

NEWSLETTER

Inhalt dieser Ausgabe

Sieben OTH-Ausgründungen im Portrait: „Jeder Mensch ist kreativ!“ – Designerkollektiv d-hoch-k mit Hochschulgründerpreis ausgezeichnet ◊ Die Erfinder der Polarfrucht – Philipp Maier und Philipp Hockenberger kreierten den „blauen Drink“ ◊ ines p. und der Mut zu gründen – Das persönliche Schmucklabel ◊ Innok Robotics GmbH – Der Roboter-Baukasten für draußen ◊ Interview mit Timing Architects – „Autonomes Fahren spielt uns in die Karten“ ◊ Laserveredelung aus Obertraubling – „Tausche Oldtimer gegen Laser“ ◊ Android-App Lister – Wenn die Einkaufsliste den Preis kennt ◊ Impressum



Hochschulgründertag 2017

Die vorliegende Sonderausgabe des Newsletters des start-up centers wurde zum Hochschulgründertag 2017 herausgegeben. Wir stellen den Gewinner des Hochschulgründerpreises 2017, das Designerkollektiv d-hoch-k, vor und portraituren weitere sechs Ausgründungen aus der OTH Regensburg. Lassen Sie sich von der Vielfalt der erfolgreich umgesetzten Ideen und den Gründerinnen und Gründern begeistern. Zum Hochschulgründertag wurden auch „start-up Ideenpreise“ vergeben. Mit diesem Preis werden Gründungsideen von Studierenden und Alumni der OTH Regensburg prämiert, die sich noch in der Vorbereitungsphase befinden und die großes Gründungspotenzial haben. 2017 wurden mit dem „start-up Ideenpreis“ ausgezeichnet: Roman Weiß und Benjamin Großmann (Projekt „Exoskelett“), Patrick Zimmer (Projekt Calf-Monitoring) und Susanne Lanzner (Projekt „E-Learning-Plattform „Einfach lernen““). Der „Sonderpreis für Gründungen im sozialen Bereich“ ging an Enactus Regensburg e.V. – einem Verein, in dem sich auch Studierende der OTH Regensburg engagieren.

„Jeder Mensch ist kreativ!“

Designerkollektiv d-hoch-k mit Hochschulgründerpreis ausgezeichnet

Die neue Wohnung ist bezogen und es fehlt nur noch eine Leuchte, die eine angenehme Atmosphäre vermitteln und gleichzeitig den eigenen Stil unterstreichen soll. Aber jeder hat seine eigene Vorstellung davon, was schön ist. Was wäre, wenn man sich diese Leuchte selbst designen könnte? Möglich macht das eine Gründung aus der OTH Regensburg – das Designerkollektiv d-hoch-k hat die Anylamp entwickelt, bei der jeder über eine einfache Online-Anwendung Form, Material und Farbe selbst gestalten und bestimmen kann. Nicht der Designer gestaltet das Produkt, sondern der Anwender selbst.

„Wir wollen visionären Ideen den Weg in die Realität bereiten“, sagt Designer Johann Ziereis, Mitglied im Kollektiv. Im Sommer 2016 machten sich zwei Designer auf die Suche nach Kooperationsmöglichkeiten oder Jobs. Aus den zweien wurden acht – kreative und progressive Industriedesigner, Programmierer, Webentwickler, Visual-Artists, Betriebswirte und Entrepreneur, deren verbindendes Element die Lust am Gestalten ist. Das Kollektiv d-hoch-k arbeitet heute gemeinsam an webbasierten Customisation-Konzepten

und eigenen Produkten, gleichzeitig werden auch Kunden bei der Weiterentwicklung und Realisierung eigener Produktideen unterstützt.

Mit Konfigurator eigene Leuchte designen

Auch bei d-hoch-k hat es neun Monate gebraucht, um das erste Kind zur Welt zu bringen – in diesem Fall die Anylamp. Rund 100.000 Euro Entwicklungsleistung stecken in der kreativen Leuchte, die den Trend der Individualisierung aufgreift und bei der jeder zum eigenen Designer werden kann. „Jeder Mensch ist kreativ und hat eigene Ideen“, so Johann Ziereis. Produktdesigner sollten mit diesem Potenzial arbeiten – deswegen habe man Anylamp auf den Weg gebracht. „Mit dem Konfigurator auf der Website www.anylamp.de kann jeder seine eigene einzigartige Leuchte designen!“ Die Form der Leuchte wird über ein intuitives Interface definiert und in einer live 3D-Vorschau angezeigt. Ist der Kunde mit dem Design zufrieden, startet nach der Bestellung der vollautomatische Fertigungsprozess. „Alle Prozesse und Teile sind standardisiert, dadurch ist es möglich, eine einzigartige Leuchte kostengünstig zu produzieren“, weiß Zie-



Das Designerkollektiv d-hoch-k; von links nach rechts: Matthias Jobst (Wirtschaftsinformatiker), Matthias Seitz (Industriedesigner), Lukas Walzer (Industriedesigner), Willibald Ferstl (Germanist und Pädagoge), Rafael Werner (Medienwissenschaftler und Webdesigner), Markus Pauthner (Industriedesigner) und Johann Ziereis (Diplom-Designer).

reis. Auf der Mailänder Möbelmesse 2017 hat die Innovation eingeschlagen – große Möbelhersteller zeigten Interesse, innerhalb weniger Tage hatte die Website von Anylamp über 100.000 Klicks.

Leuchte gegen Winterdepression

Bei d-hoch-k beschäftigt man sich gerne mit Leuchten. Die Lichttherapieleuchte „Recovery“ schwebt idealerweise wie eine Sonnenscheibe im Raum, sie ist sowohl stimmungsvolles Raumlicht als auch lichtstarkes Therapielicht. Das spezielle Lichtspektrum der Leuchte beugt Symptomen von Müdigkeit und Abgeschlagenheit im Alltag vor, denn gerade in den Wintermonaten kann durch die Verlängerung der Dunkelphasen und die Abnahme der UV-Strahlung eine verminderte Produktion von Vitamin D und die Abbaurate des Schlafhormons Melatonin für viele Menschen zum Problem werden.

„Was wird in 10 oder in 15 Jahren sein?“ Diese Frage stellen sich die Tüftler bei d-hoch-k oftmals. Man ist überzeugt:

Gestaltung kann auch alternativ gedacht werden und so werden gemeinsam mit Kunden visionäre Konzepte und Produktvisionen entwickelt. „Cherry“ ist so eine Vision – eigentlich aber eine Multimediafernbedienung, die als solche nicht erkennbar ist. „Menschen spielen gerne, warum also

D nicht dem Spieltrieb als Inspirationsquelle nutzen und ein Handgerät gestalten, dass Freude beim Berühren vermitteln kann?“ fragt Johann Ziereis.

Weiterentwicklung von Quadro-Coptern

Neben Leuchten ist ein weiteres Steckpferd der Gründer die Weiterentwicklung von Quadro-Coptern. Hier beschäftigen sich die Gründer mit der 3D-Topologie-Optimierung. Der Quadro-Copter „Grown“ beispielsweise wurde in Zusammenarbeit mit Ascending Technologies und EOS entwickelt und wird von ihnen zu Werbezwecken für Additive

Fertigung verwendet. Ein anderes Drohnenkonzept, „Rescuebot“, wurde für den harten Einsatz in widriger Umgebung, wie zum Beispiel bei Katastropheneinsätzen in einem interdisziplinären Team aus

Feuerwehren und Gestaltern entworfen. Hier setzt das geringe Gewicht der robusten Konstruktion Maßstäbe.

Hochschulgründerpreis für d-hoch-k

Neben den vielen Ideen steht das Designerkollektiv derzeit vor neuen Herausforderungen: Der Prozess der Teambildung ist bei so kreativen, aber dennoch unterschiedlichen Persönlichkeiten nicht immer einfach. Es sind viele Ideen vorhanden, jeder Einzelne soll mit seinen Fähigkeiten und Fertigkeiten gleichermaßen berücksichtigt werden und seinen Platz finden. Wer wird sich künftig wie einbringen? Was ist die passende Rechtsform für das Kollektiv? Ein erstes Beratungsgespräch im start-up center Ende 2016 hatte für diese Frage bereits erste Ansatzpunkte gebracht, die es in Zukunft zu konkretisieren gilt, damit das progressive Designerkollektiv sein breites Netzwerk verschiedener Fachbereiche noch stärker zu einem Alleinstellungsmerkmal ausbauen und weitere visionäre Ideen umsetzen kann. Der Hochschulgründerpreis 2017, mit dem das Designerkollektiv von der OTH Regensburg ausgezeichnet wurde, ist sicherlich Motivation, einen weiteren Schritt in diese Richtung zu gehen.

*Text: Brigitte Kauer
www.dhochk.com
www.anylamp.de*

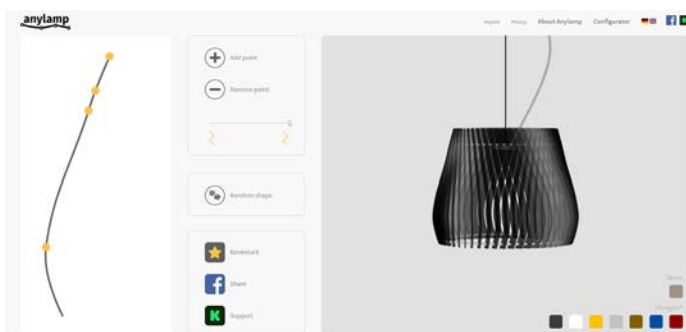


Bild links: Mit dem Web-Konfigurator kann man sich seine eigene „Anylamp“ designen und anschließend bestellen. Bild Seite 1: Werbefoto zur Anylamp.

Die Erfinder der Polarfrucht

Philipp Maier und Phillipp Hockenberger kreierten den „blauen Drink“

Kennen Sie die Polarfrucht? Nein? Das macht nichts, es gibt sie nämlich auch gar nicht. Obwohl, irgendwie doch: in flüssiger Form und eiskalt genießbar. Die Rede ist von minusPOL, einer neuen Spirituose aus Regensburg, die mittlerweile in etlichen Getränkemärkten Süddeutschlands vertrieben wird. Sie schmeckt ein wenig nach flüssigem Eisbonbon und soll angeblich „ewig anders“ sein. Wir haben Philipp Maier und Philipp Hockenberger, die Erfinder des blauen Drinks, getroffen - im Interview erzählten sie von ihren Gründererfahrungen.

Was ist denn so „anders“ an minusPOL?

Das beginnt schon bei der Flaschenform.

Sie ist viereckig statt rund und erinnert an einen Eisblock. Aber vor allem betrifft es natürlich den Geschmack. Während die klassische Spirituosenindustrie mit Wodka und Gin ein wenig eingeschlafen ist, wollten wir die Branche etwas aufwirbeln. Der Geschmack ist fruchtig und gleichzeitig erfrischend, und zwar ohne das üblicherweise verwendete Menthol. Das bietet ganz neue Erlebnisse, auch für Longdrinks oder neue Cocktailvariationen.

Wie kommt man als Student auf die Idee, einen Likör zu entwickeln?

Wir waren beide im Vorstand des Studentenvereins USO e.V. und haben für Partys immer literweise Wodka Ice gemixt, also Eisbonbons in Wodka aufgelöst. Davon gingen schon mal 20 Liter am Abend weg und wir haben uns gefragt, ob dieses Getränk nicht viel mehr Potential hätte. Eine erste Recherche bei Getränkehändlern verlief positiv und so haben wir uns in der WG-Küche zusammengesetzt und mit Aromen und Zusatzstoffen herumexperimentiert.

Geht das ohne Fachkenntnisse?

Ein Bekannter ist Lebensmittelchemiker, der hat uns geholfen. Wir haben 36 Rezepturen gefiltert, bis wir fast schon betriebsblind waren und uns dazu entschieden, auf natürliche Aromen zu setzen. Anfangs haben wir die Ergebnisse im kleinen Kreis getestet, später dann die Meinung von 1.000 Studenten auf einer Veranstaltung eingeholt. 82 Prozent waren begeistert und die meisten fanden es sogar besser als das „Original“ vom USO-Fest.

Im Juni 2015 habt ihr dann mit zwei weiteren Gesellschaftern die heutige UG gegründet. Wo steht ihr heute?

Die Arbeitszeit ist mit der Gründung deutlich angestiegen. Das erste dreiviertel Jahr waren wir eigentlich nur damit beschäftigt, Aufträge abuarbeiten. Wir konzentrieren uns aktuell vor allem auf das Gastrogewerbe und Fachhändler, um den Vertrieb und unsere Marke weiter auszubauen. Finanziert haben wir das selbst, über aufgelöste Sparbücher und Family, Fools & Friends. So kamen die 20.000 € Startkapital zusammen. Heute reinvestieren wir die Erträge zu 100 Prozent in die Firma.

minusPOL
Entdecke die Polarfrucht: Erfrischend. Fruchtig. Anders.



GEHÖRT IN JEDES
GEFRIERFACH

www.minuspol.blue | facebook.com/minuspolblue

Wo wird minusPOL abgefüllt?

Für die ersten 5.000 Flaschen haben wir das selbst gemacht, bei einem Lebensmittelbetrieb in Nürnberg. Da kamen wir aber bald nicht mehr hinterher. Mittlerweile haben wir einen Lohnabfüller aus Niedersachsen und können theoretisch bis zu 30.000 Flaschen in der Stunde produzieren.

Habt ihr bei eurem Gründungsvorhaben Unterstützung bekommen?

Wir wurden von Anfang an vom start-up center der OTH begleitet. 2015 haben wir auch deren Ideenpreis gewonnen. Außerdem hat uns ein Steuerberater geholfen, wenn es z.B. um Zahlungsausfälle ging. Zusätzlich kommen uns Kontakte zu an-

deren Unternehmen zugute. Der Spirituosenmarkt ist zwar hart umkämpft, aber auch ein Dorf, in dem jeder jeden kennt und ein fast schon freundschaftliches Flair herrscht. Man muss aber auch kritisch festhalten, dass technologische Start-ups in Regensburg deutlich stärker gefördert werden als Gründungen in anderen Bereichen. Wir mussten ein halbes Jahr lang von der WG aus arbeiten. Die Stadt bot uns da nicht viel Unterstützung.

Habt ihr Tipps für zukünftige Gründer?

Man muss schon viel Zeit investieren, auch mal eine 60-Stunden-Woche schieben und auf Freizeit verzichten können. Aber man weiß auch, wofür man es tut: Selbstverwirklichung.

Wie ist eure Vision für minusPOL?

Wir denken groß und vorrückt, wollen national und international vertreten sein, die etablierten großen Spirituosenmarken ärgern und den eingeschlafenen Spirituosenmarkt erfrischen. Wir haben auch schon weitere Getränkeideen im Kopf. Erst einmal geht es aber darum, dass wir beide finanziell davon leben können. Während wir bisher alles selbst gemacht haben, wollen wir zukünftig bei der Umsetzung unserer Marketingkonzepte auf externe Unterstützung setzen. Eine GmbH-Gründung ist ebenfalls angedacht.

Kann man minusPOL bald in jedem Supermarkt kaufen?

Kurzfristig noch nicht, weil man über den Einzelhandel zwar schnell hohe Absatzzahlen erreichen, aber auch sehr schnell wieder aus dem Sortiment fliegen kann. Da wir auch in fünf Jahren noch am Markt sein wollen, müssen wir zunächst unsere Bekanntheit steigern. Aber Getränkehändler können minusPOL schon heute ganz normal über den Großhandel bestellen. Aber wir sind eben auch nach wie vor das Start-up von nebenan. Wer bei uns per WhatsApp bestellt, bekommt den Likör im Zweifel sogar von uns vorbeigebracht.

<https://minuspol.blue>

[www.facebook.com/minuspolblue](https://facebook.com/minuspolblue)



Unser Bild in der Mitte zeigt ein Werbeplakat von minusPOL; die Likörflasche ist links abgebildet.

Das Interview führte Martin Sporn.

ines.p und der Mut zu gründen – Das persönliche Schmucklabel

Was mit einer selbstgemachten Kette begann, hat sich in den letzten Jahren zu einer Marke entwickelt und ist immer häufiger auch bei TV-Promis zu entdecken: Wenn Steffi von „The Voice of Germany“ die Wishbone Kette in Gold oder Nazan Eckes von „RTL Explosiv“ die Ethno Love Kette tragen, wenn sich Roberta Bieling während der Sendung „Guten Morgen Deutschland“ mit dem Lederarmband Perfect Summer schmückt, dann hat eine Designerin aus Straubing ihre Hand im Spiel: Ines Huber (geborene Probst) kreierte in Handarbeit stets neue Schmuckstücke. Ihre Ketten, Ringe und Armbänder bestehen ausschließlich aus qualitativ hochwertigen Materialien, wie Echtleder oder Echt Silber, und tragen stets die persönliche Note von Ines Huber und ihren Kundinnen.



Genau hier liegt das Differenzierungsmerkmal des jungen Labels. Im Gegensatz zu anonymer Massenware ist es bei ines.p unter dem Motto „Design by you“ möglich, eigene Wünsche und Designideen einzubringen und zum Beispiel Größe oder Farbe individuell anzupassen. „Ich wollte eine Marke schaffen, die man anfassen kann, mit viel Persönlichkeit von A bis Z“, erklärt die Gründerin.

Ein Konzept, das ankommt.

Gerade zu Weihnachten oder am Valentinstag seien personalisierte Stücke mit individuellen Gravuren sehr gefragt. Das Besondere bei ines.p ist, dass die Gestaltung nicht am Generator, sondern gemeinsam mit der Gründerin im persönlichen Gespräch oder Mailkontakt stattfindet. „Ich erlebe oft, dass Kunden sehr überrascht sind, dass eigentlich fast alles möglich ist in Bezug auf Farbe oder Anhänger“. Der direkte Kundenkontakt sei auch für Huber selbst sehr wichtig, weil auf diesem Weg neue Ideen und eine besondere Kundenbindung entstünden.

Am Schreibtisch entstehen neue Designs

Anonymität soll bei ines.p keine Chance haben. Deshalb lässt Huber ihre Kunden durch Style-Tipps und persönliche Geschichten ganz nah an das Gesicht hinter der Marke heran. Das ist natürlich viel Arbeit, zum Beispiel im Hinblick auf Social-Media-Aktionen. „Es ist sicher mehr als ein 8-Stunden Job, aber es fühlt sich keinen Tag an wie Arbeit“, relativiert Huber. Ihr Tag beginnt normalerweise um 6.30 Uhr mit dem Checken der eingegangenen Bestellungen. Dann folgen Verpackung und Versand, gefolgt von Bürotätigkeiten. Am Schreibtisch entstehen neue Designs und Material wird bestellt. Außerdem kümmert sie selbst um Produktfotos sowie die Pflege des Onlineshops – und beantwortet nebenbei Kundenanfragen oder fotografiert Outfits für den Newsletter. Es sei ihr wichtig, allein und in Eigenregie zu

arbeiten, um ihren persönlichen Stil und die Kontaktpflege aufrecht erhalten zu können.

Leidenschaft zur Schmuckkreation

„Ich fühle mich einfach jeden Tag glücklich, so mein Geld verdienen zu können, meinen Arbeitsalltag so gestalten zu können und das ist Motivation genug!“ Die 29-Jährige studierte an der OTH Regensburg BWL mit Schwerpunkt Marketing. Sie befand sich 2010 im letzten Semester ihres Bachelors, als die Leidenschaft zur Schmuckkreation geweckt wurde. „Ich habe damals im Sommer eine Kette passend zu meinem Dirndl gesucht und natürlich, wie das bei Frauen so ist, keine gefunden, die meinen Vorstellungen entsprach“, schmunzelt Huber. Kurzerhand hat sie Material für eine eigene Kette bestellt und sich an die Arbeit gemacht. Die eigene Mutter wurde kurz darauf zur ersten Kundin.

Attraktives Jobangebot abgelehnt

Obwohl nach dem Abschluss ein Jobangebot von Hugo Boss winkte, entschied sich Ines Huber noch im selben Jahr für die Selbstständigkeit. Paradoxerweise hat ihr dabei eine schlimme Nachricht geholfen. Als die Ärzte bei ihr Multiple Sklerose diagnostizierten, war ihr sofort klar, sich „ab sofort nur noch mit schönen Dingen zu umgeben, mich jeden Tag selbst entfalten zu können und die Möglichkeit zu haben, meinen Alltag meinem gesundheitlichen Tageszustand anpassen zu können“. Obwohl sie ohne diese Krankheit wohl nicht den Mut gehabt hätte, sei sie heute froh, sich das getraut zu haben – auch wenn „andere mit den Augen gerollt haben“. Ganz wichtig sei dabei die Familie gewesen, die sie stetig bestärkt und in Hochphasen auch mal beim Päckchen packen geholfen hätte.

Ines Hubers Schritt zur Selbstständigkeit erforderte vor allem zwei Dinge: Den Mut, das Schicksal selbst in die Hand zu neh-

men und die Fähigkeit, eigene Entscheidungen zu treffen und etwas zu wagen. Geholfen habe dabei die Tatsache, dass auch ihre Eltern selbstständig waren und sie von vornherein um die Vor- und Nachteile einer Selbstständigkeit wusste. Als Huber die ersten Kreationen auf Designmessen in Deutschland und Österreich präsentierte, wurde eine PR-Agentur auf sie aufmerksam und wollte sie sogleich unter Vertrag nehmen. Das damit verbundene vierstellige monatliche Investment war eine der Entscheidungen, die viel Mut erforderte: „Ich habe aber einfach aus dem Bauch heraus entschieden und gesagt, ja! Es wird schon funktionieren und es hat auch funktioniert“. Dennoch brauche man neben Leidenschaft auch einen gewissen Sinn für Realität, um sich nicht zu verrennen.



ines.p

Kontakte zu TV und Printmedien

Diesen scheint Ines Huber gehabt zu haben, denn es erwachsen erste Kontakte zu Fernsehen und Printmedien. Schon bald zeigten sich TV-Prominente wie Frauke Ludowig mit den Schmuckstücken der Marke ines.p vor der Kamera. Die Ketten und Armbänder schafften es auch auf zahlreiche Cover von bekannten Modemagazinen wie z.B. InStyle oder burda. Es dauerte nicht lange, bis Boutiquen und andere Onlineshop-Betreiber auf Huber zukamen, um das Label ines.p in ihr Sortiment aufzunehmen. Heute versendet Ines Huber nach ganz Europa, und zwar nicht nur Schmuck, sondern auch ausgewählte italienische Mode, Accessoires und Taschen. Circa 200 Produkte werden aktuell in verschiedensten Varianten angeboten und mitsamt handschriftlicher Grußkarte verschickt.

www.inesp.de

www.facebook.com/byinesp

Unser Foto oben zeigt Gründerin Ines Huber, das untere Bild eine ihrer begehrten Kreationen.

Manche rollen auf vier oder sechs Rädern durch die Gegend, andere sind auf Ketten unterwegs. Sie transportieren Forschungsinstrumente, dienen als Räumfahrzeug oder versprühen Pflanzenschutzmittel. Die mobilen Serviceroboter von Innok Robotics aus Regenstauf sind vielseitig, robust und für den Außeneinsatz optimiert. Das junge Unternehmen setzt dabei auf ein modulares System: Kunden können sich die Grundfahrzeuge nach Belieben konfigurieren und beispielsweise die gewünschten Aktoren, Sensoren, Antriebe, Akkus, Funkverbindungen oder Aufbauten wählen. Ebenso modular ist auch das passende Software-Framework aufgebaut, so dass sich für nahezu jedes Problem eine individuelle wie alltagstaugliche Roboterlösung finden lässt.

Innok Robotics GmbH Der Roboter-Baukasten für draußen



Gründer Alwin Heerklotz (links) und Alexander Boos.

„Wir hatten festgestellt, dass es für den Außenbereich einfach noch keine wetterfesten Roboter am Markt gab, die einem regelmäßigen Einsatz standhalten“, erklärt Mitgründer Alwin Heerklotz die Idee hinter dem Start-up. „Mit dem Universalroboter Heros bieten wir unseren Kunden die Möglichkeit, schnell und bei transparenten Kosten eine Plattform für Prototypenentwicklung oder Forschungszwecke zu realisieren.“ Der 32-jährige Absolvent der Ingenieursinformatik interessierte sich bereits in der Schulzeit für Robotik. Genauso lange kennt er seinen Freund und Mitgründer Alexander Boos, der Maschinenbau studiert hat. Beide tüftelten schon während des Studiums an der OTH Regensburg an ersten eigenen Ideen und lernten in Forschungsprojekten die Herausforderungen und Probleme der Wirtschaft näher kennen.

Lösungen für Kundenprobleme

Themen wie Lokalisierung, Navigation und Sensorik seien dabei gleichermaßen aktuell wie variantenreich. „Es gibt nicht die eine Standardlösung. Deshalb sehen wir uns als Systemintegrator, der an konkreten Kundenproblemen arbeitet“, so Boos. Mit den Robotern von Innok Robotics würden häufig Forschungsvorhaben oder Pilotprojekte getestet, um eine spätere Serienlösung anzuschließen. Das Unternehmen begleitet dabei den gesamten Prozess auch beratend. Etwa die Hälfte der Abnehmer kommt aus der Wissenschaft, die andere Hälfte aus der Wirtschaft. Vor allem in der Landwirtschaft, auf Feldern und in Gewächshäusern, sind die Heros Roboter im Einsatz.

rechtliche Rahmenbedingungen, Sicherheitsvorschriften und Zertifizierungen stellten die Gründer allerdings vor einige Herausforderungen. Heute wisse man zum Beispiel, dass es vom Prototypen bis zum fertigen Produkt in der Regel doppelt so lang dauere wie von der ersten Idee bis zum Prototypen.

Zahlen im Blick behalten

Von gelegentlichen negativem Feedback in Beratungsgesprächen über die Nominierung für den Innovationspreis 2015 bis hin zum ersten großen Auftrag: Seit der Gründung hätten die beiden jedes erdenkliche Gefühl mindestens einmal durchlebt. „Man muss sowohl das Hochgefühl als auch die Enttäuschungen immer erst etwas sacken lassen, bevor man weitermacht“, hat Boos daraus gelernt. Gründungsinteressierten rät er zu Idealismus – und dazu, immer die Zahlen im Blick zu behalten. Controlling sei von Anfang an sinnvoll und könne schwierige Entscheidungen erleichtern. Überhaupt warnt er davor, Produkte übermäßig perfektionieren zu wollen: „Man sollte hausieren gehen und die Werbetrommel rühren, sobald man etwas hat, das die Kunden brauchen können.“ Insgesamt sei die Arbeit am „eigenen Baby“ sehr befriedigend und mache derart Spaß, dass man schon aufpassen müsse, nicht zu viel zu arbeiten. „Freunde und Familie müssen ‚ihre Zeit‘ manchmal nachdrücklich einfordern“, resümiert Boos.

Finanzierung aus eigener Kraft

Nicht nur an dieser Front sei Kommunikation das A und O. Auch im Betrieb werde alles kommuniziert und die Zeitgestaltung flexibel dem jeweiligen Lifestyle angepasst. „Arbeiten muss Spaß machen, daher binden wir auch Homeoffice mit ein“, ergänzt Boos. Darüber hinaus ist das Unternehmensleitbild ökologisch (man setzt auf Elektroantrieb) und ausschließlich zivil, obwohl es mehrfach anderweitige Anfragen gegeben habe. In Sachen Finanzierung entschieden sich die beiden für ein Wachstum aus eigener Kraft und damit gegen die Aufnahme von Risikokapital. Folglich konnte man „teilweise nicht so schnell agieren, wie man es eigentlich müsste“, gibt Boos zu bedenken. Unterstützung erhielten sie an anderen Stellen, zum Beispiel vom start-up center der OTH Regensburg oder der Hans Lindner Stiftung. Strategisches Ziel sei es, „Vorreiter im Bereich autonomer mobiler Arbeitsmaschinen“ zu werden, bekräftigt Heerklotz. Es ginge verstärkt in Richtung universeller Roboter für Endkunden, die auch in größeren Stückzahlen geliefert werden könnten. Nachhaltiges Wachstum ist nach wie vor das Ziel des Unternehmens.

www.innok-robotics.de

www.youtube.com/user/InnokRobotics

Innok Robotics
Mobile Innovationen

Spezialisierung auf Outdoor-Bereich

Aus der Marktanalyse ergab sich die Spezialisierung auf den Outdoor-Bereich, „weil es einfach noch keinen anderen ernstzunehmenden Marktteilnehmer gab“, erinnert sich Heerklotz. Themen wie die Integration von Software und Mechanik,

Interview mit Timing-Architects „Autonomes Fahren spielt uns in die Karten“

Ich treffe ihn in einem schicken Eckbüro im nagelneuen Glasturm der TechBase in Regensburg. Im obersten Stockwerk bietet sich ein herrlicher Ausblick über die Stadt, von der OTH Regensburg bis hin zu Dom und Donau. Dr. Michael Deubzer ist Mitgründer des Vorzeige-Start-ups Timing-Architects Embedded Systems GmbH, das heute mehr als 50 Mitarbeiter beschäftigt – doppelt so viele wie noch vor einem Jahr. Zahlreiche Preise, darunter der Titel „IKT-Gründung des Jahres 2013“ des Bundeswirtschaftsministeriums, pflastern die Erfolgsgeschichte. Das Unternehmen unterstützt die Softwareentwicklung in der Automobilbranche, um die in Fahrzeugen verbaute Rechenpower optimal nutzen zu können. Namhafte Hersteller und Zulieferer wie VW, BMW, Audi oder Continental nutzen das TA Toolkit für ihre „Embedded Systems“.

Welche Probleme löst Ihr Produkt und wie erklären Sie sich die große Nachfrage?

Es geht im Grunde darum, die nötige Software geschickt auf verschiedene Prozessoren im Auto zu verteilen. In den letzten Jahren wurden die Systeme immer komplexer. Die Verarbeitungstechnologien wurden von ursprünglich einem Prozessorkern auf Multi-Core umgestellt. Wenn wir vom autonomen Fahren sprechen, geht es sogar um Many-Core-Architekturen, das heißt ganze Sets von Multi-Core-Systemen spielen zusammen. Überall stecken Sensoren, von der Lenkung bis zur Bremse wird alles in Wirkketten verbunden.

Und dazu kommen immer mehr Multimedia-Anwendungen, richtig?

Ja, aber es geht eher um Steuerfunktionen: Motorsteuerungen, Airbags oder Fahrerassistenzsysteme müssen im Millisekunden-Bereich reagieren. Neben leistungsfähigeren Computern werden deshalb softwareseitig echtzeitfähige Anwendungen benötigt. Und genau dafür bieten unsere Werkzeuge umfassende Unterstützung, von deren Design bis hin zur Simulation.

Was ist denn Ihr Wettbewerbsvorteil?

Schon vor der Gründung im Jahr 2011 haben mein Mitgründer Martin Hobelsberger und ich an einem entsprechenden staatlich geförderten Forschungsprojekt gearbeitet, im hiesigen Laboratory for Safe and Secure Systems. Das war eine dreijährige Kooperation zwischen der Hochschule unter Leitung von Prof. Mottok und Continental. Weil wir so schon früh die zukünftigen Herausforderungen erkannt hatten, konnten wir uns auf Multi-Core und Echtzeit spezialisieren. Einen richtigen Boost gab uns dann die Tatsache, dass sich alles viel



Gründer und Interviewpartner Dr. Michael Deubzer (links) sowie Gründer Prof. Dr. Martin Hobelsberger

schneller entwickelt hat als gedacht. Eigentlich sollten derart aufwändige Systeme erst 2020 in großem Maßstab kommen. Es kam anders – und wir hatten plötzlich die passende Lösung schon parat.

Sie haben zum Forschungsprojekt promoviert. Blieb denn da überhaupt noch Zeit für eine Unternehmensgründung?

Nun, das waren schon regelmäßig 70-Stunden-Wochen damals. Aber beides ging zum Glück Hand in Hand. Wir haben nebenbei am Businessplan für das Exist Gründerstipendium geschrieben. Glücklicherweise konnten wir dann zum Ende des Forschungsprojekts die Förderung erhalten und nahtlos weitermachen. Wir hatten das Glück, mit dem Partner Continental direkt als erstem Kunden weiterzuarbeiten.



Und von da an ging es nur noch bergauf?

Nein, es war ein permanentes Auf und Ab. Natürlich wurden auch mal Projekte abge sagt. Ich erinnere mich noch an unsere erste Messe, als wir auf der Embedded World in Nürnberg noch eine halbe Stunde vor der Präsentation mit Laptops und feuchten Händen auf Fehlersuche waren. Der detaillierte Businessplan war eine wichtige Roadmap für die ersten 2-3 Jahre. Aus der engen Zusammenarbeit mit Kunden entstanden dann weitere Softwaremodule. Zu den Höhepunkten zählte es, als wir im IT-Speicher neue Räume dazu bekamen oder in der Produktentwicklung unseren ersten Mitarbeiter einstellen konnten.

Welche Probleme waren auf dem Weg zur Selbstständigkeit besonders knifflig?

Zunächst einmal die Frage nach dem finanziellen Aufbau. Anfangs haben wir in unserem Businessplan auch Risikokapital eingeplant, konnten aber aufgrund der ersten Projekte und die Unterstützung durch eine Investition aus meiner Familie

darauf verzichten. Dabei mussten wir natürlich immer darauf schauen, ob man diese oder jene Einstellung wirklich stemmen kann. Eine weitere Schwierigkeit war unser Firmenname. Wir bekamen Post vom Amtsgericht mit dem Hinweis, dass der Ausdruck „Architects“ berufsgruppenspezifisch geschützt und damit unzulässig sei. Als wir dann bei unseren Recherchen entdeckten, dass die Bayerische Landesregierung in ihren Stellenausschreibungen selbst nach „Softwarearchitekten“ sucht, hatte sich das aber ganz schnell erledigt!

Haben Sie alles in Eigenregie aufgebaut?

Im ersten Jahr hat uns vor allem das start-up center der OTH Regensburg stark unterstützt. Dann hat uns das Push-IT-Programm des IT-Speichers gefördert und auch das Netzwerk des Businessplan Wettbewerbs Nordbayern war hilfreich. Die Hans-Lindner-Stiftung, die Steuerkanzlei Düsterlho und Partner – es gab viele Unterstützer. Aber auch mein Vater hat mit angepackt. Als ehemaliger Leiter der Finanzbuchhaltung bei Bosch Bamberg war er uns eine große Hilfe und sitzt auch heute noch im Executive Board.

Was motivierte Sie persönlich, das eigene Unternehmen aufzubauen?

Die Umsetzung der eigenen Vision motiviert hier ungemein, schon fast wie die Beschäftigung mit einem Hobby. Da ist man auch mal bereit, die Nacht durchzuarbeiten. Zudem macht es einfach Spaß mit einem tollen Team von motivierten Kolleginnen und Kollegen an der Umsetzung zu arbeiten und zu sehen, wenn die einzelnen Puzzle-Stücke nach und nach ineinandergreifen. Obwohl wir in einem sehr technischen Fachgebiet agieren, so habe ich das Gefühl mit Timing-Architects einen positiven Beitrag zu unserer Gesellschaft zu leisten – dies gibt viel zurück.

Welche Eigenschaften sollte man zum Gründen mitbringen?

Man braucht dazu auf jeden Fall eine Grundbegeisterung und einen guten Plan, den man auch immer wieder diskutieren sollte. Außerdem ist es sinnvoll, die eigene Idee immer wieder zu pitchen und vorzuzeigen. Das bringt wertvollen Input und führt dazu, dass man viel reflektiert. Sobald man dann wächst, ist es wichtig, die Zusammenarbeit im Team zu unterstützen. Deshalb gibt es bei uns gut ausgestattete Gemeinschaftsräume und immer wieder gemeinsame Teamevents.

www.timing-architects.com
Das Interview führte Martin Sporn.

Laserveredelung aus Obertraubling „Tausche Oldtimer gegen Laser“



Der Start-up Szene wird ja landläufig große Euphorie und ein kollegialer Umgang untereinander unterstellt. Dass jemand allerdings bereit ist, seinen geliebten amerikanischen Oldtimer für die Geschäftsidee zu opfern, ist doch eher ungewöhnlich. Thomas Tessars von Recase GbR hat jedoch genau dies getan und auf seinen Buick Skylark verzichtet, um dem Start-up die erste eigene Maschine zu ermöglichen.

Zusammen mit Kevin Lexen und Sebastian Meyer tüftelt er seit 2015 an der Idee, mit Lasertechnik Oberflächen zu veredeln. Recase bietet seinen Kunden heute hochpräzise Gravuren für unterschiedlichste Materialien und ist dabei zugleich Dienstleister und Produktionspartner. In dem Jungunternehmen mit Sitz in Obertraubling wurden bereits die unterschiedlichsten Gegenstände per Laser individualisiert – vom Baseball über Maschinenteile bis hin zum Sportauspuff.

Individuelle Handyhüllen

Dabei entsprang die Idee aus der Not heraus, fernab von Industriehallen: Tessars brauchte noch ein Geburtstagsgeschenk für seine damalige Schwiegermutter in spe. Weil sie noch keine Handyhülle besaß, er aber kein 08/15-Case von der Stange kaufen wollte, rief er Lexen an. Die beiden kannten sich vom Musikmachen und machten sich daran, mit einem Laser der Fakultät für Architektur an der OTH Regensburg ein individuelles Muster in eine Standardschale zu gravieren. „Es war sehr genau gearbeitet und kam so gut an, dass immer mehr Leute aus dem Bekanntenkreis anfragten, ob wir auch ihnen eine individuelle Handyhülle anfertigen können“, resümiert Kevin Lexen, der als Absolvent des Industriedesigns an der OTH Regensburg für die Gestaltung verantwortlich ist. Der Laser der Fakultät wurde kurzerhand dauerbesetzt, um immer neue Sachen auszuprobieren. „Heute hängt ein Schild über dem Gerät, das exzessive Nutzung verbietet“, grinst Lexen.

Teilnahme am 5-Euro Business

Beim 5-Euro Business Gründerwettbewerb traten die beiden mit den individualisierbaren Handyhüllen an und konnten Sebastian Meyer als Teammitglied gewinnen. Der

BWL-Student mit Schwerpunkt Projektmanagement brachte die fehlende betriebswirtschaftliche Kompetenz mit. Zwar haben Recase das Podium des Wettbewerbs mit Platz vier knapp verfehlt, dennoch kamen den Gründern keine Zweifel an ihrer Idee: „Das lag damals aber vor allem an dem tollen Feedback von unseren ersten Kunden. Immer mehr Interessenten kamen auf uns zu“, verrät Tessars. Der Trend zur Mass Customization kam dem Erfolg des



Unternehmens dabei entgegen – und so haben die Jungs den ersten eignen Laser angeschafft und im Keller eines Freundes herumexperimentiert. Dabei gab es anfangs kaum eine Trennung zwischen Arbeit und Privatleben.

iPhone-Hülle für Bryan Adams

Über eBay Kleinanzeigen mieteten die Jungs dann eine Industriehalle in Regensburg an und konnten endlich regelmäßige Arbeitszeiten einführen. Mit dieser Professionalisierung des Start-ups änderten sich auch die Aufträge und man entfernte sich von der recht aufwändigen B2C-Produktion von Handyhüllen immer mehr Richtung B2B-Geschäft und kam damit auch zu höheren Stückzahlen. Außerdem begannen die drei, weitere Gegenstände zu veredeln, mit Schwerpunkt auf Metallen. Ob Demonstratoren für Continental, Tuningteile für Harley-Davidson Motorräder oder Bierhumpen für die Brauerei Spital – das Portfolio ist recht vielseitig. „Ganz besonders stolz sind wir allerdings auf unsere iPhone-Hülle für Bryan Adams. Wir haben seine erste Gitarre eingraviert und ihm die Telefonhülle geschenkt“, schwärmt Lexen.

Gegenüber Geschäftskunden profitiert Recase vor allem von zwei Dingen. Einerseits könne man mit der Lasertechnik auch

unebene Flächen und Materialien gravieren – und das deutlich schneller und bei geringeren Umstellungskosten als das z.B. beim Stanzen der Fall wäre. Andererseits käme das wirtschaftliche Umfeld in Regensburg mit vielen Automobilzulieferern dem Geschäftsmodell entgegen, so die Gründer.

Austausch mit anderen Start-ups

Was wie eine durchgehende Erfolgsstory klingt, war allerdings auch von Rückschlägen begleitet. So führte man zum Beispiel ein halbes Jahr lang Preisverhandlungen mit einem Auspuffhersteller über eine Großserie und scheiterte in letzter Sekunde an deren zweitem Geschäftsführer. „Wir sagen uns dann: Irgendwann klappt's. Wir bekommen so viel positives Feedback von unseren Kunden. Außerdem ist es unheimlich motivierend, ein eigenes Teil zu schaffen und sich selbst verwirklichen zu können.“ Ganz unabhängig vom Ausgang lerne man unheimlich viel daraus, plötzlich mit Geschäftspartnern aus der Chefetage oder dem oberen Management zusammensitzen und über Jahresproduktionen zu verhandeln, meint Tessars. Außerdem sei es immer wieder hilfreich, sich mit anderen Start-ups und Geschäftsführern auszutauschen.

Der Mix aus Freundschaft und Arbeitsverhältnis ist natürlich nicht immer einfach. Bei den Recase-Gründern setzt man vor allem auf einen ehrlichen und direkten Austausch. Die Arbeitszeiten würden recht locker gehandhabt, wobei man eher zu viel als zu wenig arbeite. Eine gewisse Wertschätzung solle die Unternehmenskultur von Recase am Ende des Tages auszeichnen.



Der Name Recase ist ein gut gehütetes Geheimnis. Er steht heute für Regensburg und die Tatsache, dass man für viele Anwendungsfälle die richtige Lösung anbietet. Doch die Gründer verraten den eigentlichen Ursprung: „Zugegeben, er stammt aus unserer Anfangszeit, als es ausschließlich um Handyhüllen ging. Wir haben damals Holzausschuss eines Gitarrenbauers recycelt, daher das ‚Re‘.“ Eines ist klar: Die Gründer wollen langfristig von ihrem Unternehmen leben können – und sie befinden sich auf einen guten Weg dahin. Schon jetzt ist die Firma profitabel genug, um den verkauften Oldtimer von Tessars Stück für Stück zurückzahlen zu können. Und wer weiß – der nächste Wagen wird vielleicht schon von selbstgeschaffenen Gravuren geschmückt.

www.recasepage.com
www.facebook.com/recasepage

Android-App Lister – Wenn die Einkaufsliste den Preis kennt



Der Nutzer soll im Mittelpunkt stehen. So einfach klingt die Unternehmensphilosophie von Benjamin Glatzeder, dem Entwickler der erfolgreichen Einkaufslisten-App „Lister“. Doch es steckt mehr dahinter, als man auf den ersten Blick vermuten mag. Was Lister von den dutzenden anderen Einkaufs-Apps unterscheidet, seien „die Gedanken, die in die App gesteckt wurden. Alles geht ein wenig einfacher und schneller“, behauptet der Landshuter und ehemalige OTH-Student.

Und tatsächlich: Beim Testen der App merkt man schnell, wie durchdacht sie ist. Mit wenigen Klicks lässt sich eine Stammliste mit Artikeln erstellen, die man anschließend immer wieder verwenden kann. Eine Autovervollständigung hilft beim Eintippen. Design und Anordnung lassen sich nach Belieben anpassen. Das Highlight ist jedoch, dass sich das Layout des favorisierten Supermarkts einprogrammieren lässt. Hat man das einmal gemacht, zeigt die App alle Artikel exakt in der Reihenfolge an, in der man sie im Laden antrifft. Das spart das lästige Umkehren und Suchen und damit Zeit. Noch praktischer wird Lister dadurch, dass sich Rezepte von Plattfor-

men wie „chefkoch“ oder „nurkochen“ ohne Aufwand importieren lassen. Wem das Smartphone beim Shoppen zu umständlich ist, kann sich die Liste sogar auf einer Smartwatch anzeigen lassen.

Permanente Weiterentwicklung der App
„Mein wichtigstes Ziel war nie, viel Geld zu verdienen, sondern den Usern das zu geben, was sie wollen“, betont Glatzeder. Während andere Entwickler nach ein paar Jahren oft die Lust an ihren Projekten verlieren, verbessert er seine App seit 2011 kontinuierlich weiter. Von der Liebe zum Produkt allein kann man aber natürlich nicht leben: „Ich habe die App anfangs kostenpflichtig angeboten und später mit In-App-Käufen gearbeitet“, berichtet der 27-Jährige. Dies sei allerdings kein tragfähiges Modell, da es keine kontinuierlichen Einnahmen sichere.

Auch Werbeplätze ließen sich nur bei gigantischen Nutzerzahlen sinnvoll vermarkten – und auch das verbunden mit einem hohen Aufwand. Vielversprechender seien bezahlte monatliche Abonnements oder Erträge aus Provisionen. Da erstere aufgrund der vielen kostenlosen Konkurrenz-Apps nicht realisierbar sind, setzt Glatzeder auf die Kooperation mit dem Berliner Start-up scondoo. Diese beschert ihm ebendiese Einnahmen – und bringt den Nutzern sogar weitere Vorteile. Durch die Integration des Dienstes bietet Lister nun ein ladenunabhängiges Rabattsystem, das direkt mit den Einkaufslisten verknüpft wird. Die User werden über passende Aktionen informiert, reichen nach dem Kauf den Kassenzettel ein und erhalten Bargeld erstattet.

Gründung der Lister Studios UG

All das wäre nicht möglich, wenn Glatzeder die eigentliche Anfangsidee weiterverfolgt hätte: „Ich wollte damals eigentlich eine Cocktail-App erstellen. Im zweiten Semester, zusammen mit einem Freund, der ebenfalls Informatik an der OTH Regensburg studierte“. Um zu wissen, welche Zutaten man für die Hausbar benötigt, entstand unabhängig davon eine Einkaufsliste. Im Gegensatz zur Cocktail-App hatte die Potential und entwickelte sich zu Lister.

Obwohl es damals keine monetären Förderprogramme für digitale Produkte gab, blieb Glatzeder am Ball. Er meldete 2014 erst ein Einzelunternehmen an und gründete im Oktober 2016 die haftungsbeschränkte Lister Studios UG. Die größten Hürden lauerten aber nicht auf rechtlicher, sondern eher auf technischer Seite: „Als Dropbox von heute auf morgen seinen Drittanbieter-Dienst zur Synchronisation einstellte, musste ich auf eigene Server ausweichen“, erinnert sich Glatze-

der. Während es für die Nutzer selbstverständlich war, ihre Listen auch weiterhin auf allen Geräten nutzen zu können, gab es viel Arbeit für das Ein-Mann-Unternehmen. Die Motivation für sein Engagement zieht der Programmierer dabei immer wieder aus den positiven Rückmeldungen, die ihn über den Google Play Store oder per E-Mail erreichen.

Neutralität der App gewahrt

Das ist auch der Grund, warum er seine Nutzer vor ungewünschten Einflüssen schützen will. Als er aus Belgien ein Kooperationsangebot der Supermarktkette Carrefour erhielt, fühlte er sich geschmeichelt, lehnte aber mit Blick auf die Neutralität seiner App ab. Statt sich mit den Onlineshops großer Unternehmen zu vernetzen, versucht Glatzeder, regionale Geschäfte für eine Zusammenarbeit zu gewinnen. Auch zukunftsweisende Dienste wie etwa „ein Wetterwarner oder die automatische Lieferung aller Zutaten eines Rezepts“ hält er für möglich. Wichtig sei ihm dabei auch der Datenschutz seiner Kundinnen und Kunden: „Die Daten gehören den Kunden. Sie werden nicht verkauft. Sie werden noch nicht einmal für interne Zwecke ausgewertet“, verspricht Glatzeder. Einige entsprechende Angebote von interessierten Firmen musste er schon zurückweisen, gibt er auf Nachfrage an.



100.000 Nutzer monatlich

Seine Kunden danken es ihm mit hervorragenden Bewertungen im Play Store. Rund 100.000 Menschen nutzen seine App im Monat. 20.000 Unique User hat er am Tag. Die meisten kommen aus dem deutschsprachigen Raum. Trotz des Erfolgs würde Glatzeder mit einer neuen App einiges anders machen: „Weil man unheimlich viele Nutzer benötigt, um wirklich Geld zu verdienen, würde ich mit einem guten Prototyp sehr früh Investorengeld einsammeln“, rät er. Auch würde er so ein Projekt nicht mehr nebenher, sondern direkt in Vollzeit angehen. Man müsse in Vorleistung gehen, um noch viel schneller zu wachsen. Lister wächst dagegen auch ohne Investoren weiter. Eine iPhone-Version ist geplant. Und sicher gibt es auf Glatzeder's Handy eine Liste mit vielen weiteren, noch geheimen Weiterentwicklungen.

www.lister-studios.com

Foto: Gründer Benjamin Glatzeder

Impressum

Herausgeber:
start-up center der OTH Regensburg
Prof. Dr. Patrick Saßmannshausen
Leiter start-up center

Idee, Konzept und Umsetzung:
Brigitte Kauer M.A.
start-up center der OTH Regensburg

Seybothstraße 2, 93053 Regensburg
www.oth-regensburg.de/startup
startup@oth-regensburg.de

Texte: Martin Sporn und Brigitte Kauer
Titelfoto: d-hoch-k
Alle weiteren Fotos stammen von den jeweiligen Gründerinnen und Gründern.