

## Schlaflos in Kreuzberg. Innerhalb eines halben Jahres haben zwei Gründer aus Berlin ihre Spiegelfahnen marktreif gemacht. Diese Idee macht sie zu Weconomy-Preisträgern.

**M**oritz Graf Stolberg, 31, und Moritz von Bockum-Dolffs, 30, teilen nicht nur den Vornamen. Im Landschulheim am Solling wohnten sie im gleichen Zimmer, zum Studieren gingen beide nach Maastricht und heute fallen beide manchmal todmüde auf das schwarze Leder-Ecksofa in ihrem gemeinsamen Berliner Büro. Da schlummern die beiden Gründer im rechten Winkel zueinander, bis einer in die Küche tapert, schlafäugig auf die Spree schaut und einen starken Espresso brüht. Um dann weiter zu werkeln an dem gemeinsamen Projekt, das die beiden bis zur Fußball WM 2010 zu einem lukrativen Geschäft ausgebaut haben wollen: Überzieher für den Außenspiegel.

Mflax heißen die Hüllen aus Badekappenstoff, die den Spiegel innen frei lassen, außen aber Raum für Botschaften bieten. So können Fußballfans ihr Vereinssignet spazieren fahren, Firmen ihr Logo präsentieren. Die Geschäftsidee kam den Beiden, als sie im vergangenen Jahr über Freunde eine Schweizerin kennen lernten, die die Spiegelfahne erfunden hatte. Die beiden Fußballfans waren begeistert: „Wir wussten sofort, dass ist unser Produkt“, sagt Bockum-Dolffs. Sie erwarben kurzerhand die Nutzungsrechte.

Die Tragweite der Entscheidung ging ihnen erst im vergangenen September auf, als sie durch Frankreich fuhren, mit der Tricolore auf dem Spiegel: „Manchmal sind Menschen neben uns her gelaufen und haben 'Allez les bleus' gerufen.“

Danach ging alles Schlag auf Schlag. Im Februar 2009 gründeten sie ihre Firma „Transporting Ideas“ – mit wenig Eigenkapital und ohne einen Kredit aufzunehmen. Ihr Büro teilen sie sich mit einem anderen Startup, einen Teil der Ausstattung haben sie vom Vorgänger übernommen. Und oft sind die Beiden sehr kreativ in der Organisation ihres Low-Budget-Betriebs. Den Geschäftswagen, einen alten Audi A4, hatte ihnen ein Autohaus gestiftet, nachdem sie hartnäckig vorgeschrieben und nach einem Gratis-Fahrzeug gefragt hatten.



Geschnorrter Audi mit Schlafzimmerblick: Moritz Graf Stolberg (l.) und Moritz von Bockum-Dolffs setzen auf ungewöhnliche Ideen.

Mflax ist als Patent angemeldet und von der Dekra als verkehrssicher eingestuft worden. „Die Patentanmeldung ist ein guter Schutz in der Anfangsphase, um den Markteintritt für andere zu erschweren“, sagt Bockum-Dolffs. „Wir verlassen uns aber nicht darauf. Wir versuchen die Besten und die Schnellsten zu sein.“ Mit Plagiaten rechnen sie, aber bis die so weit sind, wollen sie den Markt schon fest in der Hand haben. Und der ist riesig. „Es gibt 175 Millionen Fahrzeuge in Europa, auf die die Mflax passen.“ Und die Bandbreite der möglichen Botschaften für den Spiegel ist groß. Deutschlandfahren für die WM 2010 versprechen schon jetzt ein Kassenschlager zu werden. „2006 sind sechs Millionen Standardartenfahren verkauft wor-

den“, gibt Stolberg einen Orientierungspunkt vor. Aufträge jenseits von 1000 Stück lässt ein Partner in China fertigen. Kleinere Serien produziert Transporting Ideas in Deutschland. Bei Kleinserien von 50 Stück kostet das Paar rund 20 Euro.

Und beim Vertrieb arbeiten sie mit externen Profis zusammen, schließlich hatten die beiden Gründer keinerlei Vertriebs-erfahrung, als sie angingen. Über Bekannte und Recherchen fanden sie schließlich die ersten Partner. „Mittlerweile haben wir ein Netz von 10 000 Verkaufsstellen in Deutschland aufgebaut“, sagt Stolberg. Neben Tankstellen, Supermärkten und Werbeartiklern gehören dazu auch Fanshops.

Mittlerweile zählt Transporting Ideas zu den Preisträgern des Gründerpreises

Weconomy von Handelsblatt Perspektiven und der Wissensfabrik. Was auch die öffentliche Aufmerksamkeit erhöht. 17 Stunden am Tag zu arbeiten, ist für die Jungunternehmer keine Seltenheit. Doch sie sind mit ihren Ideen längst noch nicht am Ende. „Auf dem Weg tun sich rechts und links immer neue Türen auf“, sagt Stolberg. Für Werbekampagnen auf Außenspiegeln stellen sie einen Fuhrpark von Taxen, Leihwagen und Privatfahrzeugen zusammen. Aber damit sind sie „noch nicht aktiv am Markt“. Wenn Zeit bleibt, dann spielt Stolberg noch Tennis und Bockum-Dolffs widmet sich seiner Leidenschaft für Musik – Klassik und Hardrock. Und wenn die Abende länger werden, gibt es ja das Ecksofa.

Stefan Wimmer

Weconomy  
Ausgezeichnete  
Geschäftsideen