

Das Porsche-Drama Wie ein Konzern verspielt wird

Geld vom
Nachbarn
Kredite
ohne
Banken

Wirtschafts Woche

24

8.6.2009 Deutschland €3,90



Deutschlands Nobel-Bettler

Wie die Konzerne Steuerzahler plündern

Spezial Mittelstand Das eigene **Hobby zur Geschäftsidee** weiterentwickeln – fünf ganz unterschiedliche Beispiele zeigen, wie es funktioniert.

Wunderland-Erfinder
Frederik (links), Gerrit
Braun Erfolgreichste
Touristenattraktion
Hamburgs



Träume und harte Arbeit

Nicht mal der eigene Zwilling Bruder konnte der Idee anfangs viel abgewinnen, Familie und Freunde reagierten mit Kopfschütteln. Frederik Braun ließ sich davon nicht entmutigen, überzeugte zuerst seinen Bruder Gerrit und dann die Geldgeber: „Ich wollte mir einen alten Kindheitstraum verwirklichen und die größte Modelleisenbahn der Welt bauen.“ Heute ist der Traum Wirklichkeit. Das Miniatur Wunderland, eine Miniwelt mit verschiedenen Landschaften, Eisenbahnen, Autos und Tausenden von klei-

nen Figuren in der Hamburger Speicherstadt, ist mit rund einer Million Besucher pro Jahr die größte Touristenattraktion der Stadt, mehr als fünfeinhalb Millionen Menschen haben die Miniwelt seit der Eröffnung im August 2001 gesehen.

Was für die Braun-Brüder aus Hamburg die Modelleisenbahn, das sind für Sabine Beyer aus dem schwäbischen Bad Friedrichshall Reisen auf die Malediven. Für Jürgen Herrmann und Thomas Breinig aus Frankfurt an der Oder ist es das Tauchen, für Paul Underberg aus dem nord-

rhein-westfälischen Dorsten der Sport. Und Ingo Knarr aus dem bayrischen Landkreis Hof ist leidenschaftlicher Tuner – schon als Jugendlicher hat er sein Auto optisch und technisch aufgepeppt.

Die mittelständischen Unternehmer haben trotz aller Unterschiede eines gemeinsam: Sie haben ihr Hobby zur Geschäftsidee gemacht. Wovon viele träumen, was aber nur wenige versuchen und schaffen, ist das Ergebnis von Kreativität, Fleiß und Beharrlichkeit, gepaart mit Professionalität und harter Arbeit. Die Fähigkeit zum Träumen »

ist genauso wichtig wie eine solide betriebswirtschaftliche Grundlage. Denn der Spaß an der Sache allein reicht nicht. Entscheidend für den Erfolg ist, dass auch andere sich für die Idee interessieren – zuerst potenzielle Investoren, damit sich das Konzept realisieren lässt, und dann Kunden, damit aus der Idee wirklich ein Geschäft wird.

Die Kombination aus Kreativität und betriebswirtschaftlicher Bodenständigkeit vereinen die 42 Jahre alten Braun-Zwillinge nahezu perfekt: Frederik sprüht vor Ideen, ist optimistisch und emotional, sein wenige Minuten älterer Bruder Gerrit eher rational, skeptisch und pessimistisch. Wenn Frederik träumt, holt ihn der große Bruder zurück auf den Boden der Tatsachen. Das war schon so, bevor die beiden mit der Erschaffung ihrer kleinen Welt ihr bis dahin größtes gemeinsames Projekt anschoben.

Die Braun-Brüder hatten schon vor dem Miniatur Wunderland Ideen, mit denen sich Geld verdienen ließ. Ihr Ziel, die größte Micky-Maus-Hefte-Sammlung der Welt aufzubauen, war eher eine Jugend-Marotte – aber der Verkauf der Sammlung brachte das Startkapital für ein eigenes Plattenlabel. „Mit EDM-Records haben wir Techno-Musik in die Charts gebracht und weit über eine Million Platten verkauft“, erinnert sich Frederik stolz.

Genauso erfolgreich war das „Voila“, ein Nachtclub, der in den Neunzigerjahren zu den angesagtesten Adressen Hamburgs gehörte und den die beiden Brüder bis 2000 führten. Der Erfolg als Unternehmer war für die Hamburger Sparkasse (Haspa) der entscheidende Grund, den Brüdern im Sommer 2000 zwei Millionen Mark Startkapital zur Verfügung zu stellen. „Als wir



Reiseunternehmerin Beyer Viele Promis in der 20 000 Namen umfassenden Kundenkartei

„Ich bin bis heute **frei von Bankkrediten** und sehr zufrieden damit, keiner redet mir rein“

mit unserer Wunderland-Idee bei anderen Banken anklopfen, haben die uns nur ausgelacht“, erzählt Frederik Braun. Doch auch die Haspa wollte vorher einen Businessplan sehen: „Ich wusste gar nicht, was das ist, und habe einfach unsere Ideen auf zwei Seiten zusammengeschrieben.“

Das war zwar unkonventionell, reichte aber, um den „sehr netten Berater“ zu überzeugen: „Nach zwei Stunden hatten wir das Geld.“ Heute, räumt Frederik Braun ein,

wäre das kaum möglich – die im Fachjargon als Basel II bezeichneten schärferen Vorschriften für die Kreditvergabe durch Banken würden das nicht erlauben. Den nächsten Kredit von 300 000 Euro für die zweite Ausbaustufe zu bekommen war darum schon schwieriger. Das ist Vergangenheit: „Heute fragen die Banken bei uns an, ob wir noch Geld haben wollen“, freut sich Frederik, „aber wir sind vorsichtig und finanzieren unsere Investitionen nur noch aus den laufenden Einnahmen.“ Insgesamt 8,7 Millionen Euro wurden mittlerweile in der rund 1150 Quadratmeter großen Modelleisenbahn-Anlage verbaut. Die 160 Mitarbeiter erwirtschaften einen Jahresumsatz von rund zehn Millionen Euro.

Sicher war der Erfolg des Miniatur Wunderlandes zu Beginn des Unternehmens keineswegs: „Modelleisenbahnen galten damals als antiquiertes Hobby von Eigenbrötlern“, erinnert sich Frederik. Das Erfolgsgeheimnis des Wunderlandes be-

steht darin, sowohl dieses Klientel zu begeistern, aber auch möglichst viele von denen, die nicht zu den Männern fortgeschrittenen Alters gehören, die ihre Freizeit am liebsten im Modellbahnkeller verbringen, um mit Kelle und Trillerpfeife die Abfahrt kleiner Loks freizugeben.

Das auf mehreren Etagen eines Backsteinspeichers in der Hamburger Hafencity entstandene Wunderland mit den sieben Abschnitten Hamburg, Harz, dem Fantasiestädtchen Knuffingen, den Alpen, Amerika, Skandinavien und der Schweiz schafft es, diese eigentlich unvereinbaren Welten für ein paar Stunden zu einer friedlichen Koexistenz zusammenzubringen. Dass sich Kinder wie Erwachsene und Männer wie Frauen für das Wunderland gleichermaßen begeistern, liegt daran, dass die Braun-Brüder mit ihrem Modellbauteam und den Technikern viel mehr geschaffen haben als eine überdimensionale Gleisanlage.

Zwölf Kilometer Schienen, 2500 Weichen, 1200 Signale, 890 Züge, 14 100 Wagons, 3500 Häuser und Brücken sowie 40 Computer, die alles steuern, sind nur die eine Hälfte der kleinen Welt. Für viele noch faszinierender ist die zu Szenerien arrangierte Umgebung mit 4700 kleinen Autos, fast 300 000 Lichtern und über 200 000 kleinen Figuren. Die computergesteuerte Beleuchtung simuliert in jeweils 15 Minuten »

Nemo-Tauchtouristik-
Gründer Herrmann (links),
Breinig Durchbruch auf
der Messe „Boot“



einen ganzen Tag – inklusive Sonnen- auf- und -untergang. Über im Boden verlegte Drähte fährt eine ganze Armada blau blinkender Feuerwehren, Krankenwagen und Polizeiwagen zu einem Großbrand. In der nachgebauten AOL-Arena jubeln Tausende kleiner Figuren, wenn der HSV ein Tor schießt. Schiffe bewegen sich durch Fjorde.

Dazu kommen kleine Miniaturen, die Kinder kaum bemerken, deren Eltern aber zum Schmunzeln bringen: Demonstranten, die mit Polizisten rangeln. Männer, die geduldig vor einem rot beleuchteten Wohnwagen am Stadtrand warten. Ein junges Liebespaar, das von einem verdeckt im Wald stehenden Spanner in Mönchskutte beobachtet wird. Oder ein Friedhof, bei dem auf Knopfdruck die Grabkammer sichtbar wird.

Fertig ist das Miniatur Wunderland noch längst nicht: Seit dem Frühjahr 2008 baut das Team an einem Flughafen mit 30 richtig startenden und landenden Flugzeugen, die Abschnitte Italien und Frankreich sind in der Planung. „Und vielleicht kommen irgendwann auch Schmalspurbahnen durch den afrikanischen Dschungel und Hochgeschwindigkeitszüge in Japan hinzu“, sagt Frederik Braun.

Ideen sind auch das wichtigste Kapital von Sabine Beyer. Die Gründerin des Reiseveranstalters Stop Over Reisen aus Bad Friedrichshall in der Nähe von Heilbronn



verdient ihr Geld damit, Träume zu verwirklichen. Zum Beispiel den vom romantischen Heiratsantrag bei einem am Strand einer Malediven-Insel servierten Dinner. Wo im Abendlicht, kurz bevor die Sonne langsam im Meer versinkt und just in dem Moment, wenn er ihr den Antrag macht, aus einem Helikopter 1000 rote Rosen auf das verliebte Pärchen regnen. „Wir organisieren das, Anruf genügt“, verspricht Beyer. Auch um die anschließende Hochzeit –

Injoy-Betreiber Underberg Die Unternehmensgründung war eher eine Notlösung

falls der Antrag positiv beschieden wird – kümmert sie sich, inklusive Trauung unter Palmen: „Um die Details kümmert sich ein Hochzeitsplaner.“

„Anruf genügt“ war die Ausgangsidee der 47 Jahre alten Reiseunternehmerin. „Von Touristik hatte ich zwar keine Ahnung, dafür aber eine kaufmännische Ausbildung.“ Gelernt hat Beyer Einzelhandelskauffrau in einem Modehaus in Heilbronn. Nach der Beförderung zur Abteilungsleiterin heiratete sie. Die Hochzeitsreise führte auf die Malediven: „Das war Liebe auf den ersten Blick“, schwärmt sie. Als ihr Sohn drei Jahre alt war, wollte sie wieder arbeiten, „von zu Hause aus und möglichst etwas mit Reisen, denn das war schon immer mein Hobby“. Und etwas, für das kein Startkapital notwendig war. „Ich bin bis heute frei von Bankkrediten und sehr zufrieden damit – so kann mir keiner reinreden.“

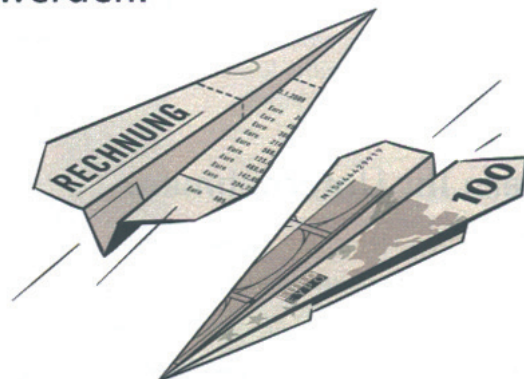
Ihre ersten Kunden waren Freunde und Bekannte, über Mundpropaganda „und ein paar Anzeigen“ gewann sie neue Interessenten. Das war vor 20 Jahren. Heute hat die Unternehmerin einen Kundenstamm mit rund 20 000 Adressen, „viele davon sind Wiederholer“. Auch Promis aus Show, Sport, Politik und Wirtschaft zählen zu ihren Stammkunden – die Schauspielerinnen Ursula Karven zum Beispiel oder der Ex-Fuß-

Wir bieten Ihnen 100%-ige Sicherheit für Ihre Forderungen und sorgen dafür, dass Sie schnell liquide sind. Die SüdFactoring ist eine Tochtergesellschaft der LBBW-Unternehmensgruppe, die in der Mittelstandsfinanzierung eine bedeutende Rolle spielt. Diese Verbindung steht nicht nur für Seriosität und Sicherheit, sondern auch für die enge Verzahnung klassischer Finanzierungsformen mit innovativen Instrumenten, wie der Forderungsfinanzierung.

Für weitere Informationen: Telefon + 49 711 127-772,
www.suedfactoring.de

SÜDFACTORING

Die schönsten Rechnungen sind die, die sofort bezahlt werden.



ballstar Thomas Helmer. Beyer: „Die meisten wollen nicht genannt werden, Diskretion ist in unserem Geschäft notwendig.“

Mit ihren sieben Mitarbeitern gibt sie drei Kataloge heraus, „aber das sind nur Anregungen und Ideen, jede Reise ist handgemacht“. Wie die letztlich aussieht und was sie kostet, hängt von den Wünschen ihrer Kunden ab. Der durchschnittliche Reisepreis liegt bei rund 3500 Euro – die Grenze nach oben ist offen. „Ein flottes Wochenende im Luxushotel auf einer griechischen Insel lässt sich aber auch schon für gut 800 Euro organisieren“, sagt Beyer.

Ihr Geschäftsmodell ruht auf zwei Säulen: „Wir verkaufen auch Reisen anderer Veranstalter und peppen sie mit eigenen Ideen auf, aber der Löwenanteil sind Eigenveranstaltungen.“ Die werden zum Teil auch mit Medienpartnern wie der Glamourzeitschrift „GQ“ gemeinsam vermarktet. Ein Großteil dieser Reisen führt immer noch auf die Malediven. Sabine Beyer kennt jedes Hotel auf den 87 für Touristen freigegebenen Inseln des Urlaubsparadieses im Indischen Ozean. In der deutschsprachigen Tourismusszene gilt die Unternehmerin als die Malediven-Spezialistin.

Sie bekam darum auch den Zuschlag, als ein Schweizer Privatsender nach einer geeigneten Location für die neueste Staffel der Sendung „Supermodel“ suchte – die von Franziska Knappe moderierte, eigenständige Variante von „Germany's Next Topmodel“. Beyer empfahl die Malediven und organisierte für insgesamt 45 Leute – Models, Kamerateams, Maskenbildner, Regisseure und Jury – Flüge und Aufenthalt: „Ein toller Job.“

Die Malediven haben auch Thomas Breinig und Jürgen Herrmann aus Frankfurt an der Oder im Visier – langfristig zumindest. Die beiden sind seit mehr als 40 Jahren begeisterte Hobby-Taucher und haben vor zwei Jahren die Nemo-Tauchtouristik gegründet. Ihre Geschäftsidee: „Wir wollen U-Boote für Touristen bauen und an Veranstalter oder Privatpersonen verkaufen.“ Das Unterwasser-Gefährt ist vier Meter lang, fast zwei Tonnen schwer und bietet zwei Personen Platz. Angetrieben wird es von zwei Elektromotoren.

Der ungewöhnliche Plan entstand vor drei Jahren beim Neujahrstauchen – einer Veranstaltung am Frankfurter Helenensee, einer ehemaligen Braunkohlegrube, am jeweils ersten Wochenende im Jahr. „Ein Bekannter hatte sich mit Material aus dem Baumarkt sein eigenes Klein-U-Boot gebaut und das dort auf den Namen ‚Nemo‘ »

Mittelstandsicher

Adj.: *mittelständisch*: Eigenschaft des Mittelstands, auch unter erschwerten Marktbedingungen erfolgreich zu bestehen; unterstützt von einem zuverlässigen Partner.



Die Deutsche Bank für den Mittelstand.

Die Sprache des Mittelstands sprechen wir seit 139 Jahren. Diese Zuverlässigkeit in einer langfristigen Partnerschaft zahlt sich aus. Denn mittelständische Unternehmen sind weltweit erfolgreich und Motor der deutschen Wirtschaft.

Damit das auch in Zukunft so bleibt, stehen wir Unternehmern und Unternehmen mit innovativen Finanzlösungen und unserer weltweiten Expertise als starker Partner zur Seite. Deshalb vertrauen uns heute mehr als 930.000 mittelständische Kunden und damit jedes vierte Unternehmen in Deutschland – vom Freiberufler über das Familienunternehmen bis zur Aktiengesellschaft.

www.mittelstand.db.com

Leistung aus Leidenschaft.

Deutsche Bank



Leser werben Leser

Jetzt 140,- Euro sichern!

WirtschaftsWoche



Vorteile für den neuen Abonnenten:

- Jeden Samstag die WirtschaftsWoche frei Haus
- Sonderhefte aus der Reihe WirtschaftsWoche Global
- Kostenloser Zugriff auf wirtschaftspresse.biz

Jetzt direkt bestellen unter:
Tel. 018 05 / 99 00 20
(14 U.M. von dem dt. Festnetz, ggf. abw. Preiser von Mobilfunknetzen)
oder www.wiwo.de/lwl

getauft“, erzählt Herrmann. „Aus Spaß“ habe er dann einen Businessplan geschrieben. Dessen Kern besteht darin, Lizenznehmern in aller Welt die Boote, das dazugehörige Betreiberkonzept und die notwendige Ausbildung zu verkaufen.

Der Plan überzeugte auch die Sparkasse Oder-Spree, die gemeinsam mit der Bürgschaftsbank Brandenburg die Anschubfinanzierung über 1,5 Millionen Euro sicherstellte. Anfang September 2008 ging der Prototyp auf Jungfernfahrt – montiert in der Werkstatt eines ehemaligen Autohauses mit Teilen von Zulieferern aus der Umgebung. „Der Durchbruch kam auf der Messe ‚Boot‘ in Düsseldorf im Januar dieses Jahres“, freut sich Herrmann. Zwei Boote sind fest bestellt und angezahlt, für fünf weitere gibt es Verträge mit einem Exklusivhändler in Spanien, „mit etlichen anderen Interessenten verhandeln wir noch“.

Paul Underberg ist schon weiter: Sein Geschäft läuft bereits seit vielen Jahren, obwohl die Unternehmensgründung bei ihm

„Ich wollte Profi-Fußballer werden, aber nach einer Verletzung musste ich umdisponieren“

eher eine Notlösung war. „Ich wollte eigentlich Profi-Fußballer werden, aber nach einer Verletzung musste ich umdisponieren.“ Der heute 53 Jahre alte, ehemalige Leistungssportler wurde zum Sport-Profi – zusammen mit einem Trainer und einem Investor gründete er ein Fitnessstudio im nordrhein-westfälischen Dorsten.

Das war vor fast 25 Jahren. Heute ist Underberg Inhaber der Fitnesscenter-Marke Injoy. Dazu gehören gut 160 Franchise-Anlagen in Deutschland und weitere rund 70 in Österreich und Italien. Hinzu kommt die Inline-Unternehmensberatung, die rund 700 selbstständige Fitnesscenter-Betreiber bei Aus- und Weiterbildung, Betriebsführung und Marketing berät. Sein eigenes Studio betreibt Underberg ebenfalls noch: „Das ist unsere Versuchsküche, hier testen wir neue Ideen und Konzepte.“

Underberg versteht sich heute aber vor allem als Lobbyist und Promoter einer Branche, die qualitativ noch immer Nachholbedarf hat. Als Mitinitiator der sogenannten Fitness-Initiative kämpft er um die Anerkennung von Fitnesstraining als Präventionsmaßnahme und gleichzeitig um eine Verbesserung der Qualitätsstandards. „Am oberen Ende gibt es die Premium-Studios, die sich als Lifestyleanbieter verste-

hen, unten jede Menge Muckibuden ohne jede Qualifikation – in der Mitte gibt es kaum ein professionelles Angebot.“ Underberg will das ändern und gleichzeitig den vielen kleinen Betreibern helfen, sich zwischen den marktbeherrschenden Ketten wie Fitness-First, Holmes Place oder dem Billig-Anbieter McFit zu positionieren.

Auch wenn der Sport längst zum Brot-erwerb geworden ist – den Bezug zur Praxis hat Underberg nicht verloren. Viermal die Woche Kraftsport und Ausdauertraining im Studio, dazu Touren auf dem Mountainbike halten ihn fit. Auch für sein zweites Hobby, den Motorsport: Dazu schwingt er sich hinter das Lenkrad seines Porsche.

Röhrende Motoren sind auch die Passion von Ingo Knarr, der in Naila in der Nähe der bayrischen Stadt Hof seinen TunerShop betreibt. „Schon als Jugendlicher habe ich Autos repariert, als Lehrling verbrachte ich meine Freizeit damit, meinen Scirocco aufzumöbeln.“ Nach der Ausbildung zunächst zum Kfz-Mechaniker und anschließend

zum Lackierer machte Knarr sich 2002 selbstständig. Zuerst eröffnete er eine Lackerei, später kam der Shop dazu. Im Schnitt rund 2000 Euro bringt jeder Auftrag. „Spoiler sind nicht mehr gefragt, wir verkaufen überwiegend Felgen und Reifen, manchmal machen wir was am Sound.“ Prolige Manta-Fahrer gehören nicht zu seinen Kunden: „Wir haben viele Best Ager – Männer, bei denen die Kinder schon aus dem Haus sind.“ Nach Jahren in der Familienkutsche wollten die kein Auto von der Stange mehr fahren.

Den Sprung über die regionalen Grenzen schaffte der heute 40 Jahre alte Unternehmer mit einem Online-Shop: „Ich war von Anfang an im Internet präsent.“ Heute betreibt er neben dem Shop in Naila zwei eigene Niederlassungen in Wien und in Reno im US-Staat Nevada. In Deutschland beschäftigt Knarr mehrere Franchise-Partner. Für die in den Tuner-Shops verbauten Teile hat er eigene Marken, Auspuffanlagen und Felgen lässt er bei Zulieferern fertigen.

Und was fährt er selbst? „Ich habe einen Maserati Biturbo aus den Achtzigerjahren, meine Frau fährt einen Passat Turbo mit Sportfahrwerk und 250-PS-Motor. Bei uns gibt es kein ungetunt Auto.“

hans-juergen.klesse@wiwo.de



Jeder Mensch hat etwas,
das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

was-uns-antreibt.de

Volksbanken
Raiffeisenbanken

