

Auf der Crowdinvesting-Plattform Conda wirbt ein neuer Superfooddrink namens Helga ab sofort um Unterstützung. Er enthält als Zutat die Chlorella-Alge, die den Körper entgiftet und die Zellerneuerung befördert.

Entgeltliche Einschaltung. Die Seiten „Start-up“ sind eine redaktionell unabhängige wöchentliche Serie der „Presse am Sonntag“ mit finanzieller Unterstützung der Wirtschaftskammer Wien.

Redaktion:
Eva Steindorfer,
Eva Winroither,
1030 Wien,
Hainburger Straße 33

www.diepresse.com/startup

»Wer nicht fragt, kommt nicht weit«

Start-ups sind oft junge Menschen vor Computern, die mit smarten Ideen die digitale Welt erobern. Aber eben nicht alle. Start-ups können auch **Designer** sein, die sich mit ihren Ideen und Produkten auf dem Markt durchsetzen wollen. Leicht ist das nicht. Ein Blick auf Kreative, die am Anfang stehen.

» VON MARIA SCHOISWOL

Go for it! Bilde dich! Nimm dir jemanden für die Buchhaltung! Schließe Verträge ab! Gönn dir Freizeit!“, das sind die Tipps von Talia Radford für Designer, die sich selbstständig machen wollen. Sie selbst agiert an der Schnittstelle zwischen Technologie und Design – in ihr Portfolio fallen die KissCam, eine Fotokamera, die per Kuss ein Foto macht, oder CrystalJellies, Schmuckobjekt und analoger Fotofilter fürs Smartphone in einem.

Radford führt ihr Designstudio seit 2013. TaliaYStudio hieß zuvor TaliaYSebastian und entstand 2010 nach dem Studium an der Universität für angewandte Kunst in Wien, gemeinsam mit einem Studienkollegen. Zwei Jahre später trennte sich das Team. Jetzt also TaliaYStudio. „Ich wollte nicht allein arbeiten, deshalb das YStudio. Y ist spanisch, es bedeutet und. Ich glaube, man arbeitet einfach besser im Team.“ Spezialisierte Freelancer – Grafikerinnen, Soundingenieure, Illustratorinnen – helfen, „wenn ich weiß, sie machen das Projekt noch besser“, sagt Radford.

„Gemeinsam statt einsam“, nennt das Gerin Trautenberger, Vorsitzender der Kreativwirtschaft Austria und mit Microgians selbst seit 2005 Designunternehmer. „Das Wichtigste ist, sich mit Leuten zusammenzutun, um sich gegenseitig zu unterstützen.“ Eine Assistentin unterstützt Radford einmal pro Woche, bei Administration, Organisation, aber auch Fotografie. Mittels Website und E-Shop bietet die Designerin ihre Produkte und Services an.

»Das Wichtigste ist, sich mit Leuten zusammenzutun, um sich zu unterstützen.«

Und Netzwerk gezielt – auf Festivals, bei Presseevents und Galieröffnungen. „Wer nicht fragt, der kommt nicht weit“, sagt sie. Im Dezember will sie zur Design Miami. „Designtech ist dort ein großes Thema. Wer da nicht dranbleibt, verpasst den Anschluss.“

„Gründer im Kreativbereich stehen vor anderen Herausforderungen als die sogenannten Techies“, sagt Gabriele Tatzberger von den Start-up-Services

»Ich hatte große Schwierigkeiten, die Zielgruppe mit dem richtigen Budget zu finden.«

BERNHARD RAMEDER

Gründer von Rausgebrannt

der Wirtschaftsagentur Wien. „Es ist ein großer Unterschied, ob ich im Bereich Multimedia-Gaming tätig bin oder im Design.“ In der Bundeshauptstadt werden pro Jahr rund 8.000 Unternehmen gegründet. Im Fördertopf der Wirtschaftsagentur liegen 40 Millionen Euro, für die Kreativwirtschaft sind fünf reserviert. Auch TaliaYStudio bekam eine Förderung. Aus einem Kooperationsprojekt mit dem Technologieunternehmen Osram Oled entstand die KissCam. „Der wesentliche Unterschied zwischen digitalen Start-ups

Im Produktdesign sind die Produktionskosten höher als bei reinen Tech-Start-ups.

und Design-Start-ups sind die Produktionskosten. Bei der digitalen Produktion brauche ich meinen Kopf und einen Computer, im Produktdesign sind den Kosten kein Ende gesetzt“, sagt Gerin Trautenberger. Auch ist der Vertriebsweg der Techies im Internet direkter – dort wartet die Käuferschicht. „Das ist mit physischen Objekten viel schwieriger.“

Personalisierte Geschenke. Bernhard Rameder von Rausgebrannt startete 2009 mit seiner Idee für personalisierte Geschenke. Vom Lederarmband bis zum Tischtennisschläger, vieles individualisiert er mittels Lasertechnologie. Mit einem Kontoüberziehungsrahmen von 3.000 Euro als Finanzierungsgrundlage mietete Rameder ein Gasenlokal im sechsten Bezirk und setzte auf Laufkundschaft in den umliegenden Kreativbezirken. Doch er machte die Rechnung ohne die Kunden.

„Ich hatte große Schwierigkeiten, die Zielgruppe mit dem richtigen Budget zu finden“, erzählt er. „Die Kunden wollen nicht mehr als 20 Euro ausgeben, ich habe aber den Aufwand vom Erstgespräch über das Angebot bis zur Produktion.“ Nur langsam spricht sich Rameders Idee im Kreis der Kreativen herum, schließlich fragten erste Werbeagenturen bei ihm an – sie suchten Individuallösungen für ihre Kunden. „So bin ich vom B2C- in den B2B-Bereich hineingerutscht.“ Einen Wachs-



Produktdesignerin Talia Radford.
// Clemens Filby

tumsschub erhält Rameder 2012, als er an einem Gründerprogramm der Wirtschaftsagentur Wien teilnimmt. „Oft wissen Antragsteller nicht, was sie brauchen. Deshalb vernetzen und beraten wir auch“, sagt Tatzberger.

Ein halbes Jahr lang standen für Rameder Finanzplanung, Führung, Verkauf, Zielgruppenfindung und mehr auf dem Plan. Er erhielt eine Innovationsförderung, stellte Personal ein, investierte in Infrastruktur, baute einen Kundenstamm auf. 95 Prozent seiner Kunden kommen heute aus Österreich, die Nähe zu ihnen ist ihm wichtig. „Momentan bin ich mein bester Verkäufer, weil ich weiß, wovon ich spreche“, sagt er. Eine Expansion mit Verkaufsbüros im nahen Ausland schließt er aber nicht aus.

Von Jus zum Design. Julia Landsiedl absolvierte zuerst ein Jusstudium, nach ihrem Produkt- und Businessdesignstudium arbeitete sie bei der Designberatungsfirma Ideo im Silicon Valley. 2008 startete sie in Wien, heute ist sie mit ihrem Studio für strategisches Design und Storytelling fixer Bestandteil der heimischen Designszene. Für sie war es eine emotionale Entscheidung, in die Bundeshauptstadt zurückzukehren. In Wien war die Familie, winkte ein Job: „Ich hatte ein Angebot, bei einem Designbüro zu beginnen, für 1.500 Euro brutto. Da habe ich mich selbstständig gemacht.“ Sie startete mit einem einzigen Auftrag und einem informellen Netzwerk an potenziellen Kunden. „Die ersten drei Jahre sind die Hungerjahre“, sagt Trautenberger von der Kreativwirtschaft Austria. „Das erste ist Probieren, das zweite Orientieren, das dritte Etablieren.“

Mittlerweile beschäftigt Landsiedl zwei Mitarbeiter auf Stundenbasis und arbeitet mit fixen Partnern, in Grafik, Programmierung, aber auch Steuerberatung. „Rechtlich bin ich eine One-Woman-Show, aber ich sehe mich eher als Boutiquestudio.“ Die Designerin

entwickelt Ausstellungen, Objekt- und Vermittlungskonzepte. „Zu glauben, man wird heute ein Star mit Design, ist naiv. Man muss sich breit aufstellen“, sagt dazu Trautenberger. Das MAK und der Flughafen Wien zählen ebenso zu Landsiedls Kunden wie die Caritas oder die Jugend- und Familiengästehäuser Jufa. Je nach Auftrag passt sie Honorare an, finanziert Projekte quer. Ihre Um-

Ein Designer muss sich breit aufstellen. Nur von einer Sache lebt es sich schwer.

sätze haben sich seit 2012 verdreifacht und sind stabil: „Als Doppelakademikerin würde ich angestellt wohl mehr verdienen. So sind es aber auf jeden Fall mehr als 1500 Euro brutto im Monat.“ Vor allem von ihrer Auslandserfahrung profitiert Landsiedl im Beruf: „Man hat einen breiteren Blick. Das Studium bereitet einen ja null auf die wirtschaftliche Praxis vor.“

Ernüchterung nach dem Studium. Talia Radford empfindet ähnlich. Im Gegensatz zu Landsiedl steht sie mit ihrem Studio noch am Anfang und erlebt nach dem Studium die Ernüchterung: „Wir wussten, wie man Kunden von seinen Ideen überzeugt, hatten aber keine Ahnung, was es heißt, selbstständig zu sein.“ Deshalb setzt sie auf kontinuierliche Weiterbildung, vertieft sich einmal jährlich bei Workshops in Themen wie Business Case Engineering, Branding oder Kommunikationsstrategien. Heuer ist die neue Website online gegangen. Langfristig soll das Studio wachsen, zwei Teilzeitmitarbeiter sind in den nächsten drei Jahren geplant. „Meine größte Angst ist, dass ich Mutter werde und im Beruf weg vom Fenster bin, wenn ich kein nachhaltiges Business aufgebaut habe“, sagt Radford. In schnellen Zeiten wie diesen verändert sich alles viel zu rasch. //

AUF EINEN BLICK

DESIGNER ALS GRÜNDER

TaliaYStudio. In das Portfolio von Talia Radford fallen die KissCam, eine Fotokamera, die per Kuss ein Foto macht, oder CrystalJellies, ein Schmuckobjekt und analoger Fotofilter fürs Smartphone in einem. taliaystudio.com

Rausgebrannt. 2009 startete Bernhard Rameder mit seiner Idee für personalisierte Geschenke. Er

individualisiert Objekte, vom Lederarmband bis zum Tischtennisschläger, mittels Lasertechnologie. rausgebrannt.at

Julia Landsiedl. Landsiedl ist mit ihrem Studio für strategisches Design und Storytelling fixer Bestandteil der Wiener Designszene. Sie entwickelt Ausstellungen, Objekt- und Vermittlungskonzepte. www.jeplus.at

Die Wellen vor Chile und der Wind in Mountain View

Extremsportler schätzen die kleinen und robusten Action-Kameras von GoPro. Drei österreichische Gründer sind auf den Erfolgsszug aufgesprungen und haben mithilfe von Google der Kamera ein „Gehirn“ verpasst. » VON JOSEF EBNER

Reñaca liegt nördlich von Vina del Mar, gut eineinhalb Autostunden von Santiago de Chile entfernt, und hat landschaftlich einiges zu bieten: Während auf der einen Seite der Pazifik auf die chilenische Küste trifft, türmen sich gleich dahinter die Anden auf. Der Traum jedes GoPro-Users also, mit unzähligen Möglichkeiten, seine Action-Kamera mit spektakulärem Videomaterial zu füttern – sofern man sich auf Wellen und Steilhängen zurechtfindet. Und auch der ideale Ort für drei österreichische Gründer, um „das Leben der 30 Millionen GoPro-User zu revolutionieren“, wie es Moritz Hawelka, 28, formuliert.

Das einstige Start-up GoPro schreibt glänzende Zahlen (35 Millionen Dollar Gewinn), der Marktanteil

PIK'D

Ende Oktober wird der Motiontracker von pik'd um 90 Euro erhältlich sein.

Investoren erhalten in der Crowdfunding-Kampagne 40 Prozent Preisnachlass.

www.pikd.co

der Action-Kameras liegt bei über 90 Prozent. Die Erfolgsgeschichte der leichten und wasserfesten Kameras begann 2002 mit Surfaufnahmen von Gründer Nick Woodman, inzwischen ist der Markenname ein Synonym für professionelle Sportkameras geworden. Die Modelle sind nicht nur beliebt bei Extremsportlern, die mit ihren Action-Videos die sozialen Netzwerke versorgen, auch der städtische Freizeit-sportler hat die GoPro beim Mountainbike-Ausflug und beim Skiurlaub auf dem Helm montiert.

Aber GoPro-User haben ein Problem, ist Hawelka überzeugt. Auf den Camcordern befindet sich nach dem Mountainbike-Trails oder den Tief-schneeabfahrten stundenlanges Videomaterial. Dann muss erst mühsam aus-

gemistet werden, bis die Highlights gefunden sind. So ging es auch Hawelka nach einem Skitrip in Italien, rasche Lösung fand er keine. „Aus eigener Not“ gründete er mit Clemens Haaser, 28, das Start-up pik'd. Sportgerätechniker Hannes Höttinger, 24, steht den beiden Wirtschaftswissenschaftlern zur Seite.

Um die Video-Highlights automatisch herauszufiltern, sollte die GoPro ein „Gehirn“ erhalten. In unzähligen Surfstunden vor der Küste Chiles wurden Bewegungsdaten gesammelt. Auf Basis dieser Daten erkennt nun ein Algorithmus, ob man in wenigen Augenblicken auf einer Welle reitet oder einfach nur den Sonnenuntergang genießt. In der Praxis steckt der Sportler die pik'd-Hardware auf seine Kamera,

nach den Aufnahmen filtert die Software die Action-Sequenzen heraus, das Video kann umgehend in die sozialen Netze wandern. „Zwei Stunden Videomaterial werden in maximal 30 Sekunden analysiert“, erklärt Höttinger.

Die Tür nach Chile. Kamerahersteller GoPro weiß jedenfalls von den Österreichern in Chile. Die Kalifornier seien auch angetan, immerhin würde pik'd dabei helfen, ihre Kamera zu genießen, meint Hawelka. „Je mehr GoPro-Videos im Umlauf sind, desto besser für sie.“ Idealfall wäre natürlich, wenn das System gleich in der Kamera integriert wäre. Aber das ist noch Zukunftsmusik.

Das Team in Reñaca ist inzwischen um vier chilenische Entwickler erweitert worden. Der Standort an der Pazifikküste mit den optimalen Testbedingungen wird überhaupt erst möglich, weil es pik'd 2014 als eines von 85 Unternehmen (aus 2700 Bewerbern) in die Auswahl des Accelerators „Start-up Chile“ geschafft hat. Die Tür nach Südamerika war somit offen, innerhalb

von 48 Stunden musste eine Entscheidung fallen. „Ein Glücksfall. Wir haben überhaupt nicht überlegt. Damals war klar: Jetzt hauen wir richtig rein“, erzählt Hawelka.

Auch Google hat seither seine Finger im Spiel. Die Kalifornier stellten pik'd einen 100.000-US-Dollar-Kredit für eigene Services zur Verfügung. So können beispielsweise aufwendige Rechenprozesse an den Internetgiganten ausgelagert werden. Außerdem läuft ein Mentoring-Programm. „Wir bekommen wertvolle Tipps, das ist eigentlich nicht bezahlbar“, meint Haaser. Im Google-Hauptquartier in Mountain View „weht schon ein anderer Wind“, erzählt der Tiroler. „Da merkt man, was in einer 30-Minuten-Besprechung alles möglich ist.“ Auch aus der Schweiz könnten bald weitere Tipps kommen. In Zürich wurde ein ETH-Professor auf das Start-up aufmerksam, eine Funktion als Mentor steht ihm im Raum.

Derzeit lege es der enorme Marktanteil von GoPro nahe, sich mit Ent-

GOPRO

420 Mio. Dollar Umsatz hat der Kamerahersteller aus Kalifornien im zweiten Quartal des Jahres 2015 verbucht.

35 Mio. Dollar Gewinn stehen knapp 20 Mio. Dollar Verlust im Vorjahr gegenüber.

Stärkere Nachfrage in Europa und Asien hat GoPro zum Umsatzsprung und zu schwarzen Zahlen verholfen.

Gut die Hälfte des Geschäfts machen die Kalifornier außerhalb der USA.

wicklungen auf den US-Hersteller zu konzentrieren, erklärt Hawelka. Das Produkt funktioniere allerdings auch auf den Kameras der Konkurrenz. Außerdem werde laufend weiterentwickelt. Zukunftsvision ist es, die Kamera mit pik'd automatisch ein- und auszuschalten, dann müsste die Aufnahme erst gar nicht durchforstet werden.

Vorbild Runtastic. Das Risiko habe man bei pik'd ohnehin nie gescheut, auch nicht beim Schritt in die Selbstständigkeit. „Wenn es nicht klappt, hat man in einem Monat Start-up mehr gelernt als irgendwo sonst“, sagt Hawelka. Nach Runtastic sei außerdem wieder Zeit für eine österreichische Start-up-Erfolgsstory. Die Oberösterreicher sind ein Vorbild für Hawelka, der Unternehmer-Spirit beeindruckt ihn. „Damit identifizieren wir uns schon auch. Immerhin sind sie aus meiner Gegend“, meint der Linzer. Bis Ende des Jahres wird noch in Chile weitergearbeitet, in naher Zukunft ist ein Headquarter in Europa geplant. //

NACHRICHTEN AUS

BERLIN/LONDON

Auctionata kauft ValueMyStuff

Das Berliner **Online-Auktionshaus** Auctionata hat das Londoner Start-up ValueMyStuff übernommen. Das Unternehmen beschäftigt 60 Experten, die kostenpflichtige Schätzungen für Kunstgegenstände, Antiquitäten, Luxusobjekte und Sammlerstücke erstellen. Auctionata hat im ersten Halbjahr 2015 seinen Nettoumsatz mit 35,7 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahr verdoppelt.

BRÜSSEL

ÜberPop wird aus Brüssel verbannt

Das Brüsseler Handelsgericht hat das umstrittene **Fahrrientangebot** ÜberPop für illegal erklärt. Über habe 21 Tage Zeit, sich an entsprechende Gesetze der Region Brüssel zu halten, sonst drohten Strafen von 10.000 Euro pro Verstoß, urteilte das Gericht vergangene Woche. Über will in Berufung gehen. Erst Mitte des Monats hatten Brüsseler Taxifahrer zum zweiten Mal in diesem Jahr gegen Über protestiert und damit ein Verkehrschaos in der Hauptstadt ausgelöst. Über bietet über eine Smartphone-App verschiedene Fahrdienste an, darunter auch von privaten Fahrern. Die Angebote sorgen weltweit für Widerstand bei professionellen Anbietern.

NEU UND ANDERS

EVALUIERUNG

Crowdinvesting in Zahlen

Darüber, wie riskant und wie rentabel Crowdinvesting ist, gibt es noch wenig valide Daten. Die deutsche Crowdinvesting-Plattform Comanisto hat nun erstmals eine **Evaluierung** der finanzierten Projekte in den vergangenen drei Jahre vorgelegt. Der Gesamtwert der über Comanisto finanzierten Start-ups ist von insgesamt 83,51 Mio. Euro auf 102,92 Mio. Euro gestiegen – das ist ein Wertzuwachs von 23,24 Prozent. Der Wert der Beteiligungen hat sich durchschnittlich um 15,32 Prozent erhöht. Fünf von 38 der auf Comanisto finanzierten Start-ups haben Insolvenz angemeldet.

COWORKING

Arbeitsplatz zu gewinnen

Ab Oktober haben drei Start-ups die Chance, im Rahmen einer Start-up-Challenge jeweils bis zu vier Arbeitsplätze im neuen Coworking Space **Cocoquadrat** zu gewinnen und bis Mitte Dezember zu nutzen. Cocoquadrat bietet auch Workshops zu Themen wie Businessplanung oder Präsentations-technik. www.cocoquadrat.com

MEHR AUF
DIEPRESSE.COM/WIRTSCHAFT