

► Idee: Jungunternehmer 2006

„Bringt gutes Geld und Ehre“

Die Post lud Teilnehmer des GEWINN-Jungunternehmer-Wettbewerbs ein, für sie zu arbeiten. Zwei Projekte werden nun realisiert. Ein Bericht über das erste Mal mit einem großen Kunden.

VON MAG. FRIEDRICH RUHM

► Im Briefzentrum der Österreichischen Post AG im 23. Wiener Gemeindebezirk werden pro Tag 3,5 Mil-

ein elektronisches Zählsystem, das die genaue Zahl der händisch zu bearbeitenden Poststücke erfasst, sammelt und an eine zentrale Datenbank sendet. Für Ing. Markus Oppenberger und seine Zwei-Mann-Firma CountU

CountU zählt Kinder und Kegel

Auf der Visitenkarte von Oppenberger ist zu lesen: CountU Personenzählsysteme. Was er wirklich zählt, ist ihm aber einerlei: „Gegenstände, Personen, Tiere, egal was. Wir sind noch ziemlich am Anfang und bei der Definition des Kerngeschäfts noch flexibel.“ Begonnen hat sowieso alles vor vier Jahren beim Kegeln. Der EDV-Spezialist in Diensten von Siemens und passionierte Sportkegler entwickelt mit einem Partner ein elektronisches Zählsystem, das die umgefallenen Kegel zählt. Kommerziell ein relativ be-



Dass die Post nach ihm „wirft“, ist durchaus in seinem Sinn: Ing. Markus Oppenberger, Gründer von CountU, entwickelt für sie ein elektronisches Zählsystem für Großbriefe und hofft auf einen prestigeträchtigen Auftrag

lionen Sendungen automatisch verarbeitet. Nicht ganz: 150.000 Sendungen sind so genannte Großbriefe und davon wiederum sind rund vier Prozent so groß und unförmig, dass sie händisch sortiert werden müssen. Das macht ein so genannter Verwerfer, der 600 Sendungen pro Stunde auf mit Postleitzahlen beschriftete Behälter verteilt. Etwa 30 Stück gehen in eine Box, womit man ungefähr weiß, wie viele Sendungen das sind. Aber eben nur ungefähr. Die Post hätte es jedoch gern ganz genau, um die letzte Lücke in ihrer exakten Mengenzählung zu schließen. Etablierte Lieferanten haben dafür keine Lösung anzubieten, daher entwickelt jetzt ein Jungunternehmer

ist das eine große Chance: Gelingt das Projekt, kann er gutes Geld und eine Menge an Ehre einheimsen. Ein großer Kunden ganz oben auf der Referenzliste zahlt sich natürlich aus. Scheitert das Projekt jedoch, wurden viel Zeit und Schweiß investiert, ohne einen Cent zu verdienen.

Die Jungunternehmer von mquadr.at sind da schon einen Schritt weiter: Ihr Projekt für die Post ist de facto fixiert und auf ihrer Referenzliste tummeln sich bereits andere große Namen. Aber auch Sie wissen: Als Jungunternehmer muss man besser, flexibler und schneller sein, um gegen große Namen eine Chance zu bekommen.

schränkter Markt, der Oppenberger aber trotzdem über Internet eine Anfrage aus Deutschland bringt: „Es ging um Personenzählung in öffentlichen Verkehrsmitteln, für die wir dann einen Prototyp entwickelt haben, der auch gut funktioniert hat.“ Trotzdem wird daraus kein Auftrag, dafür aber eine neue Geschäftsidee. Oppenberger: „Uns war klar, dass es für Personenzählungen ein großes Marktvolumen gibt.“ Die Innovation von CountU steckt dabei vor allem im elektronischen Auswerteverfahren, aber auch in der verwendeten Technik. Gezählt wird nicht mittels Lichtschranken, sondern mittels Ultraschallsensoren. Diese sind robuster, unempfindlicher gegen

Foto: Pepo Schuster

Schmutz oder reflektierende Gegenstände und formunabhängiger. Oppenberger: „Deswegen funktionieren auch die Einparkhilfen bei Autos mit Ultraschall.“

Einladung kam mit der Post

Zum laufenden Projekt im Wiener Briefzentrum kam Oppenberger über einen Brief von der Post. Die hatte sich unter den Teilnehmern des GEWINN-Jungunternehmer-Wettbewerbs zehn für sie geeignete Firmen ausgesucht und zur Zusammenarbeit eingeladen. Zwei Firmen davon blieben schließlich übrig (siehe Interview auf Seite 90).

Der von CountU für die Post entwickelte Prototyp liefert seit nunmehr drei Monaten wichtige Testdaten – für beide Seiten. Für die Post, weil diese eine Entwicklung inklusive Finetuning der Lösung ganz in ihrem Sinne bekommt, für Oppenberger, weil er Erfahrung mit seinem Produkt sammelt. „Durch die Tests mit Pilotkunden verbessert sich die Auswertungs-Software und kann in der Folge gut an neue Gegebenheiten angepasst werden.“

Erfahrung und Referenz wichtiger als Geld

Oppenberger geht sogar so weit zu behaupten, dass ihm die hier gesammelte Erfahrung wichtiger ist als das mögliche Geld, das er mit der Post verdienen könnte. Er will nicht einmal enttäuscht sein, wenn es zu keinem Auftrag kommt: „Es klingt vielleicht komisch, aber im Endeffekt ist mir bei dem Projekt die Technik wichtiger als das Geld. Auch wenn es zu keinem Auftrag kommt, haben wir viel erreicht. Wir werden von Projekt zu Projekt immer besser.“ Nicht nur mit dem Produkt, sondern auch im Umgang mit großen Kunden. Oppenberger: „Für uns ist es auch wichtig, Erfahrung mit großen Kunden zu sammeln. Denn das ist das, wo wir hin wollen.“ Nur als Referenz ist ihm die Post vielleicht sogar noch wichtiger wie als Entwicklungspartner. Wohl weil „Austrian postal au-

thority“ auch international zieht. Oppenbergers Ziel ist es, so gut zu werden, dass CountU von Steinbach im Burgenland den weltweiten Markt mit Zählsystemen bedienen kann. Vertrieb und Kundenbetreuung könnten über Internet erfolgen, die Hardware würde selbstverständlich mit der

unternehmer des Landes und ebenfalls eine Einladung von der Post. Pöhl: „Im vergangenen Herbst gab es ein gegenseitiges Abtasten und Kennenlernen, welche Projekte es gibt und was man umsetzen kann.“ Definiert wurde schließlich ein Projekt zur Schaffung einer einheitlichen Zutrittskontrolle, die der Post Wartung und Administration des Zutrittsystems vereinfachen und neben mehr Sicherheit auch noch weniger Kosten bringen soll.

Die Umsetzung des Projekts von mquadr.at für die Post ist so gut wie fix und soll noch dieses Frühjahr starten. Von ihrem Kerngeschäft ha-

Die Jungunternehmer von mquadr.at, Mert Eken und Markus Pöhl (2. u. 3. v. l.), sind auf dem Weg nach oben. „Business Angel“ Generaldirektor Dr. Anton Wais hilft dabei mit dem Auftrag für eine einheitliche Zutrittslösung für die Österreichische Post AG



Fotos: Pepo Schuster



Post verschickt. Bis es aber so weit ist, lebt er von einem Kunden im Bereich der Zählsysteme und vom Kegelbahnbau als zweitem Standbein.

Auch mquadr.at will die Referenz fürs internationale Geschäft

Die Jungunternehmer von der mquadr.at GmbH aus Wien leben mittlerweile ausschließlich von ihrem Geschäft. 2001 von Markus Pöhl und Mert Eken gegründet, liegt dessen Kern eigentlich in der Entwicklung von Internet-Installationsprogrammen für Kunden ohne IT-Kenntnisse, unter anderen von Inode, aon und eTel. Das brachte mquadr.at im letzten Jahr auf Platz zehn der 100 besten Jung-

ben sich Pöhl und Eken damit aber nicht zu sehr entfernt, der Zutritt zu Gebäuden und Systemen und der Zugang zum Internet haben eines gemein: Software-Entwicklung. Konkret werden von mquadr.at bestehende Datenbanken der Post so zusammengeführt, dass diese ihre unterschiedlichen Zutrittssysteme weiter nutzen kann, aber vereinheitlicht. Die Post erspart sich dadurch hohe Kosten, die die Einführung einer neuen einheitlichen Zutrittslösung verursachen würde. Die Lösung von mquadr.at bringt zudem eine Verringerung der Datenquellen und als Folge eine einfachere Wartung und damit auch eine Reduktion bestehender Kosten. Für mquadr.at wiederum bedeu-

Post verleiht Flügel und sucht ein Auto



Foto: Pepo Schuster

Im GEWINN-Interview erklärt Generaldirektor Dr. Wais, was sich die Österreichische Post AG vom Projekt „Business Angel“ erwartet

GEWINN: Will die Post jetzt Jungunternehmern Flügel verleihen?

Wais: Die Jungunternehmerstory im GEWINN hat uns auf die Idee ge-

bracht, denn da könnten Firmen dabei sein, die Innovationskraft haben und damit unsere Qualität positiv beeinflussen können. Als Post entwickeln wir selbst keine Technologie, unser Produkt ist die Beratung und die Zustellung. Was wir mit dem Projekt wollen, ist nicht Firmen zu kaufen oder gönnerisch zu sein. Den Titel Business Angel haben wir genommen, weil er modern ist.

GEWINN: Nach welchen Kriterien wurden die Jungunternehmer ausgewählt?

Wais: Es gab ganz konkrete Bedürfnisse. Ein internes Gremium aus Bereichsleitern hat dafür Unternehmen ausgewählt, die eine Lösung bringen könnten, diese einen Tag „gescreent“ und schließlich Projekte ausgesucht, die realisierbar sind. Das Verhältnis ist eine ganz normale Kunden-Lieferanten-Beziehung.

GEWINN: Man könnte auch auf einen reinen Werbegag tippen?

Wais: Nein, auch wenn wir die Story natürlich gerne weitererzählen, wenn wir ausländische Kollegen zu Besuch haben oder beraten. Für uns liegt der Vorteil im One-Stop-Shopping, die Gestaltung des Pflichtenhefts ist wesentlich kürzer und wir bekommen

eine konkrete Problemlösung. Andererseits verhelfen wir dem Jungunternehmer mit einem Auftrag zu einem ersten Erfolg.

GEWINN: Sichern Sie sich eine Exklusivität an den Entwicklungen?

Wais: Also Provision kriege ich keine. Wenn die für uns entwickelten Systeme bei vielen anderen Kunden weiterentwickelt werden, kommt das auch uns zugute. Die Herren kommen zu einem Upselling, wir zu einem Updating.

GEWINN: Nach den Erfahrungen bisher – wollen Sie Ihr Business-Angel-Projekt fortsetzen?

Wais: Mit den ausgewählten Projekten werden wir in der Nische weitermachen. Es gibt aber durchaus Potenzial für andere Bedürfnisse, wo wir nach Lösungen suchen.

GEWINN: Was wäre das zum Beispiel?

Wais: Ein Auto für das Postzustellen, das für schmale Straßen geeignet ist. Wir fahren viel im Rückwärtsgang, das Auto steht alle zehn Meter und muss ständig kalt gestartet werden. Wir brauchen auch keinen zweiten Sitz, aber einen, der nicht ständig ausgetauscht werden muss. Das kann man mit Sicherheit erfinden. Aber ein VW oder Mercedes wird uns das für ein paar tausend Stück nicht machen.

◀ tet die Post als Allererstes eine wichtige Referenz, um auch in anderen Firmen Fuß zu fassen und um sich auch den internationalen Markt zu öffnen. Pöhl: „Als Jungunternehmer hat man nicht den Namen. Wir können Superlösungen auf den Tisch legen, werden aber nach der Größe bewertet.“ Auch mquadr.at weiß, dass man sich als Jungunternehmer anders zu profilieren versuchen muss, wenn man noch keinen Namen hat. Und auch nach ihrer eigenen Erfahrung geht das nur über Flexibilität, Schnelligkeit und Know-how, das man vorstreckt.

Vertrag mit beschränktem Sinn

Das Know-how, das man bereits in der Angebotsphase vorlegt, ist für Pöhl das entscheidende Kriterium, um bei einem Großen landen zu können. Ihm ist bewusst, dass man dabei auch viel Risiko eingeht. Pöhl: „Wenn man noch nicht den Namen hat, um das Vertrauen des

Kunden zu gewinnen, muss man Know-how zur Verfügung stellen. Intern hatten wir immer die Sicherheit, so gut zu sein, dass die Kunden uns treu bleiben.“ Das Kalkül scheint aufgegangen zu sein, mquadr.at beschäftigt heute zwölf Mitarbeiter. Pöhl: „Vor zwei Jahren waren wir noch eine Garagenfirma mit zwei Leuten.“ Was mquadr.at bei seinem rasanten Aufstieg im Umgang mit etablierten Unternehmen ebenso gelernt hat, war Geduld. Pöhl: „Wenn man schnell und flexibel sein will, erwartet man von der anderen Seite dasselbe. Bei großen Unternehmen muss man sich aber darauf einstellen, dass Planungen manchmal schwer abzustimmen sind und vieles schriftlich passieren muss.“

Pöhl und Eken agieren im Kontakt mit Kunden mittlerweile höchst professionell: „Es gibt entweder Produktkauf oder Auftragsprogrammierung.“ Außerdem sichern sie sich bereits im

Vorfeld vertraglich ab, ob ein Kunde etwas exklusiv bekommt oder mquadr.at das Know-how aus dem Projekt zu anderen Zwecken verwenden kann. Eken: „Man lernt aus Erfahrungen. So ein Vertrag verzögert zwar die Verhandlungen, rentiert sich aber.“ Ein Freund, der zum Glück Jus studiert hat und auch noch Ahnung vom Lizenzrecht hat, war den beiden eine große Hilfe. Eken: „Er hat uns ein Vertragswerk aufgesetzt, mit dem wir heute Verhandlungen auch ohne juristischen Beistand führen können.“ Trotzdem gesteht er im Nachsatz, dass er hofft, den Vertrag nie in die Hand nehmen zu müssen, um mit einem Großen zu streiten: „Wenn du als kleines Unternehmen mit einem Großen vor Gericht ziehen müsstest, ziehst du am Ende den Kürzeren.“ Bleiben also für den Weg nach oben nur der Mut zum Risiko und das Vertrauen, gut zu sein.