

Gründungszentrum .garage hamburg

Kreativ-Baustelle für Gründer



Autorin: Gitta Schröder

Vor fünf Jahren haben wir das ambitionierte Konzept und die teilweise ungewöhnlichen Aktivitäten des Gründungszentrums .garage hamburg erstmals in StartingUp vorgestellt. Jetzt wollten wir wissen, was aus der vielleicht kultigsten deutschen „Baustelle für Gründer“ geworden ist.

Gelb-schwarz – die markanten Farben von Absperrbändern tauchen überall in der sogenannten .garage auf. Baustellen-Atmosphäre auch im Großraumbüro. Hier liegen die Rohre frei, sind die Decken unverputzt. Und das bewusst. Schließlich wird hier an Ideen gefeilt, auf-, an- und umgebaut. Bis am Ende von sechs Monaten wieder eine Gruppe von Gründern die .garage in der Hamburger City Nord verlässt. Mit einem detaillierten Grundriss ihres Unternehmens, einem soliden Fundament des Businessplans und dem großen Netzwerk anderer Bauleute, deren Adressen in den „gelb-schwarzen Seiten“ der .garage zu finden sind.

Elf Jahre hält sich die „Baustelle der Gründer“ schon am Markt. Elf Jahre, in denen sich das .garage-Konzept erfolgreich durchgesetzt hat. „Wir haben zu Anfang überlegt, wie eine solche Gründung archetypisch verläuft und welches Thema zu welcher Zeit dran ist, um eine optimale Begleitung zu bieten“, erklärt .garage-Boss Hajo Streitberger. „Deshalb steht der wichtigste Punkt überhaupt – die Markterkundung – bei uns gleich in der ersten Woche an. So wird der Gründer zum Experten seines Produktes und recherchiert dessen Marktgängigkeit.“

„Wir wissen, wie eine Gründung funktioniert“

Ob ein Produkt erfolgreich ist, entscheiden vier Faktoren: der Gründer selbst, der Marktplatz oder Ort der Gründung, der richtige Zeitpunkt, und das Alleinstellungsmerkmal (USP). „Doch ob die vier Faktoren auch bei ihm stimmen, kann der Existenzgründer nur selber mit einer detaillierten Markterkundung herausfinden“, meint Streitberger. „Das heißt, wir in der .garage wissen, wie eine Gründung funktioniert. Der Existenzgründer weiß, wie sein Geschäft geht.“ Dieses Konzept, den Gründer mündig

zu machen und ihn qualifiziert zu beraten, geht offenbar auf. Denn die Erfolgszahlen sprechen für die .garage. So ergab die Untersuchung von Prof. Dr. Alexander Kritikos vom deutschen Institut für Wirtschaftsforschung, dass von 599 .garage-Gründern nach sieben Jahren immer noch 521 Personen selbstständig waren – also 87 Prozent; sechs Prozent sind wieder angestellt. Ein eindrucksvoller Erfolg.

Reif für den freien Markt

Der auch durch die Geschichte von Carsten Röhr (36) und Jan Eisner (34) bestätigt wird. Die beiden Tischler waren vor fünf Jahren in StartingUp portraitiert worden, als die zwei gerade vom sogenannten Inkubator, dem Brutkasten der .garage nach sechs Monaten liebevoller Pflege ausgesetzt wurden, um auf dem freien Markt zu bestehen. Damals hatten die zwei ihre Firma „Raumvolumen“ frisch gegründet. „Die .garage hat uns enorm dabei geholfen, Fuß zu fassen, unsere Idee konkreter werden zu lassen und unsere Strategie zu verfolgen“, erzählt Carsten Röhr. „Absolut großartig war unser persönlicher Coach, der uns während der gesamten Zeit zur Seite stand und mit dem wir alles besprechen konnten“, erinnert sich Röhr.

Zahlen und Fakten aus der .garage

- Seit Gründung der .garage wurden über 7900 Personen beraten und davon ca. 1900 in einem „Gründungsinkubator“ in die Selbständigkeit begleitet.
- 51 Prozent der Teilnehmer sind weiblich.
- Ca. 60 Prozent der Teilnehmer kommen aus der Kreativ-Wirtschaft.
- Die Erfolgchancen für .garage-Gründer sind 30 Prozent höher als für andere Gründer.
- Die Finanzierung erfolgt über die Agentur für Arbeit, die Jobcenter der ARGE oder per Selbstzahlung.



Das Herzstück der Hamburger Gründer-Schmiede: Das .garage-Team rund um die Geschäftsführer Maïke Classen (4. v.l.), Clas Beese (5. v.l.) und Hajo Streitberger (kleines Foto)

Die enge Beziehung zum Coach blieb übrigens erhalten, genau wie einige Kontakte zu anderen Gründern, mit denen Röhr und Eisner anfangs sogar eine Bürogemeinschaft teilten. Nur die Geschäftsidee von „Raumvolumen“ wandelte sich aufgrund der Flaute auf dem Wohnungsmarkt. „Wir haben uns irgendwann eine Nische gesucht und betreiben heute Event-Architektur – und wir können beide gut davon leben.“ (Mehr dazu lesen Sie im Kasten mit den Gründerbeispielen.)

Per „Bootcamp“ fit gemacht

Etwas, was sich bei Dorit Sadiku und Christa Tangermann noch zeigen muss. Aber bislang wird ihr neu eröffneter Laden, die Bollywood-Company in der Hamburger Weidenallee, sehr gut angenommen. Vor allem von Frauen, die wie die ehemalige Fiseur-Meisterin Tangermann und Einzelhändlerin Sadiku von indischen Bollywood-Filmen infiziert sind, von Räucherstäbchen, Ayurveda-Tees und verspieltem indischem Schmuck. „Die Idee von diesem Laden hatten wir schon lange“, erinnert sich Dorit Sadiku. „Aber erst durch die Zeit in der .garage festigte sich unser Selbstbewusstsein und unser Mut, die Idee auch umzusetzen.“

Hier half den beiden Frauen vor allem das hammerharte „Bootcamp“. Während dieser vier Wochen wurde die Geschäftsidee zur Bollywood-Company auf Herz und Nieren überprüft. Und zwar nicht nur von den anderen Gruppenteilnehmern und den Gründungsberatern der .garage, sondern auch von künftigen Kunden. „Ich sage nur 104 im Quartier“, stöhnt Sadiku und verdreht die Augen. Denn sie und Christa Tangermann befragten tatsächlich 104 mögliche Abnehmer, ob überhaupt eine Nachfrage nach Bollywood-Artikeln besteht. Und wo sich die Kunden den Laden denn wünschten.

„Das hat uns sehr dabei geholfen, den perfekten Platz für unser Geschäft zu finden“, meinen beide Frauen. Auch die Montagsitzungen in der .garage, in denen immer wieder der Stand der Gründung in der gesamten Gruppe besprochen wurden und die Intensivkurse in Buchhaltung, Steuerrecht oder sehr praktische Tipps zum Thema „Wie verhandle ich richtig“, waren wichtige Bausteine, die sie im sechsmonatigen .garage-Training erhalten haben. „Und das für umsonst“, meint die ehemalige ALG-II-Empfängerin Sadiku dankbar. Denn die Kosten von rund 6500 Euro bezahlte die ARGE.

Die Erfolgsfaktoren der .garage

Die zwei Bollywood-Geschäftsfrauen stellen mittlerweile übrigens die Hauptklientel der .garage dar, die zu 51 Prozent weiblich und über 35 Jahre ist. „Unsere frühere Altersbeschränkung haben wir längst aufgegeben“, meint Pressesprecher und Gründungsberater Frederic Breiler. Damit ging die .garage mit der Zeit. Auch in puncto Medien. Denn mittlerweile ist das schwarz-gelbe Banner natürlich auch bei Facebook und Xing vertreten oder twittert die Neuigkeiten in das World Wide Web.

Auch was die Qualität angeht, stockte die Gründer-Schmiede immens auf und arbeitet heute nur noch mit zertifizierten Gründungsberaterinnen und -Beratern, die eine Ausbildung von fünf Wochenenden plus Prüfung an der Universität Lüneburg absolviert haben. Das heißt, die .garage punktet mit diversen Erfolgsfaktoren. Einerseits mit dem



Im sogenannten Synergieraum treffen sich die ganz unterschiedlichen .garage-Gründer und können Erfahrungen und Know-how austauschen

Ansatz, die Gründer frühzeitig mündig zu machen. Andererseits mit kreativer Aufbruchstimmung. Aber auch mit topfit ausgebildeten Beratern, die die jungen Unternehmen hilfreich und individuell unterstützen. Ein Erfolgsrezept, das Nachahmer gefunden hat.

Die .garage wächst weiter

Denn mittlerweile gibt es sechs .garage-Ableger in Berlin, Dortmund, Essen, Braunschweig, Helmstedt und Kiel. Wenngleich immer wieder schwarze Wolken der Geldknappheit über dem Hamburger Start-up-Unternehmen hinweg ziehen, wenn die öffentlichen Kassen den Spargang einlegen. .garage-Chef Hajo Streitberger ist aber zuversichtlich: „Es ist völlig unstrittig, wie wirkungsvoll die .garage ist – das haben die Ergebnisse der vielen Studien über uns gezeigt. Gleichwohl wird überall gespart. Aus diesem Grund planen wir verstärkt auch Business-Trainings für private Leute, die erst kurz arbeitslos sind, aber noch über ein ausreichendes finanzielles Polster verfügen. Wie eine Art gezieltes Krafttraining – auch für ausgelagerte Unternehmer im Unternehmen und Menschen in Transfergesellschaften.“ Außerdem startet die .garage noch 2010 ein speziell auf die Kreativ-Wirtschaft ausgerichtetes Training. „Denn wir haben festgestellt, dass etwa 60 Prozent unserer .garage-Teilnehmer aus dieser Branche der Journalisten, Designer und Kreativen kommt

und sie ein gezieltes Programm benötigen“, so Streitberger.

Zu diesem Ergebnis kam offenbar auch die Bundesregierung und legte die mit 100 Millionen Euro finanzierte Initiative „Kreativ-Wirtschaft“ auf, in deren beratendem Expertenkreis Hajo Streitberger ist. Und noch etwas verrät der .garage-Chef zum Thema zukünftige Projekte. Nachdem die Gründermesse zum 10-jährigen Geburtstag im vergangenen Jahr so sensationell gut angenommen wurde – mit 50 Ausstellern und 500 Besuchern – war sich das .garage-Team einig, bald wieder ein großes Event in der City Nord zu veranstalten. Wahrscheinlich eine Party, bei der sich alle wieder sehen, Geschäftsbeziehungen knüpfen und natürlich ausgiebig feiern können. Wo genau diese Party stattfindet?

Natürlich: in den gelb-schwarz verzierten „Baustellen-Räumen“ – „weil die Atmosphäre hier so inspirierend ist“, findet Streitberger. Und Frederic Breiler spricht wohl allen, die in der .garage arbeiten, aus der Seele, wenn er diesen Spirit beschreibt: „Es ist faszinierend, wie sehr sich die Menschen hier verändern. Wie sie nach Jahren der Arbeitslosigkeit plötzlich wieder aktiviert und motiviert sind, für eine Idee brennen, neue soziale Kontakte aufbauen und wie strahlend sie schließlich hinaus in die Welt treten.“ Viele weiteren Infos und Kontakte finden Sie unter <http://wasistgarage.de>

10 Gründertipps aus der .garage

- ✓ Die Gründung sorgfältig planen und vorbereiten.
- ✓ Eine Markterkundung durchführen, um die Wünsche der Zielgruppe kennen zu lernen und das Angebot darauf ausrichten zu können.
- ✓ Umfassend über alle relevanten Themen (Fördermittel, Steuern, Recht etc.) informieren.
- ✓ Das Produkt/Angebot genau definieren und kennen.
- ✓ Die Konkurrenz kennen und sich von ihr abheben, Alleinstellungsmerkmal finden.
- ✓ Die eigenen Zahlen (Betriebskosten, Privatbedarf etc.) kennen.
- ✓ Selbstbewusst und von der eigenen Idee überzeugt sein.
- ✓ Anträge auf Fördermittel und Kredite frühzeitig stellen.
- ✓ Sein Netzwerk pflegen, mit anderen Gründern reden und arbeiten.
- ✓ Unterstützung von Experten holen.

Vier „Garagen-Gründer“ und ihre Geschäftsideen – kurz vorgestellt

Für Fans farbenprächtiger Bollywood-Streifen

„My name is Khan“ – den gerade angelaufenen Film des indischen Megastars, der auch deutsche Frauen schwach macht, haben sie natürlich im Sortiment. Mit deutschen Untertiteln. Alle anderen Streifen von Shahrukh Khan gibt es selbstverständlich in Deutsch, plus die dazugehörige Schmachtmusik sowie indische Gewänder mit kostbaren Stickereien.



Denn die zwei .garage-Gründerinnen Dorit Sadiku (43) und Christa Tangermann (52) sind komplett Indieninfiziert. Und freuen sich, seit März 2010 den passenden Ornament-Schmuck, kitschig-schöne Bolly-Postkarten und überhaupt alles rundum das Hollywood-Pendant anzubieten. www.bollywood-company.de

Schon die Homepage ist chillig

„Weiß ist immer der Zustand davor. Man kann sich davor fürchten. Oder es als große Chance verstehen.“ So lautet die Philosophie von Carsten Röhr (36) und Jan Eisner (34), die mit ihrem Hamburger Unternehmen „Raumvolumen“ Event-Architektur anbieten. Und das vor allem mit außergewöhnlichen Designs für Schaufenstergestaltungen oder Kampagnen, bei denen sie auch schon einmal ein Baumhaus mit natürlichen Pflanzen inszenieren. So agieren die zwei Tischler zwischen Werbeagenturen und Kunde und haben sich auf



diese Weise eine ganz neue Nische gesucht. Denn als die ehemaligen Garagegründer vor fünf Jahren an den Markt gingen, wollten sie zunächst in das Segment der Wohnaccessoires – heute sind die zwei froh, auf einem ganz anderen Feld Design, Leidenschaft und Technik miteinander zu verbinden. www.raumvolumen.de

Elben- und Zauberergewänder

Sie steht auf Fantasie, Rollenspiele und prachtvolle Gewänder aus Seide. Und warum sollte sie nicht auch genau hier, wo ihre Leidenschaft liegt, ihr Alleinstellungsmerkmal setzen, dachte sich die Damen- und Maßschneiderin Jessica Clavié. So ging die .garage-Absolventin am 1. März 2009 mit dem klangvollen Namen Zaubernadel an den Markt. Und erfreut sich seither an Kunden wie Rollenspielern, Mittelalter-Liebhauern und Freunden von „Herr der Ringe“ oder „World of Warcraft“, um ihnen Elbenkostüme oder andere



Fantasie-Gewänder zu schneiden. Entweder nach einer Vorlage oder individuell. Wobei die 29-Jährige unterstreicht, dass sie auch „supergerne ganz normale Business-Kostüme näht, Hochzeitskleider, Sakkos oder den Lieblingsmantel nachschneidert, der nicht mehr passt“. www.zaubernadel.com

Klares Design

Sein Name könnte passender nicht sein. Klar. Philip Klar. Wie KLAR Design. Einfache Ernsthaftigkeit, wie es der Hamburger Designer ausdrückt, dessen Karriere einen ungewöhnlichen Anfang nahm. Denn zunächst machte er eine Automechaniker-Lehre, weil er als Kind immer



Autos designen wollte. „Aber dann hab ich gemerkt, dass Autos mich gar nicht so interessieren“, erzählt der 33-Jährige. So studierte er Industrie-Design. Aber auch die Fertigung von Massererzeugnissen waren nicht wirklich sein Ding. Da lernte er Metallgestaltung und kunstvolle Silberschmiede in Hildesheim. Und das war es dann wirklich: Schmuck aus Silber oder Titan kombiniert mit Materialien wie Teakholz, Büffelhorn, Kristall, Perlen oder Mammut-Elfenbein aus Sibirien. Im Moment arbeitet Klar gerade an etwas ganz Besonderem – einer Schmuckkollektion eigens für Männer: klar, ernsthaft, einfach. Doch der Künstler legt sich nicht nur auf Schmuck fest. Er entwirft auch stilvolle Messer, Vasen, Plastiken oder sogar Schlüsselanhänger. www.klar-design.com