



VIER GRÜNDER, VIER IDEEN, EIN MINDESET. Alexander Valtinogler (Coinpanion), Kostima Kovar (Ada), Markus Bernhart (readyZorder) (v. li.) und Johannes Braith (Storebox) (vorne Mitte)

In der Welt der Unicorns

Ihre Ideen sammeln Millionen von Investoren. Ihre Firmen wachsen rasant und revolutionieren Branchen. Was machen Gründer besser? Ticken sie anders als traditionelle Unternehmer? Warum meint Business Angel Hansi Hansmann, dass sie das Zeug haben, die Probleme von morgen zu lösen? Porträt der **Start-up-Szene** in vier Erzählungen

Von Lisa Ulrich-Gödel; Fotos: Ricardo Herrgott

Das weitverbreitete Klischee vom Nerd mit der genialen Idee, die ihn über Nacht millionenschwer macht, ringt Protagonisten der Start-up-Szene nicht mehr als ein müdes Lächeln ab. Von der Realität ist die Vorstellung der EINEN Idee, aus der plötzlich das Unicorn entspringt, unendlich weit entfernt. Das Unicorn, zu deutsch Einhorn, ist das brandenbliche Äquivalent für „es geschafft haben“. Der Begriff steht für Start-ups, die (noch) nicht börsennotiert sind, aber eine Bewertung von über einer Milliarde Dollar aufweisen.

Bipanda und GoStudent zählen 2021 dazu, sowie TTTech Auto und Tricents. Insgesamt sechs Unicorns fand eine Studie des Wiener M&A-Beraters Isinvest 2021 in Österreich. Damit liegt die Alpenrepublik europaweit auf Platz vier in Unicorn-Ranking. Gemeinsam schufen die Firmen mehr als 6.000 Arbeitsplätze. Zwar gibt es in den USA viermal so viele Unternehmen der Größenordnung, doch gedeihen Einhorn in Europa aktuell doppelt so stark. Zusätzliche 1.500 Arbeitsplätze schufen laut Isinvest jene zwölf österreichischen Firmen, die auf dem besten Weg sind, bald ein Unicorn zu werden. Die Branche erfindet für sie den Begriff „Sonicorns“.

Zu den aussichtsreichen „Unicorn-Kandidaten“ zählt der 32-jährige CEO Johannes Braith mit Storebox, seinem Start-up im Bereich Lagerlogistik.

Das Gute am Autoritätsproblem

Er kennt die Klischees, die sich um seine Szene ranken, in der sich alles darum dreht, mit möglichst raschem Wachstum den Titel eines Fabelwesens zu erlangen. „Ich werde sehr oft damit konfrontiert, dass Leute glauben, es braucht nur eine gute Idee für den Erfolg. Das ist ein absoluter Irrglaube“, sagt Braith. Man meint ihm innerlich senzen zu sehen. „Oft wird die Start-up-Szene so gesehen, dass man dort auf dem Longboard und mit dem Chat Late ins Büro fährt und ein bissl Trisfußball spielt. Aber es ist extrem harte Arbeit. Für die Gründer und alle Angestellten. Da wird extrem reingehackelt“, entzundert er das Märchen.

In der Realität sehen sich alle Gründer auf dem Weg zum Millioneninvestment mit 70- bis 80-Stunden-Wochen konfrontiert. Sie lassen exorbitante Leidenschaft für ihr Produkt spüren, weisen überbordenden Ehrgeiz samt Neugierde auf und meistens einen außergewöhnlichen Bildungssstatus.

Dass dieser nicht die makellose Schulkarriere bedeuten muss, beweist die schillernde Karriere von Johannes Braith. Sein Selfstorage- und Lagerlogistik-Start-up Storebox revolutioniert derzeit mit 190 Filialen in sechs europäischen Ländern und mehr als 100 Mitarbeitern die Branche bis in den Click&Collect- und E-Commerce-Bereich. Vor einem Jahr gab es von Investoren 52 Millionen Euro für

die nächste Wachstumsphase mit dem Ziel der europaweiten Marktführerschaft bis 2025.

Es wäre nie so weit gekommen, wäre Braith nicht kurz vor der Matura kolossal gescheitert. „Ich habe ab der Pubertät ein großes Autoritätsproblem entwickelt. Ich komme mich nur schwer unterworfen“, erzählt der Gründer. Am Scheitern in der siebten Klasse hat er lange gekifelt und es durch gleich drei Lehren, die er absolviert hat, weitgemacht. Braith ist Speditionskaufmann, Speditionslogistiker und Lagerlogistiker, denn es sollte „eine interne nationale Lehre“ sein. Zu Hause im 100-Seelendorf Kaunberg im südlichen Triestingtal in Niederösterreich war die Auswahl nicht groß. Zur Ausbildung auf dem Flughafen Schwechat pendelte der Sohn einer alleinerziehenden Volksschullehrerin einhalb Jahr lang täglich dreieinhalb Stunden. „Das war eine Art Selbstgeißelung für die abgebrochene Schule. Seitdem ist es mir extrem wichtig, nie wieder etwas abzubrechen“, sagt er.

Mit diesem Antrieb im Nacken holte Braith die Matura an der Abendtschule nach und studierte Logistik und Transportmanagement. Er arbeitete sechs Jahre lang in einem Konzern und verließ die Universität nach dem Masterstudium trotz der Aussicht auf einen bezahlten PhD-Job. „Ich wollte unbedingt wissen, wie es ist, ein Unternehmen zu haben“, erklärt er. Sein Wissen aus drei Lehren und dem ▶

Studium kulminiert in der Idee von Lagerlösungen auf vielen Ebenen: für die urbane Familie, die Stauraum für Surfrett und Kinderfahrräder braucht, aber auch für Businesskunden wie Ikea, der seinen Kunden das Billy-Regal in die nahe Storebox zustellt und Ihnen so die Fahrt ins Einrichtungshaus erspart.

Die Idee macht nicht die Millionen

Von der Gründungsphase ist das heutige Unternehmen zwar thematisch nicht weit, aber den Millionen-Unterschied entfernt. Als eine Nachbarin ihr unbenutztes Kellerabteil vermietete, kam Braith auf die Idee, ein „Airbnb für unbenutzte Keller“ zu schaffen. Unter dem Namen „StoreMe“ machte er mit seinem Co-Gründer Ferdinand Dietrich und Christoph Sandratschitz anfangs leere Kellerabteile.



Wir hatten ganz am Anfang einen strategischen Plan: Er heißt, Dinge anzupacken“

Johannes Braith
CEO von Storebox über das Erfolgsgeheimnis der ersten Tage

Dann zeigten tiefgehende Markt-Recherchen des ehrgeizigen Gründerteams das wahre Potenzial der Idee. Es liegt im rasanten Wachstum von E-Commerce, im zunehmenden Leerstand von Geschäftslokalen im urbanen Raum und in der Möglichkeit, mittels Franchise schnell zu wachsen, wie Braith beschreibt: „Du schlägst zwei Fliegen mit einer Klappe: Da sind die Landlords, die nicht wissen, was sie mit leer stehenden Ladenlokalen machen. Auf der anderen Seite boomt ja der Onlinehandel und es gibt Bedarf an Last-Mile-Lagerlösungen und Click&Collect-Stationen.“

In den seltensten Fällen determiniert eine Idee den Erfolg, ist Johannes Braith überzeugt: „Auch Birkand oder Göstlident haben mit etwas Thema-nahem, aber doch anders Geligertem begonnen. Was zählt, ist, stark und schnell in der Ausführung zu sein. Wir haben einander immer gesagt: ‚We have one strategic plan. It is called doing things‘“, so Braith.



JOHANNES BRAITH

Storebox: digitales Selfstorage-Lager

Die Bereitstellung eines Selfstorage-Lagernetzwerks im urbanen Raum war die Kernidee von Storebox. Mittlerweile bietet das Start-up neben Stauraum für Privatkunden auch Lagerinfrastruktur und Logistiklösungen für gewerbliche Kunden. An eigenen Standorten und im Franchise-System umfasst das Businessangebot Services wie Click & Collect (z. B. Ikea Bestellungen) und Micro-Hubs für die Last Mile.

Der Erfolgsweg. Im Jahr 2016 gründete CEO Johannes Braith mit Ferdinand Dietrich (CCO) und Christoph Sandratschitz (CTO) Storebox. Ab 2017 gelang durch das Franchise-System eine starke Expansion. 2021 sammelte Storebox in der Series-B-Finanzierung 52 Millionen Euro von Investoren ein (Neu: Activum SG, Atilia Balogh, Kinoo Finance, N3K Holding Senger-Weiss, Wicklow Capital, Willie Finance, sowie bestehend: Hansi Hansman, Berndt Zimnicker, Johannes Trenkwalder, Anna Hofmann). Noch vor dem Start der App gewann Ada 2022 Gold beim deutschen Award der EduTech-Szene (Kategorie: ‚Gesellschaft und lebenslanges Lernen‘) auf der LearnTec sowie bei der heimischen ‚Next Generation Business Trophy‘, und Silber bei der #gläubandlich-Accelerator-Challenge.



KOSIMA KOVAR

Ada: Female Empowerment App

erfolgsfähige Frauen in ihrer Karriere zu unterstützen, ist das Ziel des Start-ups Ada. Via App werden Frauen mit zweiminütigen Video-Content versorgt, der ihnen hilft, ihre Sichtbarkeit im Unternehmen – unabhängig von beruflicher Position oder Branche – zu erhöhen. Experten geben Tipps in Kategorien wie Körpersprache, Rhetorik, Personal Branding u. v. m. Female Empowerment wird mit Lifelong Learning im Microlearning-Ansatz verknappt. Die App ist als Abo-Dienst im B2B-Bereich strukturiert. Zielgruppe sind u. a. HR-Abteilungen, die weibliche Mitarbeiter stärken wollen.

Der Erfolgsweg. Im März 2021 gründete Kosima Kovar (CEO) mit Matthew Ziebarth (CTO) Ada. Anfang 2022 erhielt das Start-up eine laute eigenen Angaben „hohe sechsstelligen Summe“ in der ersten Pre-Seed-Finanzierungsrunde (Investoren: Hansi Hansman, Berndt Zimnicker, Johannes Trenkwalder, Anna Hofmann). Noch vor dem Start der App gewann Ada 2022 Gold beim deutschen Award der EduTech-Szene (Kategorie: ‚Gesellschaft und lebenslanges Lernen‘) auf der LearnTec sowie bei der heimischen ‚Next Generation Business Trophy‘, und Silber bei der #gläubandlich-Accelerator-Challenge.

Der Wille steht über dem Wissen

Ganz ähnlich lautet die Überzeugung von Business Angel Hansi Hansmann, der unter vielen anderen auch bei Storebox als Investor an Bord ist. Sein vielleicht wichtigstes Credo ist, nicht in eine Idee, sondern in die Menschen dahinter zu investieren. Wenn er bei Gründern den unbedingten Willen erkennt, ein Problem lösen zu wollen, dann erwägt er das Investment. Dieser Wille zur Problemlösung zählt für den Start-up-Investor sogar mehr als spezifische Fähigkeiten der Gründer. Denn er ist überzeuge: Wer eine Lösung finden will, wird sie auch finden.

Darüber hinaus nennt Hansmann ein Minimum von zwei Personen im Gründungsteam als Erfolgsfaktor. „Als Gründer scheiterst du öfter, als du Erfolg hast. Das musst du wollen. Gemeinsam zu scheitern, ist leichter. Außerdem ist die Chance groß,



Ich habe seit sechs Jahren keinen Urlaub ohne Laptop gemacht. Aber das ist kein Verzicht“

Kosima Kovar
CEO von Ada lebt für ihr Model des Impact-Driven Business

dass nicht beide gleichzeitig ein Tief haben, sondern einander in Krisen ausbalancieren können. Das kann über Erfolg oder Scheitern entscheiden.“

Letzteres lernte Kosima Kovar aus ihrem ersten Start-up: „Sgreening“, das sie vor vier Jahren im Alleingang auf den Weg brachte. Sie musste zum Glück nicht scheitern. Österreichs erste Green-Marketing-Agentur Sgreening hortert mit sechs Mitarbeitern. Trotzdem hat die Erfahrung sie gelehrt, bei ihrer zweiten Gründung einen Partner ins Boot zu holen. Mit Matthew Ziebarth gründete sie vor einem Jahr die Frauen Empowerment Plattform Ada.

In einer ersten Finanzierungsrunde gab es einen hohen sechsstelligen Betrag und die App holte sich bereits drei Auszeichnungen mit Branchepreisen, lange bevor sie überhaupt auf dem Markt war. „Ich habe definitiv gelernt, dass ich nicht alles alleine machen muss. Das geht zwar, aber muss nicht sein“, sagt Kovar.

Gib'ts keinen Weg, geh den eigenen
Der Weg der 27-jährigen Gründerin ins Start-up-Business ist alles andere als linear. Er führt über ein abgebrochenes Lehramtstudium („zu langwierig“), einen Job im Journalismus („nicht das Richtige“) zum Kommunikationswirtschaft-Studium auf die FH. „Ich habe zehn Jahre lang in Agenturen im Marketing gearbeitet, aber meine Leidenschaft, etwas mit Impact zu machen, konnte ich nicht ausleben.“

Die zehn Jahre gehen sich sehr rechnerisch nur aus, weil Kovar bereits neben der Schule zu jobben begann, als Erstes beim Berufswahl-Start-up Whatcadoo. Eine sehr gute als perfektionistisch bekannte Schillettin sei sie gewesen, sagt sie. „Ich habe aber relativ früh gemerkt, dass Schule ein Konstrukt ist, das nicht die Realität widerspiegelt“, beschreibt sie ihr Bedürfnis, nebenbei zu arbeiten.

Es ist ein Merkmal, das alle Gründer dieses Porträts aufweisen: Wenn die Umwelt etwas nicht bereitstellt, wird ein Weg gefunden, es trotzdem zu bekommen. Es war der Weg, der Kosima Kovar zur Gründerin machte. Da sie keinen Agenturjob in einem Unternehmen mit Impact fand, gründete sie Osterreichts erste Green-Marketing-Agentur sgreening. „Ich wollte das Thema Nachhaltigkeit mit Kommunikation verbinden. Damals habe ich studiert, Vollzeit gearbeitet und nebenbei gegründet“, erzählt sie vom Willen, alles zu schaffen. Ein bisschen waren die Umstände auch der Tatsache geschuldet, dass es der Tochter einer Beamtin und eines Polizisten zu stark erschien, gleich zu kündigen.

Ihr Weg wurde belohnt: Nach der sgreening-Gründung wurde sie im Magazin „Forbes“ in den Zirkel der „30 unter 30“ gewählt, sie war 25 Jahre alt. Für Kosima Kovar ein Fingerzeig, den Aufwind zu nutzen. Was das erste Start-up erwirtschaftete, floss in die Frauen Empowerment App Ada. Das nötige Wissen eignete sie sich stets selbst an. „Begleiter oder Mentoren hatte ich anfangs keine. Wie gründe ich eine GmbH? Solche Dinge habe ich mir selbst beigebracht.“

Die Lösung muss man nur finden
Es ist das Talent, Lösungen zu finden, das Hansmann als Ausgangsposition für Erfolg nennt. „Viele glauben, sie müssen gut im wirtschaftlichen Denken sein, um ein Start-up zu gründen. Aber Kolleginnen, die es schaffen, sind vor allem neugierig und lösungsorientiert. Ich habe auch nicht die Lösung für alle Probleme, aber ich suche eben eine Lösung“, so Kosima Kovar.

Vor Fehlern hat sie Respekt, aber wenig Angst: „Jeder Error zeigt dir nur, wie du es nicht machst. Der Spruch Fail-Fast macht schon Sinn.“

Bei Ada arbeitet man zu fünf, daran, die Vision von Gender Equality und mehr Sichtbarkeit für Frauen im Beruf wahr zu machen. Die App ist im ersten Schritt ein reines Bsp-Produkt mit Firmen, die ihre weiblichen Mitarbeiter unterstützen, als Zielgruppe. Studien zeigen schließlich, dass starke weibliche Strukturen in Unternehmen deren Profitabilität steigern und die Unternehmenskultur positiv beeinflussen. Eine Bg. Business-to-government-Lösung wäre ein weiterer Schritt, so Kosima Kovar.

Geld ist nicht der Antrieb
Achtzig Wochenstunden zu arbeiten, ist normal für sie. „Ich habe seit sechs Jahren keinen Urlaub ohne Laptop mehr gemacht. Aber es ist kein Gefühl von Verzicht, denn

„Ich habe immer am liebsten Companies gegründet. Ich habe auch sonst keine Hobbies.“

Alexander Valtinogoler CEO von Companion liest am liebsten Fachbücher und trifft andere Gründer

ich war immer sehr demütig, dass das funktioniert, was wir machen“, sagt sie. Im Vordergrund steht neben wirtschaftlichem Erfolg bei ihr der Impact, den sie für die Gesellschaft erzielen kann. „Natürlich ist es ein wirtschaftliches Modell, ein Social Business. Aber der Impact steht im Vordergrund und ich glaube, das macht die neue Start-up-Welt aus, nicht ständig nur an den Revenue stream zu denken. Ich kann mir nicht vorstellen, jeden Tag anzustehen und nur auf Scale-up zu arbeiten“, klärt sie ihren Bezug zu Geld im Business. Es mag überraschen, aber im Millionenumfeld der Unicorn-Szene ist es nicht das Geld, nach dem die Protagonisten streben. „Geld ist nicht die entscheidende Motivation in diesem Job“, sagt Alexander Valtinogoler. Der 24-jährige Südtiroler hat das digitale Kryptowährungs-Portal „Companion“ im Frühling in die Seed-Phase mit einem 5,5 Millionen Euro Investment ge-

führt. Die Vermögens-Management-Plattform macht komplexe Kryptowährungsinvestitionen für jedermann zugänglich und verzehnet erretuliche Zuwächse.

„Du machst es nicht, um Geld zu verdienen. Dafür gäbe es andere, weniger anstrengende Wege. Das Wichtigste ist: Machst es fun?“, formuliert der CEO seinen Antrieb.

Schon als Kind Unternehmer

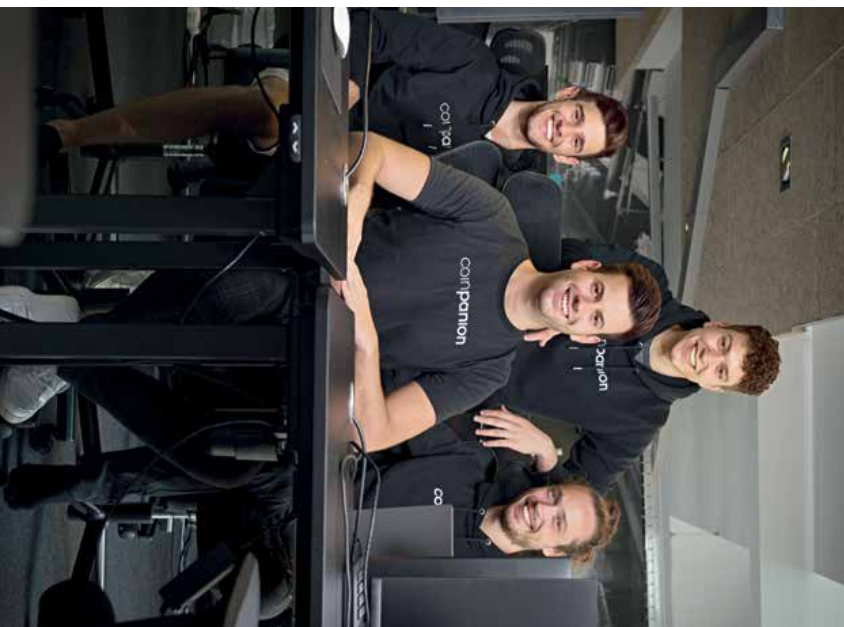
So hat der Sohn einer Rechtsanwältin und eines Zahnmedikers schon immer getickt. Eine Bg. Business-to-government-Lösung wäre ein weiterer Schritt, so Kosima Kovar. Während die Mutter es gerne sähe, dass er das Studium abschließt, tüftelt er an Geschäftsideen. Eine Social-Media-Website zählte dazu, eine E-Commerce-Webseite für Schwarz-Weiß-Fotodruck oder der Kauf und Verkauf von Game Keys für Spielplattformen wie Steam.

„Es war immer spannend zu sehen, ob die Idee funktioniert“, beschreibt Valtinogoler seinen Antrieb. „Wenn ich nachdenke, was ich am liebsten mache, war das immer schon Companys zu gründen, größer zu machen, zu lernen, was funktioniert, was nicht.“ Darüber hinaus habe er auch keine Hobbies, sagt er: In der Freizeit liest er Fachliteratur oder trifft Gleichgesinnte zum Austausch. Immerhin eine Woche Urlaub mit der Freundin in Jordanien gab es dieses Jahr. Seine Arbeitszeiten liegen zwischen 70 und 80 Stunden in der Woche.

Der CEO ohne Büro

Im Büro im fünften Wiener Gemeindebezirk sitzt CEO Valtinogoler mittendrin im Großraumbüro. Hierarchien manifestieren sich bei Companion nicht in Form großer Büros und sind ohnedies sehr flach. Die Teams sind kategorienpezifisch und interdisziplinär aufgebaut und arbeiten miteinander vernetzt. Je nach Zielvorgabe, Vorgegebene Arbeitszeiten oder eine Arbeitszeiterfassung braucht es nicht.

„Wenn oder wo du deinen Job erledigst, ist egal. Wenn jemand freitags früher geht oder spontan Kinderbetreuungspflicht hat, oder wir als Südtiroler einmal vier Wochen von dort aus arbeiten, ist das eben so. Was zählt, ist, dass die Leute die Firma



ALEXANDER VALTINOGLER & CO

Companion: digitaler Vermögensmanager

Den komplexen Kryptowährungsmarkt für jeden zugänglich zu machen, ist die Idee hinter Companion. Das Start-up versteht sich als digitaler Vermögensmanager für Kryptowährungen, der Investitionen via App ohne Vorwissen und automatisiert ermöglicht. Kern des Produkts sind kuratierete, laufend optimierte Portfolios verschiedener Kryptowährungen wie Bitcoin, Ethereum, Litecoin u.a. sowie Zukunftsfelder wie Metaverse, Web3, NFTs. Je nach Risikobereitschaft stehen neun Portfolios zur Auswahl.

Der Erfolgsweg: 2019 gründete der 24-jährige Südtiroler Alexander Valtinogoler (CEO, oben Mitte) mit (v. li.) Matthias Zandanel (CTO), Saad Wohlgemann (CMO), Aaron Penn (Lead Developer) 2021 karmen 18 Millionen Euro als Seed-Finanzierung vom deutschen Hightech-Gründerfonds, Florian Gschwandtner, Hansi Hansmann und Frank Westermann. Im April 2022 wurde die Finanzierungsrunde auf 5,5 Millionen Euro aufgestockt. (Neu-) Investor: Wicklow Capital, Andreas Kupke, Moritz Thiele, Michael Pötscher). Das 20-köpfige Team vermarktet Kryptowährungen im Wert von vielen Millionen von Euro und hat laut eigenen Angaben in Österreich Kunden im fünfstelligen Bereich. Tendenz rasch steigend.

weiterbringen“, sagt Valtinogoler. „Wir haben Quartalsziele. Wenn das jemand in drei Wochen schafft, passt es auch. Wir geben den Leuten so viel Freiheit, wie wir können, auch wenn hätten. Wenn du das vorlebst, ziehen die Mitarbeiter nach.“

Damit das Konzept aufgeht, hat er bei der Mitarbeiterauswahl auf gemeinsame Werte geachtet: „Freundschaft und Vertrauen werden bei uns großgeschrieben“, erzählt Valtinogoler. Beim Bewerbungsgespräch habe er sich stets gefragt: „Würde ich mit dieser Person auch gerne Freitagabend Party machen?“, erzählt er. Die außergewöhnliche Grundlage für diese Unternehmenskultur stammt aus dem Buch „Delivering Happiness“ des legendären US-Internetunternehmers Tony Hsieh.

Kollegen zum Feiern

Der Gründer des US-Online-Schuh- und Kleidungsretailers Zappos beschrieb, wie er mit seinen ersten Firmen den Fehler gemacht hatte, Mitarbeiter ausschließlich nach ihren Fähigkeiten einzustellen. „Später hat er darauf geachtet, ob die Leute zusammenpassen. Wollten die miteinander arbeiten und vor allem auch feiern? Das ist wichtig, denn am Ende bist du motiviert, wenn es auch Spaß macht.“ Hsieh führte das Milliarden-Umsatz-Unternehmen Zappos auf dem Höhepunkt als Holokratie, Valtinogoler: „Wir haben wirklich coole Leute, die technisch gut sind, aber auch Leute sind, die miteinander abhängen wollen.“

Einen noch umfassenderen Weg in Sachen Arbeitsplatz geht das Scale-up ready-zor der mit CEO Markus Bernhart. Dort ist die remote first die Devise, was so viel heißt wie: Die rund 100 Mitarbeiter arbeiten quer über Europa verteilt für die rund 10.000 betreuten Unternehmen, die sie mit cloudbasierteren Kassensystemen unterstützen. Das Unternehmen kam mit guten Erfahrungen in der Pandemie. „Wir haben festgestellt, dass diese remote Arbeit sehr gut funktioniert. Und wir haben damit das Problem, die passenden Talente zu finden, gelöst, weil wir europaweit suchen konnten“, sagt Bernhart.

Ein People-Culture-Team sorgt für das Onboarding und startet neue Mitarbeiter mit nötiger Büroausrüstung und Kontakten sowie Kennenlern-Calls aus. Zweimal im Jahr sorgen Companywide Meet-ups für den persönlichen Austausch. Dazu organisiert das Unternehmen Workshops: Wer möchte, kann gemeinsam in der bezahlten Villa in Griechenland eine Woche lang arbeiten. Der Salzburger beschreibt ▶

seine Zeit als Austauschschüler in Austin, Texas, als prägend. „Die Fehlerkultur, wie sie über die Welt denken und sich von Rückschlägen nicht einschüchtern lassen, hat mich fasziniert“, sagt er. „Let’s just try it, diese Mentalität kannte ich nicht.“ Aus seiner Heimat Zell am See ging es zum Studium, zuerst Jus, dann BWL, nach Wien.

Das Unternehmertum hat ihn schon immer gereizt. Lange suchte der Sohn einer Lehrerin und eines Beamten nach einem Partner zum Umsetzen einer Geschäftsidee. Anfang 2015 hörte er von den Plänen von Christopher Fuchs und kontaktierte ihn. Der Rest ist die Erfolgsgeschichte des österreichweiten Marktführers bei digitalen Kassensystemen. Mit Lust auf mehr. „Wir haben im deutschsprachigen Raum eine Million kleine Unternehmer mit bis zu zehn Mitarbeitern, die alle ähnliche Herausforderungen haben. Wir wollen ihnen ihre Probleme abnehmen“, so Bernhart.

”


Wir haben festgestellt, dass remote Arbeit gut funktioniert. Heute sind unsere Mitarbeiter in ganz Europa“

Markus Bernhart

CEO von ready2order löste mit remote first Ansatz die Talente-Suche

Sie sind nie zufrieden

Mit der Zufriedenheit tun sich die Gründer unisono schwer. „Ich weiß nicht, ob das eine Unternehmerkrankheit ist, aber, wenn etwas gelingt, bin ich im Kopf schon weiter und denke an den nächsten Schritt. Das kann auch zack sein“, gibt Valtingojer von Coinpanion zu. Ähnliches sagt Braith: „Ich bin sicher getrieben, das vereint auch viele Gründer.“ Und dann erzählt er von der Flasche Champagner, die sie beim Launch von storebox am 15. Jänner 2016 von einem Verwandten bekommen haben. „Wir haben gesagt, wir öffnen sie lieber später, beim nächsten Meilenstein. Dann haben wir die erste Finanzierungsrunde abgeschlossen und es auch nicht gemacht.“ Selbst nach den 52 Millionen im Vorjahr steht die Flasche noch immer im Kühlschrank.

Genau das mag der Grund sein, warum Gründer wie sie das Zeug haben, künftige Probleme zu lösen. 



MARKUS BERNHART

ready2order: cloudbasiertes Kassensystem

Am Anfang stand die Idee, kleine Unternehmen mit einer cloudbasierten Kassenslösung zu unterstützen. Daraus wuchs eine Kassensoftware für den Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomiebetriebe mit Anbindung zu Kartenlesegeräten, Bondruckern und Bargeld-Kassenladen, die auch Buchhaltung und Warenwirtschaft erleichtert. Neben der Software, die plattformunabhängig und auf mobilen Endgeräten wie Smartphone, Tablet sowie auf PC und Mac läuft, bietet ready2order mittlerweile auch Hardware wie Handheld-Kasse für Kartenzahlungen.

Der Erfolgsweg. Im Jahr 2015 gründeten Principal-Software-Developer Christopher Fuchs und CEO Markus Bernhart ready2order. Das Unternehmen überzeugte Investoren wie Reimann Investors oder Speedinvest. 2020 sammelte ready2order fünf Millionen Euro Risikokapital für europaweites Wachstum ein. Rund 100 Mitarbeiter arbeiten nach dem Prinzip „remote first“ in ganz Europa für die Kunden, rund 10.000 Unternehmer. 2022 ist das Scale-up österreichischer Marktführer bei digitalen Kassensystemen. Die nächste Phase ist die europaweite Expansion zum Top-Finanz-Aggregator.