wenigen Tagen. „Wenn hier jemand pitcht, fühlt sich das Publikum zuständig, eine ehrliche Meinung abzugeben.“

Text: Kurt Oberholzer
Foto: Fotolia, Michael
Molzar, AWO



„Wenn man nach Israel kommt, sollte man einen klaren Plan haben“, meint Thomas Primus, der Gründer von FoodNotify.

Globaler Start-up-Hotspot Israel

Israelische Start-ups zogen im ersten Halbjahr 2016 2,5 Mrd. US-Dollar an Venture Capital an Land, um ein Drittel mehr als im ersten Halbjahr 2015. Alleine 2015 entstanden 18 neue VC-Fonds.

2015 wurden allein 1.400 Start-ups gegründet, 8.000 im Verlauf der vergangenen zehn Jahre.

Es gibt über 80 Acceleratorprogramme in Israel. Alleine in Tel Aviv hat sich die Zahl der Accelerators, Coworking Spaces und Innovationszentren in drei Jahren mehr als verdoppelt.

In Israel haben sich mehr als 320 Forschungs- und Entwicklungszentren multinationaler Unternehmen angesiedelt, von Facebook über Google bis Samsung u. a.

Stärkefelder: Life Science, Wassertechnik, IT, Kommunikation, Cybersecurity, Halbleitertechnologie, Chemikalien, Agrartechnologie.

Das „Go Tel Aviv Acceleratorprogramm“ bringt die nächste Gruppe von österreichischen Early-Stage-Start-ups nach Israel.



Den direkten Kommunikations-Stil der Israelis können etwa Alexander Wahler, CEO von Onlim, und Thomas Primus, CEO von FoodNotify, nur bestätigen. Wahlers 2015 gegründetes Unternehmen, das sich auf Tools für das Social-Media-Management von Unternehmen spezialisiert hat, nutzte das „Go Tel Aviv Acceleratorprogramm 2016“, um sich im Hinblick auf die „Customer Fitness“ zu testen und mögliche Investoren anzusprechen. „Das Feedback bei den Pitches und Workshops hat uns viel gebracht“, schildert Wahler. Er präsentierte dort unter anderem die 2016 noch neue Idee von Chatbots auf Basis von künstlicher Intelligenz. Die Diskussionen mit den Experten darüber legten, laut Wahler, mit auch den Grundstein für den neuen Chatbot-Service seines Unternehmens. Sich der sehr direkt kommunizierenden israelischen Experten- und Start-up-Szene auszusetzen, könne er daher jedem Start-up empfehlen. Man müsse aber eine klare Zielsetzung mitbringen.

Eine ähnliche Erfahrung hat Thomas Primus, Gründer von FoodNotify aus Wien, gemacht. FoodNotify bietet webbasierte Gastronomieware zur Verwaltung von Rezepten und Speisekarten inklusive Allergenkennzeichnung, Bestellung und Warenwirtschaft an. „Wenn man nach Israel kommt, sollte man einen klaren Plan haben. Auf jeden Fall

erhalte man ein sehr ehrliches Feedback. „Das kann man nur jedem empfehlen. Ich habe viel gelernt in diesen vier Wochen!“ Primus, dessen Unternehmen bereits im vierten Jahr eine Exportquote von 70% aufweist, nutzte das Programm, um sich auch einen Überblick zu verschaffen, wie der US-Markt funktioniert. Denn viele israelische Start-ups launchen ihre Produkte in den USA. Für ihn ist Israel daher auch eine Art Hub für den US-Markt. Primus war nicht zuletzt auch von der Unternehmer-Community in Israel angetan: „Man freut sich, wenn der andere Erfolg hat. Wenn man ein Unternehmen gründet, ist man in Israel hoch angesehen. Und man merkt, dass es dort viel einfacher geht mit dem Firmengründen.“

Save the date:

Das nächste „Go Tel Aviv“ findet vom 7. bis 26. Mai 2017 statt. „Go Tel Aviv“ wird es auch 2018 geben. Die Bewerbung dazu startet wieder Anfang 2018. Viele Infos über Israel gibt es im österreichischen AußenwirtschaftsCenter Tel Aviv. E-Mail: TelAviv@wko.at und auf wko.at/aussenwirtschaft





Tel Aviv: Das gelobte Land der Start- up-Szene

Israel ist eines der führenden Start-up-Zentren der Welt – und das bei gerade einmal acht Millionen Einwohnern. Vor allem in Tel Aviv hat sich eine ausgeprägte Start-up-Kultur entwickelt, die längst auch internationale Investoren und Entrepreneur:innen anzieht. Wir haben uns das Land und seine Faszination von einem Israeli erklären lassen.

Laut dem Global Startup Ecosystem Report 2017 gibt es alleine in der Küstenmetropole Tel Aviv zwischen 2.200 und 2.700 Tech-Start-ups. Dass diese Zahl so hoch ist, wundert den jungen Physiker und Start-up-Experten Ilya Kull nicht. „Die israelische Armee ist ein Gewächshaus für Start-ups. In ihrem dreijährigen Grundwehrdienst werden talentierte Schüler zu Tech-Wizards ausgebildet“, erzählt Kull, der während seines Wehrdienstes selbst als Drohnentechniker eingesetzt wurde. Somit wirkt die Armee und die damit verbundene Industrie wie ein riesiger Inkubator, der mit entsprechenden Finanzmitteln ausgestattet ist.

Die Förderung des Tech-Nachwuchses wird durch flache Organisationsstrukturen und geringe Hierarchien begünstigt – nicht nur in der Armee, sondern auch im Arbeitsalltag und in der Freizeit. Regeln würden in Israel nicht ganz so ernst genommen wie in Österreich. „In Israel wird von Mitarbeitern erwartet, out of the box zu denken. Starr an Jobbeschreibungen hält sich dort niemand.“ Folglich würden Eigenengagement und die Fähigkeit, Dinge zu hinterfragen, auf jeder Ebene gefördert.

Kull hat selbst in Tel Aviv Mathematik und Physik studiert. Und damit einen Karriereweg eingeschlagen, der in Israel sehr beliebt ist. Drei Viertel seiner ehemaligen Mitschüler hätten dieselben Stu-

dienfächer gewählt. Purer Zufall ist diese Studienwahl aber nicht: Talentierte Masterstudenten aus naturwissenschaftlichen Fächern werden von der Universität für ihre Arbeit bezahlt. Grund hierfür ist der harte Konkurrenzkampf zwischen Unis und IT-Unternehmen, die Uni-Abgänger von der Alma Mater abziehen und einstellen.

Wer die Partyhochburg Tel Aviv als Urlauber besucht, bekommt vom Hype um den „Silicon Wadi“ trotzdem nicht viel mit. Die Stadt ist eine pulsierende Metropole, in deren Gassen und Promenaden Europa und Naher Osten miteinander verschwimmen. Das Verkehrsaufkommen ist enorm. Shops und Restaurants haben durchgehend geöffnet, Nahrung und grundlegende Güter sind teurer als in Europa, vergleichbar mit dem Preisniveau der Schweiz oder in skandinavischen Ländern. Das ausschweifende Nachtleben von Tel Aviv ist weit über seine Grenzen hinaus bekannt. Die weltoffene, schnelllebige Atmosphäre der Stadt dürfte auch auf viele junge Start-up-Gründer ihre Faszination ausüben.

Natürlich ist aber auch in Tel Aviv nicht alles Gold, was glänzt. Wo flexible Organisationskultur möglich wird, bleiben auch viele Dinge auf der Strecke. Das Land befindet sich seit seiner Gründung fast permanent im Ausnahmezustand – mit allen volkswirtschaftlichen Auswirkungen, die rapide Ausgaben für die Rüstung des Landes mit sich bringen. Und auch die kreative Unordnung hat ihre Schattenseiten, erklärt Ilya Kull mit einem Lächeln: „Die israelische Post ist zum Beispiel furchtbar unzuverlässig.“

—
Text: Eva Krallinger-Gruber
Foto: Fotolia

Wie das Bier in den Lungau zurückkehrt

Die Idee, ein Bier für den Lungau zu brauen, hatten Christian Mauser, David Tscholl und Dieter Vierbach an der FH Salzburg. Im Rahmen ihres Studienganges KMU-Management & Entrepreneurship sollte die Klasse ein innovatives Projekt umsetzen. „Christian hatte immer schon die Vision, die alte Mühltaler Brauerei seines Urgroßvaters in Mauterndorf zu reaktivieren“, erzählt Dieter Vierbach, „und ich hab zu ihm gesagt: Das machen wir einfach!“



„Irgendwann sind wir mit unserem Projekt an einem Punkt angelangt, an dem wir beginnen mussten, unsere Idee in die Praxis umzusetzen“, erzählt Christian Mauser. „Den ersten Sud haben wir komplett versemelt. Der zweite war bereits trinkbar und wurde zur Grundlage des späteren Mühltaler Edelmärzen“, verrät David Tscholl die Entstehungsgeschichte.

Die Lungauer waren über das neue alte Bier so dankbar, dass sie bei einem Musikfest gleich alles ausgetrunken haben. „Die haben uns positiv zerstört“, lacht Mauser. Von da an war klar: Die Idee funktioniert. Vor allem, weil der Lungau seit dem Ersten Weltkrieg keine eigene Brauerei mehr hatte und die Nachfrage nach einem Bier mit regionaler Identität sehr groß war.

Als Braumeister fungiert der Lungauer Sebastian Essl, der sich aktuell bei Doemens in Deutschland zum Brauer ausbilden lässt. Mit moderner Kommunikation arbeitet er daran, die Mühltaler Brauerei auch mit geringem Budget bekannt zu machen. Und das funktioniert gar nicht so schlecht. Immerhin ist das Bier mittlerweile in zwei Lungauer Supermärkten gelistet und erfreut sich auf Social Media größter Beliebtheit. Aus Nostalgiegründen klebt immer noch das alte Etikett der Brauerei auf den Flaschen.

Und die Fachhochschule? Bietet den drei Studenten nach wie vor den reflektiven Rahmen zum Projekt. „Unser Betreuer hat

von Anfang an darauf bestanden, dass wir weitermachen, und steht mit Rat und Tat zur Seite.“ Die Vision der drei reicht auf jeden Fall über die Studienzeit hinaus: „Wir möchten die Art und Weise ändern, wie der Lungau über seine regionale Identität nachdenkt“, so Mauser. Das hört natürlich nicht mit Bierbrauen auf, sondern es sollen andere Produkte folgen. Braugerste soll angepflanzt werden und der Traum der eigenen Brauerei steht sowieso. Große Ziele, die das Team „Mühltaler Brauerei“ anpeilt. Nämlich dem Lungau sein Bier zurückzubringen. Und dazu eine moderne Identität, die das Alte bewahrt und das Neue wertschätzt.

Wo und wann hattet ihr den Geistesblitz für euer Start-up?

Christian Mauser hat die Idee unseres Re-Start-ups schon lange Zeit mit sich herumgetragen. Er wollte einfach die geschlossene Brauerei seines Urgroßvaters reaktivieren. Während eines Kurses an der FH Salzburg haben sich dann auch die beiden anderen Mitgründer David Tscholl und Dieter Vierbach in die Idee verliebt.



Drei Freunde mit Ecken und Kanten

Wie ein Metalltechniker, ein Betriebswirtschaftler und ein Tischler mit Designerwerkstücken aus heimischen Materialien jede Wohnung aufmöbeln.



Stefan Rehr, Mario Siller und Matthias Lienbacher (v. l.).

Matthias Lienbacher, Mario Siller und Stefan Rehr sind seit der Hauptschule beste Freunde. Und seit Stefans Tante vor einigen Jahren einen neuen Wohnzimmer-tisch brauchte, auch gemeinsame Start-up-Gründer. „Wir haben uns lange überlegt, wie wir es angehen sollen, und schließlich haben wir einfach begonnen“, erzählt der Tischler Matthias Lienbacher vom Beginn der Zusammenarbeit. Aus dem Debüt-Auftrag wurde allerdings nicht bloß ein Tisch, sondern gleich eine ganze Serie. „Wir haben halt viel herumprobiert“, lacht Maschinen- und Metallbaumeister Stefan Rehr. Und so entstand die erste Möbel-Linie, bevor die Dreikant OG überhaupt gegründet war.

Hinhören, was die Kunden wollen

Ein Jahr später gestalten die drei Tennengauer unter dem Label „Dreikant“ hochwertige Möbel, die gekonnt Eisen mit Holz verbinden. Dafür haben sie in Golling eine Werkstatt angemietet, in der sie jede freie Minute verbringen. Ihr erstes großes Projekt war die Shop-Einrichtung der „Genusskrämerei“ in Hallein. Der Zugang der drei jungen Unternehmer? Genau hinhören, was die Kunden brauchen. „Wir laden Interessenten zu uns in die Werkstatt ein, zeigen ihnen die unter-

schiedlichen Materialien, lassen sie das Holz anfassen. Dann zeichnen wir einen Vorschlag, der zum Budget passt.“ So stellen die drei Handwerker sicher, dass vom jungen Pärchen bis zum Shopbesitzer alle das richtige Möbel bekommen. Und warum eigentlich Dreikant? „Weil wir alle drei Ecken und Kanten haben.“ Und das soll man auch an den Werkstücken erkennen: Der Stil wirkt im Vergleich zu klassischen Möbeln aus dem Einrichtungshaus oft ein wenig „unfertig“, aber genau das ist es, was den Charme der Produkte und des jungen Salzburger Start-ups ausmacht.

Wann und wo hattet ihr den Geistesblitz für euer Start-up?

Die Idee für die Gründung unserer Firma hatten wir, als wir einen Wohnzimmer-tisch für Stefans Tante gebaut haben. Und vor lauter Eifer nicht nur einen Tisch, sondern fast eine ganze Serie gebaut haben. Da war klar: Uns gibt es ab jetzt im Dreierpack unter dem Namen Dreikant.

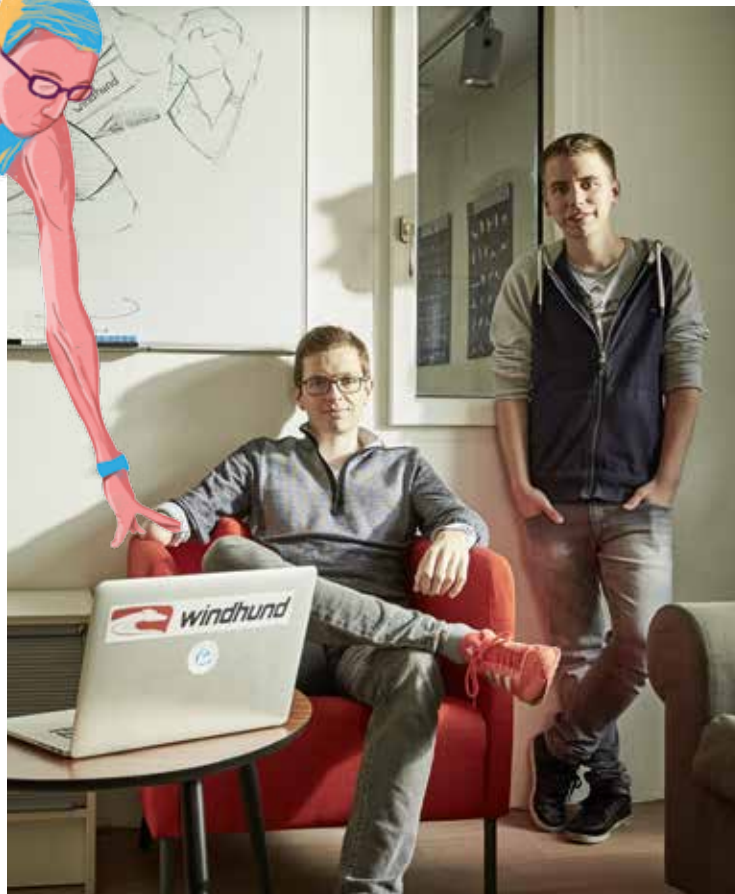
www.dreikant.at



Ready, set, ... start-up!

Die spannendsten Geschichten schreibt letztlich doch das Leben. Im Fall der Windhund GmbH das des Spitzensportlers und Top-Sprinters Günther Matzinger.

Auslöser war ein Bandscheibenvorfall im Jahr 2014. Zwei Jahre nachdem Günther Matzinger bei den Paralympischen Spielen in London Doppelgold gewonnen hatte, war der Top-Athlet plötzlich gezwungen, es für die Genesung ruhiger angehen zu lassen. Aus der Ruhe und Reha-Not machte Matzinger jedoch eine Tugend und aus dieser entstand schließlich sogar die Idee für sein eigenes Unternehmen, mit dem er einen Traumstart hinlegte. „Bereits 2013 habe ich mich selbstständig gemacht, damals allerdings noch mit der Absicht, ein Gewichtentlastungsgerät für Läufer zu entwickeln“, erzählt der Olympiasieger. „Dann machte mir meine Bandscheibe einen Strich durch die Rechnung und meine Pläne und Ziele waren auf eine rasche Genesung ausgerichtet.“ Es folgte die Reha-Phase mit zahllosen Übungen zur Stärkung und Kräftigung mit Eigenkörpergewicht. „Ich habe begonnen, die Übungen zu sammeln und sie für mich in Form von Karteikarten zu ordnen“, schildert Matzinger. Letztlich wurde ein ganzes Kartenset daraus. Von einem Profigrafisch aufbereitet, stießen die Übungskarten auch bei Sportlerkollegen auf Anklang, sodass bald die 1.000-Stück-Marke an verkauften Kartensets erreicht war. „Ab dann lag der Fokus klar darauf, die Übungsdatenbank weiter auszubauen“, erinnert sich der Profisportler. So wurde



Einer der schnellsten Salzburger startet tempo-reich mit seinem Start-up durch: Günther Matzinger (links, mit Programmierer Simon Hinter-sonnleitner) weiß, mit Höhen und Tiefen um-zugehen.

aus einem Nebenprojekt schließlich das (unternehmerische) Hauptprojekt. Für die Übungen setzt Matzinger seit Beginn an auf das Know-how von Physiotherapeuten, Mediziner, Sportlern und Trainern. Bis heute wurden rund 15.000 Kartensets via Onlineshop verkauft. Die Übungsdatenbank gibt es mittlerweile auch (kostenlos) digital mit der App „Windhund Workout“ und als interaktiven Chatbot „MyWorkout“ via Facebook Messenger. „In Kooperation mit Adidas geht im Sommer die Trainingsplattform online, auf der alle Übungen gespeichert sind, wo jeder User sein eigenes Trainingsprogramm individuell zusammenstellen und auch auf jene von anderen zugreifen kann. Geplant ist, ein interaktives Online-Trainingsnetzwerk aufzubauen. Alles in allem kann man also sagen: Es läuft. Wieso aber trat Matzinger als Topathlet die Unternehmer-Reise an? „Ich hatte schon immer den Wunsch, mich selbstständig zu machen. Außerdem hat auch eine Sportlerkarriere ihr Ablaufdatum, somit wollte ich mir auch ein zweites berufliches Standbein aufbauen“, erläutert Matzinger und ergänzt: „Ich erkenne zu-

dem viele spannende Parallelen zwischen Unternehmertum und Sport: In beiden Bereichen ist viel Ehrgeiz, Konsequenz, Zielstrebigkeit und Motivation, aber auch Geduld gefordert. Ob ich im Sport auf etwas hintrainiere oder als (Jung-)Unternehmer meine Firma aufbaue – der Weg ist das Ziel.“

Wann und wo hattest du den Geistesblitz für dein Start-up?

Beim Reha-Training während der Regeneration von einem Bandscheibenvorfall. Die Not machte mich erfinderisch.

www.windhund.com
<http://m.me/myworkout.bot>



Text: Andrea Möller
Foto: Andreas Hechenberger

„Technologie ist nur dann sinnvoll, wenn sie von Menschen sinnvoll eingesetzt wird“. Die IT-Experten von IcoSense rund um Manfred Ausserbichler stehen Industriebetrieben mit Rat und Tat zur Seite.

IT-Profis mit dem richtigen Gespür

IT und Industrie: Klingt kompliziert – ist kompliziert. Nicht jedoch für die Profis von IcoSense. Sie sorgen für Vereinfachung und Erleichterung in Sachen Industrie 4.0.



Nicht immer ist die Garage Garant und Geburtsort unternehmerischer Ideen. Bei Manfred Ausserbichler und seinem damaligen Kollegen war es (mangels einer Garage) der Dachboden. Ob die bauliche Höhenluft, die „Bierchen“, die sich das Duo genehmigte, oder eine Kombination aus beidem verantwortlich waren, dass der Geistesblitz bei ihnen einschlug, ist heute nicht eindeutig nachzuvollziehen. Der Grund für das Treffen war jedenfalls klar: Auf der bis dato guten Zusammenarbeit wollte man aufbauen und gemeinsam an etwas grundlegend Neuem arbeiten. „Wir haben damals einfach mit Ideen herumgesponnen, die uns in den Sinn gekommen sind. Gegen Mitternacht fassten wir schließlich den Entschluss, tatsächlich gemeinsame Sache zu machen und eine Firma zu gründen“, erzählt Ausserbichler rückblickend.

Gesagt, getan: Im Herbst 2014 riefen sie IcoSense ins Leben und bauten ihr IT-Start-up rasch zu einer Firma mit Standorten in Zell am See und Mittersill aus. Ob der Skihersteller Blizzard oder Bilton, der Saalfeldner Spezialist für innovatives LED-Lichtmanagement, namhafte Unternehmen vertrauen auf das IcoSense-Know-how. Heute besteht das Team aus

zwölf Personen. Seit Anfang des Jahres leitet Ausserbichler die Geschicke der Firma als alleiniger Geschäftsführer. Verschrieben hat sich IcoSense zwei Bereichen: der „klassischen“ IT, also einem Rundum-EDV-Service, und der Industrie 4.0 bzw. dem „Internet der Dinge“, d. h. der Verzahnung industrieller Produktionen mit digitalen Informations- und Kommunikationstechnologien.

„Bei der Umstellung auf die modernen Prozesse der Industrie 4.0 sind wir überregional, aktuell im gesamten deutschsprachigen Raum tätig“, erklärt Ausserbichler. „Ohne großen technischen und finanziellen Aufwand visualisieren, digitalisieren, vernetzen und werten wir Maschinen- und Produktionsdaten aus“, versichert er. „Dadurch gewinnen Firmen wichtige Erkenntnisse für weitere Entwicklungsschritte.“

Die Umsetzung der vielen Projekte erfolgte bisher anhand der Entwicklungsplattform „IcoSenseLINK“. „Wir haben nun genügend Erfahrungen und Erkenntnisse aus unseren bisher sehr spezifischen Projekten gesammelt, sodass wir sie in einem neuen, eigenen Produkt bündeln und anbieten können“, schildert der Geschäftsführer. Daher geht IcoSense am

2. Mai den nächsten großen Schritt mit dem Launch von „peak2pi“. Dabei handelt es sich um ein Produkt zur Produktionsdatenvisualisierung in Industriebetrieben. „Statt langer, teurer Einführungsprozesse muss ‚peak2pi‘ lediglich mit einem digitalen Maschinensignal versehen werden und innerhalb kürzester Zeit werden wichtige Maschinendaten, wie die Laufzeit, Produktionsmenge und Qualität, visualisiert und ausgewertet. Die Installation und Konfiguration funktioniert gänzlich ohne IT-Know-how“, erklärt er begeistert. „Weil ‚peak2pi‘ die Prozesse so sehr vereinfacht, ist es so besonders!“

Wann und wo hattest du den Geistesblitz für dein Start-up?

In meinem Dachboden, in der Nacht – nach einer entspannt-produktiven Brainstorming-Session.

www.icosense.com
www.peak2pi.com



In dieser Bar wird Schönheit serviert

Nicht etwa Cocktails, sondern Haar- und Make-up-Stylings werden in Sophia Spatts Beauty & Dry Bar kreiert. Die Inspiration dafür holte sich die 22-Jährige in Berlin und London.



Auslandsjahre. Viel berufliche Erfahrung sammeln. Lernen, auf eigenen Beinen zu stehen. Das sind die Grundpfeiler, auf denen Hair-Stylisten und Make-up-Artisten Sophia Spatt ihr Unternehmen gegründet hat. Die 22-jährige Salzburgerin eröffnete im Sommer 2016 ihre eigene Beauty & Dry Bar in Salzburg-Aigen. Dort bietet sie Haar- und Make-up-Stylings für Anlässe wie Hochzeiten, Geburtstage oder Events wie die Salzburger Festspiele an. Das Innovative an ihrem Konzept: Mittels Lookbook hilft sie ihren Kundinnen bei der Entscheidungsfindung, welcher Stil zur eigenen Persönlichkeit beziehungsweise zum jeweiligen Anlass passt. Spatt hat dafür vordefinierte Stylings für Haare und Make-up entwickelt, die sich Kundinnen beim Blättern durch das Lookbook ansehen können.

Die Inspiration für dieses Konzept hat sie sich in London geholt, wo sie vor der Eröffnung ihrer Beauty-Bar diverse Kurse belegte und sich viele Beauty-Bars von innen anschaute – als Kundin. International war die junge Salzburgerin schon immer unterwegs. „Nach der Matura bin ich nach Berlin gezogen und habe eine Ausbildung als Hair-Stylisten und Make-up-Artistin gemacht“, erzählt sie. Drei Jahre lang arbeitete und lebte sie in der deutschen Hauptstadt. Nicht immer war dort alles rosig. „In der kreativen Branche muss man gerade zu Beginn extrem viel Erfahrung sammeln, oft bekommt man aber kaum Geld dafür“, erzählt die junge Unternehmerin.

Nach der Ausbildung in Berlin war schnell klar, dass Spatt ihre Leidenschaft zum Beruf machen wollte. Die Selbstständigkeit war der nächste logische Schritt. Dabei sieht sich die 22-Jährige nicht nur als Unternehmerin, sondern vor allem auch als Künstlerin. Denn das kreative Schaffen mit Farben und Formen ist Spatt seit ihrer Kindheit gewohnt. Ihr Großvater war Maler, ihre Mutter ist Trachtendesignerin. Sie selbst vergleicht ihre Arbeit gerne mit der eines Kunstmalers. Zuerst pendelte sie zwischen Berlin und Salzburg hin und her, entschied sich dann aber für einen fixen Standort in Salzburg. „Weil ich länger weg war, habe ich die Stadt sehr schätzen gelernt“, sagt Spatt. Eine Zeit lang im Ausland zu leben helfe dabei, den eigenen Horizont zu erweitern. Jetzt genieße sie die Vorteile einer kleinen Stadt wie Salzburg: „In einer Großstadt wie Berlin schwimmst du mit der Masse. Hier in Salzburg ist der Markt klein, neue Angebote sprechen sich schnell herum und die Kundinnen sind treu, wenn sie zufrieden sind.“

Wann und wo hattest du den Geistesblitz für dein Start-up?

Zu diesem Zeitpunkt bin ich zwischen Salzburg und Berlin gependelt. Ich wollte einen Ort schaffen, an dem meine kreative Arbeit stattfindet und wo sich die Kundinnen wohlfühlen können. Zeichnungen von Frisuren und Make-ups sowie meine Erfahrungen in London haben mich dazu inspiriert, ein Lookbook zu erstellen, das meinen Kundinnen als Orientierung dienen soll.

www.sophia-spatt.com

—
Text: Maria Kapeller
Foto: Andreas Hechenberger



App in den Kuhstall

Mit Funksensoren sorgt Anton Gruber für das Wohlergehen seiner Kühe.

Im Stall von Anton Gruber aus Adnet befinden sich Kühe. Das klingt erst mal normal. Für ihr Wohlergehen sorgt aber nicht nur der Hobby-Bauer selbst, sondern auch mehrere Funksensoren, die an den Stallwänden angebracht sind. Sie messen rund um die Uhr, wie es um das Stallklima bestellt ist, und senden bei Abweichungen eine Nachricht an Grubers Smartphone. Was steckt hinter der Geschichte? „Hitze verursacht bei den Rindern Stress. Man kann die Situation mit einem heißen Büro vergleichen, in dem auch die menschliche Leistung sinkt“, erklärt Gruber.

Sensoren im Stall messen Temperatur, relative Luftfeuchtigkeit und Helligkeit. Die Daten werden gespeichert und können via App am Handy jederzeit abgerufen werden. Die Messung des Stallklimas macht aber auch wirtschaftlich Sinn: „Wenn Kühe gestresst sind, kann das schnell zu verringerter Milchleistung führen“, erklärt der Tennengauer. Um den THI-Wert (Temperatur-Feuchtigkeits-Index) im Auge zu behalten, hat Anton Gruber übrigens eine App für Android entwickelt, welche er gratis zur Verfügung stellt. Anton Gruber ist der persönliche Kontakt zu Bauern in der Region besonders wichtig. Er möchte die Landwirte mit muucare so gut wie möglich bei ihrer Arbeit unterstützen.

Wo und wann hattest du den Geistesblitz für dein Start-up?

An eine konkrete Anekdote kann ich mich nicht erinnern. Mir war es einfach ein Anliegen, mit meiner Arbeit etwas Sinnvolles zu tun. Und vor dem Hintergrund ist die Idee für muucare entstanden.

Text: Eva Krallinger-Gruber
Foto: Andreas Hechenberger

VMG485 soll Europa erobern

Patrick Cais und Wilhelm Mühlbacher erleichtern Elektrikern die Arbeit.

Für Handwerker sind sie ein Ärgernis, das Zeit und Geld kostet: dünne Zwischenwände, in die Unterverteiler eingebaut werden müssen. Somit entwickelte Elektrikermeister Wilhelm Mühlbacher gemeinsam mit dem Vertriebs- und Marketingspezialisten Patrick Cais eine Lösung für dieses Problem: das Verteilermontagegestell VMG485. „Der Einbau ist schnell und einfach, die Zeiterparnis beträgt bis zu 80%. Außerdem sind keine Ausbesserungsarbeiten durch den Maurer mehr notwendig“, erklärt Mühlbacher.

Das VMG485 ist seit Jänner auf dem Markt, zwei Monate zuvor gründeten die beiden Plainfelder die Tefact GmbH. „Wir haben auf einigen Baustellen Prototypen eingebaut, die uns von den Polieren regelrecht aus der Hand gerissen wurden“, erzählt Mühlbacher.

Mittlerweile ist die patentierte Installationshilfe über den Elektro-Großhandel in ganz Österreich erhältlich. „Unser Verteilergestell soll sich zum Standard im Wohnbau entwickeln. Wir haben uns vorgenommen, in den nächsten Jahren einige europäische Länder zu erobern“, sagt Cais.

Heuer sollen 500 bis 1.000 VMG485 hergestellt werden, mittelfristiges Ziel ist eine Jahresproduktion von 5.000 Stück. „Ein Investor, der mit uns gemeinsam etwas aufbauen und langfristig an Bord bleiben möchte, ist herzlich willkommen“, betont Mühlbacher.

Wann und wo hattet ihr den Geistesblitz für euer Start-up?

Das Problem hat uns lange begleitet. Wir hatten die Lösung einige Jahre im Kopf. Eines Tages haben wir in der Garage ein paar Verteiler auf den Boden gelegt, herumprobiert und schließlich das Gestell gebaut.

www.tefact.at

Text: Helmut Millinger
Foto: wildbild



Wilhelm Mühlbacher (links) und Patrick Cais tüfteln bereits an einem neuen Produkt.

Schmuckdesign ist Millimeterarbeit

Mascha Lina Borodin: 24 Jahre alt und schon ein eigenes Schmucklabel. Produziert wird sozial verträglich und in Österreich.



Es ist nicht so, dass Schmuckdesignerin Mascha Lina Borodin schon immer wusste, was sie werden wollte. Aber nach der Matura und drei Semestern Jus-Studium war ihr zumindest klar, was die damals 20-Jährige nicht wollte. Statt weiter zu pauken, widmete sie sich kreativen Leidenschaften wie Mode oder Klavierspielen. Und sie fing an, in detaillierter Handarbeit selber Schmuck herzustellen. Die Ohringe und Ringe fanden im Freundeskreis rasch Gefallen. Borodin wiederum hatte große Freude am Schmuckdesign – einer Millimeterarbeit.

Vor rund vier Jahren traf sie die Entscheidung, sich ein halbes Jahr lang vollkommen auf ihre Passion zu konzentrieren. Das heißt: Ein Patent anmelden, auf Messen präsent sein, eine Website erstellen. „Anfangs macht man auch Fehlkäufe und man muss seinen eigenen Stil finden“, blickt sie auf diese erste experimentierfreudige Phase zurück. Ihr erstes Verkaufsevent veranstaltete sie im Dachboden eines Freundes in der Judengasse, „den musste ich davor erst einmal tagelang auf Vordermann bringen.“

Schon früh setzte die heute 24-Jährige auf Netzwerken, Veranstaltungen und Pressearbeit, um ihrer Marke Maschalina Bekanntheit zu verleihen. Denn: Wenn

berühmte Persönlichkeiten wie die US-Schauspielerin Kelly Rutherford („Gossip Girl“) oder das österreichische Model Patricia Kaiser (Miss Austria 2000) ihren Schmuck tragen, hat das eine große Strahlkraft. Für die Schmuckstücke werden ausschließlich qualitativ hochwertig verarbeitete Materialien wie Halbedelsteine, Swarovski-Perlen oder Glasperlen verwendet. Mittlerweile hat sich die Designerin auf Ohringe spezialisiert, stellt aber auch Ringe, Ketten und Broschen her. „Wichtig ist mir, dass mein Schmuck die schönsten Seiten einer jeden Frau hervorhebt.“

Auch das Herumprobieren ist nach wie vor ein Thema. „2016 hatten wir zwei Monate lang einen Pop-up-Store in Wien, im Februar 2017 waren wir neben 138 internationalen Schmuckdesignern bei der Artistar Jewels 2017 im Rahmen der Milan Fashionweek mit dabei“, berichtet Borodin. Als junge Firmengründerin habe sie aber gelernt: „Am Ende muss man aber immer analysieren: Was kommt dabei heraus?“ Eine weitere Erkenntnis nach vier Jahren als Schmuckdesignerin: „Man kann nicht alles auf einmal machen und muss sich manchmal selber Grenzen setzen.“ Nicht nur die Schmuckherstellung ist Millimeterarbeit, sondern auch das Start-up-Leben.

Im ersten Halbjahr 2017 heißt es erst einmal: Produzieren. Das geschieht übrigens in Österreich. „Wir lassen unseren Schmuck mittlerweile von einem sozialen Verein in Wien anfertigen, bei dem Frauen mit Migrationshintergrund arbeiten“, erzählt die gebürtige Salzburgerin, die seit zwei Jahren in der Bundeshauptstadt lebt. Geplant sind 2017 außerdem monatliche Verkaufsevents und das Erschließen neuer Märkte. Auch dabei wird wohl Freude am Experimentieren gefragt sein.

Wann und wo hattest du den Geistesblitz für dein Start-up?

Ich habe viel mit Mode und Schmuck experimentiert und mir vor rund vier Jahren die Frage gestellt: Wie wäre es, mich ein halbes Jahr lang intensiv damit zu beschäftigen?

www.maschalina.com

Alexandra und Karl Pilz gehen mit ihrem Online-Shop „BauFuzzi“ neue Wege im Baustoffhandel.



Baustoffhandel mit Likes und Hashtags

Der Online-Shop „BauFuzzi“ setzt auf Social-Media-Kanäle.

Vom herkömmlichen Baustoffhandel wollen sich die Gründer von „BauFuzzi“ bewusst abheben. Für die Kommunikation mit den Kunden nutzen sie in erster Linie Facebook und Instagram. „Mit unserer Nähe zum Endkunden haben wir in der österreichischen Baubranche Neuland betreten“, meint Alexandra Pilz.

Die Unternehmerin aus Anif hat nach der HTL für Hochbau mit nur 21 Jahren den Familienbetrieb Pilz Isolierungen übernommen. „BauFuzzi“ wurde gemeinsam mit ihrem Bruder Karl Pilz entwickelt, dem Betreiber der Webdesign-Agentur „Web2Null.at“. „Die Idee, unser Know-how zusammenzuführen, ist eher zufällig entstanden“, erzählt Alexandra Pilz.

Nach vielen arbeitsreichen Abenden und Wochenenden konnte Ende 2015 endlich der heiß ersehnte Onlinengang erfolgen. „Wenn man die Arbeitsstunden mit einrechnet, haben wir mindestens 200.000 € investiert“, sagt Karl Pilz. Der Einsatz habe sich aber gelohnt: „Wir haben Kunden aus ganz Österreich, obwohl wir kaum Geld für Marketing ausgegeben haben.“

Derzeit arbeiten die beiden Unternehmer an einer App, mit der man ab dem Sommer auch mobil bestellen kann. „Wir werden auch den Kundenservice ausbauen. Die Nachfrage nach Produktvideos und ähnlichen Dingen ist sehr groß“, erklärt Alexandra Pilz.

Wann und wo hattet ihr den Geistesblitz für euer Start-up?

Wir hatten die Idee, Baustoffhandel mit Social Media zusammenzuspannen, etwa ein Dreivierteljahr im Hinterkopf. Irgendwann Ende 2014 haben wir uns zusammengesetzt und gesagt: „Jetzt gehen wir es an!“

www.baufuzzi.at

Text: Helmut Millinger
Foto: wildbild

Niklas Mayr, Mateo Leko und Michael Spießberger (v. l.) lassen sich nicht einschüchtern.

Start-up-Cycler schlagen Holzweg ein

Nicht aufs Alter, auf die Motivation kommt's an! Dafür ist das Trio von M3-Wood der beste Beweis.

Man nehme drei clevere, junge Männer, addiere ein Holzprojekt und heraus kommt ein vielversprechendes, effizient hergestelltes und auch noch gemütliches Möbelstück. Die Rede ist von der prämierten Wellnessliege der 19 Jahre jungen Jungunternehmer, Ex-Schulkollegen und Freunde Michael Spießberger, Mateo Leko und Niklas Mayr. „Begonnen hat alles vor eineinhalb Jahren mit einem Schulprojekt am Holztechnikum Kuchl“, erinnert sich Michael. „Die Aufgabe war, Holzreststücke wiederzuverwenden“, ergänzt Mateo. „Wir haben uns für Brettspertholz entschieden, dessen Reste oft einfach verbrannt werden. Besonderer Vorteil davon ist dessen Stabilität durch gekreuzt aufeinander liegende Brettlaugen“, erklärt Niklas. Nach arbeitsintensiven Monaten und dem Erfolg beim HTK-Wettbewerb nahm das Projekt Fahrt auf: „Wir bekamen Top-Feedback, auch international“, schildert Mateo stolz. Mit dem Rückenwind der Anerkennung feilten sie weiter an den Plänen. Heute steht das Konzept ihrer wellenförmigen Wellnessliege aus recyceltem Holz für den Innen- und Außenbereich. Nun geht es an die Kundenakquise und auf die Suche nach Kapital zum Durchstarten. „Wir gehen schrittweise voran und entwickeln unsere Ideen ständig weiter“, sagt Michael. Zugute kommt ihnen dabei das Wissen durch ihre mittlerweile begonnenen Studien an der FH Salzburg, Smart Building sowie Holzbau & -technologie. „Wir möchten die Freude, die wir an unserem Tun und Produkt haben, weitergeben“, sind sich die drei einig. Einig sind sie sich auch über ihr Ziel: „Wir wollen beweisen, dass junge Menschen viel auf dem Kasten haben und ihre Ideen Hand und Fuß haben. Sie können viel erreichen, wenn man sie lässt.“

Wann und wo hattet ihr den Geistesblitz für euer Start-up?

In einer Brainstorming-Session für ein Projekt haben wir recht pragmatisch das Auswahlprinzip angewandt und den Nutzen aller Ideen abgewogen.

Text: Andrea Möller
Foto: Andreas Hechenberger



„Für das echte Leben gibt es keine App“

Machen wir uns nichts vor: Wir sind online. Ständig. Beruflich. Privat. Aber man muss sich Auszeiten schaffen. Digitale Auszeiten. Im Salzburger Land zeigt der Lungau vor, wie das geht.

Zum Start-up-Leben gehört das Online-Sein dazu wie das Amen zur Kirche. Immerhin begründen sich viele Start-up-Ideen sogar im Tech-Bereich. Online ist nicht mehr wegzudenken, das ist klar. Glasklar ist aber auch, dass der Mensch Auszeiten braucht. Erholung, Entspannung, Zeit für sich selber.

Einen Trend-Begriff gibt es dafür auch schon: „Digital Detox“. Zu Deutsch: Digitale Entgiftung oder Digitale Entschlackung. Man verzichtet vorübergehend ganz bewusst auf Smartphone, Laptop und Co., um Stress zu reduzieren und mit der physischen Welt wieder per Du zu sein. Wer diese Strömung ins Leben gerufen hat? Genau jene, die den digitalen Trend einst massiv vorangetrieben haben: Mitarbeiter aus Tech-Unternehmen im Silicon Valley. Sie entflohen heute immer häufiger der Online-Welt, um Produktivität und Kreativität zu steigern. Etwa zum Zelten oder Meditieren in die Wälder Kaliforniens.

Buchtipps: „Beste Aussichten im Salzburger Land“, Verlag: Gmeiner

Autorin Franziska Lipp verrät ihre ganz persönlichen Lieblingsorte in Salzburg. Gerade im Lungau kann man ihrer Erfahrung nach gut abschalten. Etwa auf der 1.775 Meter hoch gelegenen Stöcklalm in Muhr, ein idyllisches Ruheplätzchen. Oder bei einer Almenwanderung im Naturpark Riedingtal. Auch den Fußmarsch zum versteckt gelegenen Dürrenecksee bei Tamsweg empfiehlt Lipp all jenen, die sich nach Ruhe und Erholung sehnen.



Wie gut, dass auch bei uns in Salzburg die Natur nie weit ist. Vorreiter in Sachen „Digital Detox“ ist der traditionelle Lungau: Der UNESCO-Biosphärenpark ist ein sonniges Hochplateau mit unberührter Natur, Bergseen und Almen. „Ich mag Gegenden, in denen die Natur das vorherrschende Element ist. Dieses Gefühl hab ich im Lungau“, schwärmt die Autorin und Salzburg-Expertin Franziska Lipp. Dank der exponierten geografischen Lage gibt es mancherorts sogar noch Funklöcher. Ja, tatsächlich!

Etwa auf der abgeschiedenen Karneralm in den Nockbergen auf 1.900 Meter Seehöhe wo man sich in eine Selbstversorgerhütte zurückziehen kann. Die deutsche Betreiberfamilie Mäule hat ein eigenes Almness®-Konzept entwickelt. Eine Facette davon ist „Digital Detox“, denn der Handyempfang auf der Alm ist beschränkt. Mit diesem Angebot will das Ehepaar erreichen, dass Menschen mit digitalen Medien und ihrer eigenen Lebenszeit wieder selbstbestimmter umgehen. „Für das echte Leben gibt es keine App – das musst du selber führen!“ lautet ihr Credo.

Weitab von Stress und Hektik des Alltags ist man auch bei einem Aufenthalt im „Häuserl im Wald“. Es befindet sich am Eingang des Weißpriachtals in Mariapfarr. Gastgeber Bernhard Miedl bringt seinen Gästen bei Wald- und Wildspaziergängen die Natur näher. Im Sommer werden Picknicks und morgendliche Yogastunden am Flussufer der Longa organisiert. Dass störendes Handygeklingel bei all diesen Aktivitäten nichts zu suchen hat, versteht sich von selbst. Wer möchte, kann sein Handy in der Zwischenzeit sogar im Hotel-Safe verwahren. Für jene, die das digitale Fasten nicht von alleine schaffen, bestimmt einen Versuch wert.

Text: Maria Kapeller
Foto: Ferienregion Lungau

Die nächste
Ausgabe
erscheint im
Oktober
2017

NEWS.WKO.AT/SBG

