

# Der Countdown läuft, Experten los

Von Miriam Jaeneke

Vera Fechtig ist schon einige Minuten früher da. Sie hat sich bereits ein Schild mit ihrem Namen angeklebt und überfliegt jetzt noch mal den Flyer der Veranstaltung, an der sie gleich teilnehmen wird. „Count fifteen – 15-Minuten-Gespräche mit 15 Experten aus 15 unterschiedlichen Fachbereichen. Du kannst dich mit bis zu fünf von dir ausgewählten Experten austauschen.“

Genau das hat die 34-Jährige vor. „Ich bin Grafikdesignerin, habe aber ganz abgesehen von meiner Tätigkeit eine Geschäftsidee in einem ganz anderen Bereich.“ Die Idee ist zwar noch „top secret“. Einigen der anwesenden Experten wird sie diese aber verraten, um Klartext reden zu können. Auf jeden Fall will sie mit Michael Breidenbrücker sprechen, unter dessen Foto „Investor, Entdecker, Company Builder“ steht, und mit der Expertin für Markenrecht und Innovationsschutz Christine Knecht-Kleber.

Als Experte mit dabei ist auch Philippe Nissl aus Liechtenstein. Er hat mit seiner Frau und deren Bruder ein Start-up-Unternehmen gegründet. Seit drei Jahren verkaufen sie Fruchtpulver für Smoothies und Müslis. Mittlerweile ist die Firma auf 13 Mitarbeiter angewachsen und Nissl der Meinung, dass an diesem Abend auch die gründungswilligen Ratsuchenden von seiner Erfahrung profitieren können. Unternehmensentwickler und ebenfalls Fachmann und Berater bei „Count fifteen“, Stefan Hagen, sagt dazu, was er sich von dem Abend erhofft: „Gute Gespräche, das ist alles, was man erwarten kann, und ziemlich viel.“

15 Experten tauschen sich jeweils 15 Minuten mit potenziellen Unternehmensgründern aus. Im Designforum Vorarlberg hatten die Verantwortlichen des Designforums und der startupstube der FH ein Speeddating organisiert.

Mit den anderen gut 20 vorwiegend jungen Leuten strömt Vera Fechtig in den Raum, in dem Florian Oberforcher eine Geschichte über sich und das Geschichtenerzählen weitergeben wird. Denn er trägt die klingende Berufsbezeichnung „Gestalter, Storyteller, Experience-Designer“. Sein Ansatz ist: „Geht es nicht immer um Geschichten?“

**Eine gute Story.** Laut diesem Ansatz steht auch hinter jedem Unternehmen eine Geschichte. Oberforcher geht es in seinem Vortrag darum zu skizzieren, was eine gute Story ausmachen kann. Er wirft verschiedene theoretische Modelle an die Wand. Eines zeigt drei Kreise ineinander. Im äußeren Kreis geht es um das „was“ – viele Geschichten kreisten nur darum, sagt der Referent.

Das zweitinnerste Rund thematisiert das „wie“. Einige Erzählungen beinhalteten auch das. Um das innerste „warum“ gehe es jedoch viel zu selten. „Unser Gehirn merkt sich Geschichten viel besser als Fakten“, gibt Flori-

an Oberforcher seinen Zuhörern noch mit. „Informationen füttern den Geist, Geschichten machen ihn hungrig.“

Der Vortrag, hier Keynote genannt, ist vorbei. Vera Fechtig stellt sich vor die Experten des Abends, die jeweils eine Minute Zeit haben, sich vorzustellen. Auch sie packen dabei ihre subjektive (Erfolgs-)Geschichte aus. Nach 60 Sekunden schrillt erbarungslos der Wecker, brandet Applaus auf. Fechtig bleibt bei den von ihr ausgewählten Fachleuten, spontan trägt sie sich auf einem großen Plan für drei weitere ein.

Dann geht es auch schon los,

Florian Oberforcher sitzt wie die anderen Experten hinter einem Tisch, auch hier tickt eine Uhr im Hintergrund. „Ich habe dich ausgewählt, weil du auch aus Lochau bist“, sagt Vera Fechtig zu Oberforcher. Beide müssen lachen. Theresa Feuerstein vom Design Forum Vorarlberg, dem Mitveranstalter, hat zuvor gesagt: „Sucht euch ruhig auch spontan einen Gesprächspartner aus. Diese Gespräche sind manchmal die besten.“

Fechtig und Oberforcher tauschen sich über Lochau aus, dann fragt der Experte, was Vera Fechtig arbeitet. „Ich bin Grafikdesignerin“ – den Satz wird sie



15 Minuten hatten die potenziellen Gründer Zeit für das Gespräch.





**Company Builder Michael Breidenbrücker erklärt Vera Fechtig das mögliche Vorgehen.**

JAENEKE (5)

an diesem Abend noch öfter sagen. „Für Printprodukte. Das ist schön, was zum Anfassen.“ Florian Oberforcher erzählt wieder eine Geschichte, nämlich wie er eine Bürogemeinschaft gründen wollte, um als Selbstständiger nicht allein arbeiten zu müssen. Wie er trotzdem allein dasaß, sich aber mit der Zeit eine Gruppe von sieben Leuten zusammenfand, „die ähnlich ticken“. Er gibt der 34-Jährigen mit: „Ich glaube, es gibt keine Zufälle.“

Die Uhr macht sich bemerkbar, die ersten 15 Minuten sind um. Schnell Plätze wechseln, „ich muss zur Nummer sechs“, der Countdown zählt nahtlos weiter.

Mit der Nummer sechs, mit Michael Breidenbrücker, geht es um die konkrete geheime Idee. „Wie wär’s, du machst einen Prototyp und lässt ihn deine Freundinnen ausprobieren? Wenn dann wiederum deren Freundinnen ihn ausprobieren, dann bekommst du ehrliches Feedback.“ Dann gehe es darum, die richtige Zielgruppe zu finden. Ein gutes Mittel dafür sei Facebook. Breidenbrücker malt eine Tabelle auf, zeigt nach oben, rechts, nach unten. Vera Fechtig nickt, Breidenbrücker ist in seinem Element. Es sei wichtig, ein Gefühl für den Markt zu bekommen. Wie sollte das Produkt



### Count 15

Der „Count 15“ wurde vom Vorarlberger Designforum und der startupstube der Fachhochschule Vorarlberg organisiert. Statt an lauter Schaltern anzustehen und von einer Stelle zur nächsten zu rennen, sollten Gründungswillige

vermarktet werden? Er nennt Internetplattformen, auf denen sie einen Probelauf starten, und auch solche, wo sie Investoren oder Partner finden kann. „Du solltest auch einen Research machen: Gibt es das oder etwas Ähnliches schon?“ Count fifteen, die 15 Minuten sind um, Fechtig hat viel mitgeschrieben.

**Business Angel.** Ihr nächster Gesprächspartner ist Udo Oksakowski. Der Business Angel und Start-up-Advisor geht Schritt für Schritt vor. Auch hier im Campus V sitze eine Beratungsfirma, die kosteneffizient arbeite und helfe, die ersten Fragen zu klären. Außerdem sei es wichtig, ein kompetentes Team zusammenzustellen: eine Person, die sich mit kaufmännischen Dingen auskenne, eine, die das Produkt herstelle und Vera Vechtig selbst.

Als nächstes gelte es, einen Businessplan zu entwickeln. „Was genau ist das Geschäftsmodell, was das Alleinstellungsmerkmal? Wie gehe ich mit Mitbewerbern um? Wo sollte ich Expertise dazuholen? Was sind die Stärken, was die Schwächen? Wie viel Geld brauchen wir?“ Oksakowski rät, frühzeitig nach Spendern und Investoren zu suchen. Sonst sei das Unternehmen pleite, noch bevor es richtig durchstarten konnte.

Vera Fechtig hat langsam, aber sicher das Gefühl, dass ihr ei-

an einem Abend an einem Ort Unterstützung von einem erfahrenen Gründer aus der Start-up-Szene bekommen, von einer Persönlichkeitsberaterin Tipps erhalten oder Fragen zum Thema Markenschutz besprechen können.

ne Unternehmensgründung mit allem, was dazugehört, neben der Arbeit als Grafikdesignerin und zwei knapp zweijährigen Zwillingen über den Kopf wachsen könnte. Sie beschließt, sich mit der Expertin für Markenrecht Christine Knecht-Kleber auszutauschen. Diese erklärt: „Eine Marke schafft Vertrauen, einen Wiedererkennungswert.“ Kleinunternehmer schrecken aber oft vor den Kosten zurück. Um eine österreichische Marke zu schützen, fielen 370 Euro plus Anwaltskosten an.

Diese Informationen reichen der Grafikdesignerin mit der Produktidee vorläufig. Ihr Plan ist jetzt, die Idee für die Erfindung zu entwickeln, schützen zu lassen und dann zu verkaufen. „Mir hat dieser Abend viel gebracht. Ich bin ja recht spontan hergekommen und hatte nur eine unfertige Idee.“ Diese ist gewachsen und hat sich zu einem konkreten Vorgehen entwickelt. Was wohl aus ihr wird?



**Gründungsinteressierte lauschten Florian Oberforchers Ausführungen.**

**WOCHENENDS & BERUFSBEGLEITEND**

**Master of Science, M.Sc.,  
3 Semester + Masterthesis**

**Infotermin am 23.11.2017, Rankweil**

Ort und Uhrzeit nach persönlicher Anmeldung [office@ingenium.co.at](mailto:office@ingenium.co.at)

T.: +43 316 82 18 18  
[www.ingenium.co.at](http://www.ingenium.co.at)

**Ingenium Education**

Studienstart  
**März 2018**  
in St. Anton

Ein Studium der IS-Mitgliedschaft