

# Weconomy

**Ausgezeichnete Geschäftsideen.** Die Wissensfabrik und das Handelsblatt prämiieren herausragende Start-ups. Weconomy bringt Jungunternehmer mit Topmanagern zusammen. Neun Start-ups haben die Jury überzeugt.



**Die Jury von Weconomy** (von links): Andreas Gauger, (ehemals I&I Internet), Dr. Andreas Siebe (ScMI), Kurt Werner Kühn (Rittershaus), Tanja Kewes (Handelsblatt), Dr. Lukas Günther (Wellington Partners), Sven Marlinghaus (Brain Net), Dr. Olaf Juergens (Juergens Management Consultants).

Ein Preis, den Sie nicht kaufen können



Bei Weconomy gibt es kein Preisgeld zu gewinnen, sondern etwas viel

Wertvolleres: den direkten Draht zu hochrangigen Managern aus der deutschen Wirtschaft. Die neun Sieger des Wettbewerbs, den die Wissensfabrik und das Handelsblatt aufgelegt haben, können sich im September ein Wochenende lang mit den Mentoren austauschen. Dazu gehören neben Jürgen Hambrecht, Vorstandsvorsitzender von BASF, Franz Fehrenbach, Vorsitzender der Geschäftsführung von Bosch, und Klaus Fischer, Vorsitzender der Geschäftsführung von Fischer, auch Dr. Burkhard Schwenker, Vorsitzender der Geschäftsführung von Roland Berger, und Hermann Reichenecker, Geschäftsführender Gesellschafter von Storopack. Nicola Leibinger-Kammüller, Vorsitzende der Geschäftsführung von Trumpf, ist mit dabei, außerdem Dr. Hubert Lienhard, Vorsitzender des Vorstandes von Voith, Christian Rast, Vorsitzender des Vorstandes von Brain Net, und Hans Helmut Schetter, Vorstandsmitglied von Bilfinger Berger.



Hinter **Plexian** steckt komplexes Zahlenwerk. Ziel ist es, die Montageprozesse in der Automobilindustrie effizienter zu gestalten. Angriffspunkt ist die Abtaktung, also die Aufteilung von Arbeitsvorgängen auf verschiedene Arbeitsstationen. Das wird bislang von Hand gerechnet. Plexian hat eine auf Algorithmen beruhende Software entwickelt, mit der sich die Abtaktung automatisieren lässt. Der erste Praxiseinsatz im September 2008 bei einem großen deutschen Automobilhersteller war erfolgreich: die Qualität der Montagelinie konnte gesteigert, die Kosten konnten reduziert werden. Plexian versteht sich bisher als Beratungsunternehmen. Die Software wird mit den Daten des Kunden gefüttert, die Algorithmen werden angepasst und anschließend die Ergebnisse übermittelt. Gründer **Christoph Meier** und sein Partner **Michael Truppel** überzeugten die Jury mit dem Innovationsgrad ihrer Erfindung und dem Marktpotenzial. Das Abtaktungsproblem findet sich nicht nur in der Automobilbranche, sondern auch im Werkzeugmaschinenbau.

**La Therm** löst zwei Probleme auf einmal: Viele Industrieunternehmen wie Stahl- und Chemiewerke geben große Wärmemengen an die Umwelt ab, während die Energiepreise in den vergangenen Jahren stetig gestiegen sind. La Therm will diese Abwärme nutzen, um bei der Beheizung von Schwimmbädern, Krankenhäusern oder Schulen zu sparen. Der Clou: Die Wärme wird in speziell ausgestatteten Containern gespeichert und via LKW vom Wärmeerzeuger zum -verbraucher transportiert. Als Speichermedium dient Pökelsalz. Ein damit gefüllter Standardcontainer kann genug Wärme speichern, um ein Einfamilienhaus für drei Monate mit Heizwärme und Warmwasser zu versorgen. La Therm wirbt mit einem Kostenvorteil von 15 Prozent gegenüber Heizöl. Erzeuger und Verbraucher sollten jedoch wegen der Transportkosten nicht mehr als fünf Kilometer im Stadtverkehr und 20 Kilometer auf dem Land auseinanderliegen. Gründer **Kai Petersen** überzeugte die Jury nicht nur mit seiner Geschäftsidee. Auch die bodenständige Art des Dortmunders, und sein Slogan „Heat has never been so cool“ kamen an.



**Teutu** ist der Kampf David gegen Goliath. Das Start-up hat einen Solar-Laptop entwickelt, der seinen Energiebedarf teilweise aus der Nutzung von Sonnenenergie deckt. Grundlage hierfür ist eine zum Patent angemeldete Anordnung und -bringung von Solarzellen auf dem Laptop-Deckel, kombiniert mit einer intelligenten Ladeprozedur. Erste Tests ergaben eine Verlängerung der Laufzeit um bis zu 40 Prozent. Bis dato sind funktionierende Prototypen vorhanden. Der erste Solar-Laptop soll bis Ende 2009 verkauft werden. Jetzt geht es für Gründer **Markus Teufel** darum, Lieferanten oder einen Partner für die Serienproduktion zu finden, also als David mit den Goliaths der Branche zu verhandeln. Ernsthafte Gespräche laufen mit Dell und HP. Der Solar Laptop ist nicht der erste Streich von Teufel. Das 2007 gegründete Unternehmen hat sich schon mit Customized Laptops einen Namen gemacht. Dabei werden Laptops mit Logos von Firmen oder individuellen Motiven markiert. Das dient der Werbung und schützt die mobilen Rechner auch vor Diebstahl. „Teufel ist noch einiges zuzutrauen“, zeigte sich die Jury überzeugt.



**Tridicam** schafft die Voraussetzungen dafür, dass Roboter künftig mit Menschen in einer Fabrik zusammenarbeiten können, ohne diese zu verletzen oder zu gefährden. Die Entwickler haben einen dreidimensionalen Sensor entworfen, der den Automaten hilft, ihre Umwelt besser wahrzunehmen. Der Tridicam-Sensor deckt Messbereiche bis zu 30 Meter ab und das mit einer Genauigkeit von bis zu einem Zentimeter. Dadurch kann der Sensor nicht nur für Automatisierungsaufgaben in der Produktion, sondern auch für die Automatisierung von Gebäuden genutzt werden – zum Beispiel zum Bedienen von automatischen Türen oder zur Raumüberwachung. Darüber hinaus träumen die Entwickler davon, dass ihr 3D-Chip eines Tages auch Verkehrsleitsysteme und Innovationen in der Bahntechnik steuern wird. **Jochen Noell**, der Gründer des Spin-offs, das aus dem Fraunhofer-Institut für Mikroelektronische Schaltungen und Systeme IMS in Duisburg hervorgegangen ist, überzeugte die Jury mit seinem gut durchdachten und detaillierten Businessplan.

**Transporting Ideas** haben ihrem Namen alle Ehre gemacht und ein pfiffiges neues Produkt für die Außenwerbung entwickelt: Mflax ist ein elastisches Stück Stoff, das, ähnlich einer Badekappe, über den Außenspiegel eines Autos oder LKWs gezogen werden kann. Die „Kappe“ wird mit zwei Gummizügen festgezurrert und hinterlässt beim Abziehen keine Rückstände. Die Vorderseite des Spiegels kann bedruckt werden, die Innenseite bleibt natürlich frei. Der Gründer **Moritz Graf Stolberg** will Mflax jetzt mit seinem Team international in den Markt einführen. Er sieht dabei zwei Zielgruppen: Firmen und Parteien, die Mflax als Werbefläche und für Kampagnen nutzen, sowie Privatpersonen, die ein Bekenntnis zu ihrem Sportverein, ihrer Stadt oder ihrer Lebenseinstellung abgeben wollen. Der Durchbruch soll Mflax mit der Fußballballweltmeisterschaft 2010 gelingen. Die Jury ist da optimistisch: „Mflax auf dem Außenspiegel ist viel besser als das Fähnchen im Fenster.“ Die Dekra hat Mflax schon auf die Straßenverkehrssicherheit geprüft – die Spiegelschichten sollen auch Tempo 235 halten.



**Cavi** will Online-Videos zu Online-Shops weiterentwickeln. Kunden sollen künftig Produkte kaufen können, die sie entweder direkt in dem Video sehen – wie Mode und Unterhaltungselektronik – oder die zu dem Video passen – wie CDs oder Merchandise-Artikel. Der E-Commerce Shop wird in das Video mittels eines Pop-up-Fensters quasi integriert. Der Kunde muss das Video und die Plattform nicht mehr verlassen, wenn ihm ein Produkt gefallen hat. Er erhält einen direkten Zugriff auf das, was er sieht und kann es mit fünf Klicks kaufen. Der Name Cavi steht entsprechend für „click after view“. Das Unternehmen hat bereits eine erste Demo-Version auf einer bekannten Video-Plattform ausprobiert. Das Start-up aus Hamburg will neben der Technologie auch die Anbindung an ein komplett automatisiertes Logistiksystem bieten. Gründer **Dominik Reisig** will mit seinem Team jetzt den Durchbruch schaffen. Die Vertriebskanäle sind dabei vor allem die etablierten Videoportale. Die Jury war von der innovativen Leistung der Technologie und Reisigs Erfolgshunger begeistert.



**Concentrix Solar** stellt Solar-Kraftwerke her und liefert sie komplett und schlüsselfertig. Die Konzentrator-Photovoltaik-Anlagen eignen sich besonders für sonnenreiche Standorte. Die Technologie wurde in mehrjähriger Forschungsarbeit insbesondere am Fraunhofer Institut für Solare Energiesysteme in Freiburg entwickelt. Bei dieser Flatcon-Technologie bündelt eine Linse die Sonneneinstrahlung 500-fach auf kleinste, hocheffiziente Solarzellen, die das Licht direkt in elektrischen Strom umwandeln. Das 2005 gegründete Unternehmen konkurriert zwar mit zahlreichen anderen Solartechnologien wie solarthermischen Kraftwerken und konventionellen Silizium- oder Dünnschicht-Solarzellen – erreicht aber deutlich höhere Wirkungsgrade und kann so die Nachfrage nach Anlagen mit größerer Leistung befriedigen. Die Effizienz ist aber von hoher Direkteinstrahlung abhängig. Gründer und Vorstandschef **Hansjörg Lerchenmüller** überzeugte die Jury mit der erfolgsversprechenden Nischenstrategie in einem Wachstumsmarkt.

**Kaufda** könnte das Aus für die Papierprospekte von Aldi, Real und Obi bedeuten, die fast täglich aus der Regionalzeitung fallen oder den Postkasten als Wurf-sendungen verstopfen. Ganz nebenbei schützt Kaufda so auch noch die Umwelt. Die Juno Internet GmbH stellt die Prospekte von Heimwerkermärkten und Discountern gegen Gebühr auf die Internetseite kaufda.de. Hintergrund für das Geschäftsmodell ist, dass sich immer mehr Menschen online informieren, bevor sie offline einkaufen. Auf kaufda.de können Verbraucher nach Postleitzahlen die Angebotsprospekte ihrer lokalen Geschäfte suchen und digital durchblättern. Das Start-up aus Berlin hat schon 12 000 Städte auf der Seite, alle großen Discounter als Kunden gewonnen und entwickelt jetzt eine Mobile-Variante. **Christian Gaiser** gehört zum sehr jungen, vierköpfigen Gründungs- und Managementteam. Der 24-Jährige kümmert sich um Sales und Investor Relations und überzeugte die Jury mit der bisherigen Erfolgsgeschichte und seinem unbedingten Willen, „Kaufda ganz groß“ zu machen.



**Inductwarm** revolutioniert die Speisewarmhaltung am Buffet. Das System ist eine effiziente, ästhetisch ansprechende und flexible Variante zu den etablierten Warmhaltetechniken mit Gaskochern und Wasserbädern. Es beruht auf dem Prinzip des Induktions-Kochtopfs und besteht aus einem speziellen Tisch, unter dem die Warmhalteelemente verdeckt angebracht sind, und speziell beschichteten Porzellan-schalen. Erfinder und Gründer von Inductwarm ist **Timo Hafner**. Dem heute 20-jährigen Abiturient kam die Idee als Schüler, nachdem er sich in einem Restaurant an einem Buffet mit Brennpaste die Finger verbrannt hatte. Als Partner hat er das mittelständische Elektronikunternehmen Hügler, die internationale Hotelgruppe Hilton sowie den Weltmarktführer für Hotelporzellan Bauscher gewonnen. Die Markteinführung ist für das dritte Quartal 2009 geplant. Als Youngster begeisterte Hafner die Jury mit seinem unbedingten Willen und seiner Unkonventionalität. Mit beiden Eigenschaften hat er sich schon gegen einige Widerstände durchgesetzt.

