

Inhaltsverzeichnis

Teil I Einführende Kapitel

1	Einleitung: Fallstudien zu Gründerpersönlichkeiten in Deutschland	3
	Annette Hoxtell und Volker Hasewinkel	
1.1	Die Fallstudien	3
1.2	Das Gründungsgeschehen in Deutschland	6
1.3	Gründungshauptstadt Berlin	9
1.4	Innovationsmotor Startups	10
1.5	Finanzierungsmöglichkeiten	11
	Literatur	14
2	GründerInnen und EntrepreneurInnen – Begriffe, Charakteristika, Typen von Gründungen	17
	Volker Hasewinkel	
2.1	Management Summary	17
2.2	Begriffsbestimmungen	19
2.2.1	GründerInnen	19
2.2.2	EntrepreneurInnen und Entrepreneurship	19
2.2.3	Bedeutung von EntrepreneurInnen	23
2.2.4	Transformationale vs. Subsistenz-UnternehmerInnen	23
2.2.5	Risiken für GründerInnen	24
2.3	Persönlichkeit und Charakteristika von GründerInnen	25
2.3.1	Motivation	25
2.3.2	Competencies / (Charakter-)Eigenschaften	26
2.3.3	Kultur, Werte und Einstellungen	27
2.3.4	Erfahrungen und Lebensalter, Kenntnisse und Fähigkeiten	28
2.3.5	Frauen als Gründerinnen	29
2.4	Entwicklungsphasen und Typen von Gründungen	30
2.4.1	Entwicklungsphasen im Gründungsprozess	30
2.4.2	Typen von Gründungen	31

2.4.3	Start-Ups: Innovationsgetriebene Gründungen – transformationale Unternehmer	32
2.4.4	Imitierende Geschäftsmodelle und KMU	34
2.4.5	Freiberufliche Selbständigkeit	35
2.4.6	Sozialunternehmertum	35
2.4.7	Kulturunternehmertum	37
2.4.8	Nachhaltigkeitsunternehmertum (sustainability entrepreneur- ship) und nachhaltige Unternehmensführung	37
2.5	Fazit	38
	Literatur	39

Teil II Fallstudien: Alter bei Erstgründung bis 24 Jahre

3	Sebastian Wendt – Mehrfachgründungen im ländlichen Raum	45
	Elisabeth Baier	
3.1	Der Gründer Sebastian Wendt	45
3.2	Vom Hörsaal zum Mehrfachgründer: Die wichtigsten Stationen.	46
3.2.1	Studium und Einstieg ins Berufsleben	47
3.2.2	Die Gründung und der Aufbau der KWest GmbH	48
3.2.3	Nach einem kurzen Abstecher zur zweiten Unternehmensgründung	49
3.2.4	Die Gründung und der Aufbau der crispAudio GmbH	49
3.2.5	Unternehmensgründungen im ländlichen Raum	50
3.2.6	Die Standortwahl	52
3.2.7	Herausforderungen bei Unternehmensgründungen im ländlichen Raum	53
3.3	Über das Gründerdasein: Von Teamspirit und Unternehmergeist sowie den Herausforderungen im Leben eines Gründers.	54
3.3.1	Gründungen im Team	54
3.3.2	Der Gründer als Unternehmerpersönlichkeit	54
3.3.3	Herausforderungen im Leben eines Unternehmensgründers	55
3.4	Methodische Herangehensweise	56
3.5	Unternehmenssteckbriefe	57
	Literatur	59
4	Thomas Hoppe und Schülerkarriere GmbH	61
	Fabienne Seifert	
4.1	Der Gründer Thomas Hoppe	62
4.2	Die Gründung der Schülerkarriere GmbH	62
4.3	Die Neugründung	64
4.4	Zukunftspläne	65
4.5	Empfehlungen des Unternehmers an potenzielle GründerInnen	67

4.6 Die wichtigsten Punkte bei einer Gründung in Kürze	69
4.7 Methodisches Vorgehen	71
4.8 Unternehmenssteckbrief	72
Literatur	73

Teil III Fallstudien: Alter bei Erstgründung 25 bis 34 Jahre

5 Mario Schulz, Bio-Unternehmer	77
Volker Hasewinkel	
5.1 Der Gründer Mario Schulz	77
5.2 Wie wird man eigentlich Unternehmer?	78
5.2.1 Der Marktstand	78
5.2.2 Der Großhandel für Naturwaren	79
5.2.3 Die Wendepunkt-Rede	80
5.3 Innovation und Expansion im Einzelhandel: Eat Organic	
Bio-Supermärkte	81
5.3.1 Gründungsphase	81
5.3.2 Expansion	82
5.3.3 Insolvenz	84
5.4 Neuanfang	84
5.4.1 Einzelhandel mit Bio-Tierfutter	84
5.4.2 Produktion von Bio-Tierfutter	85
5.4.3 Vertriebswege	86
5.4.4 Kapazitätserweiterung	87
5.5 Motivation	87
5.6 Methodik	88
Literatur	89
6 Olaf Nieder und die Nieder-Kuhl GbR	91
Jenny Amelingmeyer	
6.1 Der Gründer Olaf Nieder und der Weg zur Gründung der	
Nieder-Kuhl GbR	92
6.1.1 Der persönliche Hintergrund	92
6.1.2 Der Gründungsimpuls	92
6.1.3 Das Gründungsteam	93
6.1.4 Die Gründungspromotoren	93
6.1.5 Die Gründungsvorbereitung	94
6.2 Die Geschäftsfelder der Nieder-Kuhl GbR	94
6.2.1 Steckbrief der Nieder-Kuhl GbR	94
6.2.2 Der Cava-Handel „Cava-Contor“	95
6.2.3 Die Tapas-Bar „La barra“	97
6.2.4 Die Nebentätigkeit „Gastronomie-Dozent“	98

6.2.5	Das Event-Angebot „Tapas-Kochkurse“	99
6.2.6	Der Online-Supermarkt „El Mercado“	100
6.3	Die Herausforderungen und wichtige Erfolgsfaktoren	101
6.3.1	Die Anpassung der Geschäftstätigkeit an die jeweilige persönliche Situation und die persönlichen Stärken	101
6.3.2	Das Zusammenspiel im Gründerteam	102
6.3.3	Der Aufbau eines tragfähigen Netzwerkes	102
6.3.4	Die Bereitschaft zur stetigen Weiterentwicklung und Verbesserung	102
6.3.5	Die Flexibilität mit Blick auf externe Risiken und Chancen	103
6.4	Der Status quo und die Zukunftspläne	103
6.5	Methodik	104
	Literatur	105
7	Mirko Skroch und die UniGlow Entertainment GmbH	107
	Ida König, Tamara Vopel und Philipp Schaller	
7.1	Der Gründer Mirko Skroch	108
7.2	Ein unerwarteter Erfolg während des Studiums	108
7.3	GbR, GmbH oder UG – das ist hier die Frage	110
7.4	Irrungen und Wirrungen auf dem Weg zu einem tragfähigen Geschäftsmodell	111
7.5	Dynamische Teamentwicklungsprozesse	112
7.6	Freud und Leid des Gründens im ländlichen Raum	114
7.7	Vom Wert des unternehmerischen Denkens und Handelns	115
7.8	Unternehmenssteckbrief	117
	Literatur	118
8	Sebastian Friedrich, Sebastian Schröder und Marko Jakob und die TinkerToys GmbH	119
	Alexander Knauer und Volker Tolkmitt	
8.1	Die Gründer Sebastian Friedrich, Sebastian Schröder und Marko Jacob	120
8.2	Der Countdown	120
8.3	Die Gründung	122
8.3.1	Von der Idee bis zum Geschäftsmodell	122
8.3.2	Von der Ideentestung zum Unternehmen	123
8.4	Erste Phase der Neuorientierung: Von B2C zu B2B	125
8.5	Herausforderungen des Marktes	129
8.6	Zweite Phase der Neuorientierung: Lizenzen für digitale Bildung	130
8.7	Vorgehensweise	133
	Literatur	134

9	Christopher Grätz und die Invesdor INV AG	137
	Nick Dimler	
9.1	Der Gründer Christopher Grätz	138
9.2	Idee und Unternehmensgründung	138
9.3	Geschäftsmodell	140
9.4	Entwicklung des Unternehmens nach der Gründung	143
9.5	Zukunftspläne	144
9.6	Entstehung der Fallstudie	146
	Literatur	147
10	Kristina Wilms und die Arya mHealth UG	149
	Anna Riedel	
10.1	Die Gründerin Kristina Wilms	149
10.2	Die Arya App	150
10.2.1	Motivation zur Gründung	150
10.2.2	Historie	151
10.2.3	Herausforderungen und Hürden	152
10.2.4	Ausblick	153
10.3	Methodik	154
10.4	Unternehmenssteckbrief	155
	Literatur	156
11	Daniel & Lisa Koppe und die dk Moebelschmiede (Einzelunternehmen)	157
	Kareen Schlangen und Lutz Göcke	
11.1	Die Gründer Daniel und Lisa Koppe	158
11.2	Die Gründungsgeschichte	159
11.3	Das Jungunternehmen	160
11.4	Die Mehrfachgründer	162
11.5	Das Arbeiten und Wirken als Ehe- und Unternehmerpaar	165
11.6	Resümee und Ausblick: Zwei Gründer, fünf Jahre, sieben Ideenkonzepte	167
11.7	Unternehmenssteckbrief	169
	Literatur	169
12	Matthias Wilrich und die Lesara AG	171
	Martin Pätzold	
12.1	Der Gründer Matthias Willrich	171
12.1.1	Das Gespräch	172
12.1.2	Die Zeit an der WHU	173
12.1.3	Der Weg zum Gründerdasein	174
12.2	Das Unternehmen: Lesara AG	176
12.2.1	Besonderheiten des Geschäftsmodells	176
12.2.2	Unternehmenssteckbrief	176

12.2.3	Awards und Auszeichnungen	176
12.2.4	Ein kritischer Rückblick	178
12.2.5	Herausforderungen der Gründung	179
12.3	Charaktereigenschaften eines Gründers	181
12.3.1	Vor- und Nachteile der Selbstständigkeit	181
12.3.2	Typische Persönlichkeitsmerkmale	181
12.3.3	Der Alltag als Chief Operating Officer	182
12.3.4	Zukunftspläne: Rückkehr in ein „klassischeres“ Unternehmen?	183
12.4	Die Zukunft von Start-Ups im Allgemeinen	184
12.4.1	Berlin als Stadt der Gründer	184
12.4.2	Start-Ups als neuer Status Quo der Wirtschaftswelt	185
12.5	Methodik	186
	Weiterführende Literatur	187
13	Patrick Dehner und die xpomaker GmbH & Co. KG	189
	Patrick Haag, Stefan Luppold und Patrick Dehner	
13.1	Der Gründer Patrick Dehner	189
13.2	Die Story des Unternehmens	190
13.2.1	Die Ausgangssituation	190
13.2.2	Die Aufgabe	190
13.2.3	Der Lösungsansatz	191
13.2.4	xpomaker nimmt Fahrt auf	192
13.2.5	Finanzierung gesichert, Vertrieb gestartet, und dann...?	193
13.3	Die Story des Entrepreneurs	194
13.3.1	Die Ausgangssituation	194
13.3.2	Seine Motivation	195
13.3.3	Die Herausforderungen	195
13.3.4	Spannende Entscheidungen mit Tragweite	196
13.3.5	Rückkehr ins Unternehmen	198
13.3.6	Rückblick und Learnings	199
13.3.7	Ausblick	200
	Literatur	201
14	Jule Lietzau und die TorfHub UG	203
	Julia Senft und Jule Lietzau	
14.1	Die Gründerin Jule Clara Lietzau	204
14.2	Der Gründungsgegenstand: ein Coworking-Space im ländlichen Raum	205
14.3	Latenz- und Problematisierungsphase	206
14.3.1	Vom Alltagsproblem zur Geschäftsidee	206
14.3.2	Der Weg zur Unternehmerin	207
14.3.3	Gründen, damit andere sich entfalten können	209

14.4	Entstehungs- & Justierungsphase.	210
14.4.1	Per try-and-error zur Gründung.	210
14.4.2	Insistieren auf ambitionierten Zielen.	211
14.4.3	Erfolgsfaktoren.	213
14.5	Stabilisierungs- und Ausbreitungsphase.	216
14.6	Methodik.	217
14.7	Unternehmenssteckbrief.	218
	Literatur.	219
15	Andreas Jan Jaszcuk und Schaufenberger – eine Marke der atnovo GmbH.	221
	Johanna L. Degen	
15.1	Die doppelte Sozialisation: Der Gründer Andreas Jan Jaszcuk.	221
15.2	Von der Konzern-Karriere zur Gründung: Ein (jahrelanger) Prozess. ...	223
15.3	Opting-out und Opting-into...? Die Bedeutung der Selbstständigkeit. ...	226
15.4	Theoretische Überlegungen: Gründung als Selbstaktualisierung.	230
15.5	Didaktische Fragen.	230
15.6	Unternehmenssteckbrief.	231
	Literatur.	231
16	Jessica Baschin – selbstständige Schornsteinfegerin.	233
	Annette Hoxtell	
16.1	Die Gründerin Jessica Baschin.	233
16.2	Per Zufall zum Traumberuf.	234
16.3	Zur Selbstständigkeit in der Elternzeit.	236
16.4	Anfangshürden.	237
16.5	Glücksfall Geselle.	239
16.6	Vorgehen.	240
16.7	Unternehmenssteckbrief.	241
	Literatur.	241
Teil IV Fallstudien: Alter bei Erstgründung über 35 bis 44 Jahre		
17	Silke Neumann und die BUREAU N GmbH.	245
	Uwe Rössler und Silke Neumann	
17.1	Die Gründerin Silke Neumann.	245
17.2	Der Weg zur Gründerin.	246
17.3	Berlin und die Kunst – eine Einordnung.	247
17.4	Die Unternehmensgründung.	248
17.5	Das Unternehmen.	250
17.6	Die Pandemie-Zeit.	254
17.7	Methodik.	254
	Literatur.	255

18	Victoria Sherwin und Aleksej Bugaev – VIVIRY GmbH	257
	Volker Hasewinkel	
18.1	Die Gründer Victoria Sherwin und Aleksej Bugaev	257
18.1.1	Gespräch am Unternehmenssitz	257
18.1.2	Perestroika, die Katastrophe von Tschernobyl und ein unternehmerisches Vorbild	258
18.1.3	Ein schwerer Anfang in Berlin	259
18.1.4	Die Gründerin Victoria Sherwin	259
18.1.5	Der Gründer Aleksej Bugaev	260
18.2	Die Unternehmensgründung der Mutter und der Übergang in die eigene Selbständigkeit	260
18.2.1	Ein Laden für Abendmode als Familienangelegenheit	260
18.2.2	Aufbau eines Online-Shops	262
18.3	Der erste eigene Laden	263
18.3.1	Der Laden in Hannover	263
18.3.2	Die Entscheidung für die Selbständigkeit	263
18.4	Expansion und Professionalisierung	265
18.4.1	Die nächsten Läden und neue Erfahrungen	265
18.4.2	Neues Corporate Design, neuer Name, neue Läden – und einheitliche Prozesse	265
18.4.3	Verbesserung der Supply-Chain	266
18.4.4	Aktualisierung der Rechtsform und Weiterentwicklung der Unternehmensphilosophie	268
18.4.5	Weitere geplante Läden – und die Corona-Krise	269
18.4.6	Zukunftspläne	271
18.5	Methodik	271
	Literatur	272
19	Joris van Velzen und die Baikal Getränke GmbH	275
	Annette Hoxtell	
19.1	Der Gründer Joris van Velzen	275
19.2	Leitmotiv Freude	275
19.3	Der Weg zum Brausefabrikanten	276
19.4	Die Gründung und das Produkt	278
19.5	Herausforderungen und Unterstützung	280
19.6	Chancen	281
19.7	Vorgehen und Methodik	281
19.8	Unternehmenssteckbrief	283
	Literatur	284

20 Karl Andersson, Erik Södergren und Ulf Skagerström – Matsmart in Scandinavia AB	287
Hanna Nüßing	
20.1 Per Zufall zum Gründer – Ulf Skagerström und der Gründungsprozess von Matsmart	287
20.1.1 Aus einer Idee wird Matsmart	288
20.1.2 Kunden lieben die Kombination aus geretteten Lebensmitteln und gespartem Geld	289
20.1.3 Die persönlichen Stärken des Gründerteams und ihre Erfolge	291
20.1.4 Weiterentwicklung von Matsmart	292
20.2 Matsmart und Motatos – das Unternehmen heute	292
20.3 Der Markteintritt in Deutschland	293
20.4 Zukunftspläne	296
20.5 Methodik	296
20.6 Fragen zur Fallstudie	297
Literatur	297

Teil V Fallstudien: Alter bei Erstgründung 45 bis 54 Jahre

21 Dagmar Mahnel – Windeln.de SE und mimeno GmbH	301
Andrea Rumler	
21.1 Die Gründerin Dagmar Mahnel	301
21.2 Die Gründung von Windeln.de	303
21.3 Business Angel bei GoBeyond Investing	305
21.4 mimeno App	305
21.5 Persönliche Erfahrungen aus den Gründungsvorhaben	308
21.5.1 Gender und Diversity im Gründungsteam	308
21.5.2 Die Suche nach Venture Capital – als Startup und als ältere Gründerin	309
21.5.3 Weibliche Entrepreneure und Familie	310
21.6 Methodik	311
Literatur	312
22 Maik Schubert und die BMS – Blindenführhundschole Schubert & Wetzel GbR	315
Laura Zschweigert	
22.1 Der Gründer Maik Schubert	315
22.2 Die BMS Blindenführhundschole – ein Sozialunternehmen	316
22.2.1 Wie aus Maik Schubert ein Unternehmensgründer wurde	317
22.2.2 Herausforderungen	318
22.2.3 Zukunftspläne	322

22.3	Methodik	322
22.4	Unternehmenssteckbrief.	323
	Literatur.	325
23	Angela Grünert – Lupine Mentoring e. V.	327
	Laila Krell	
23.1	Die Gründerin Angela Grünert.	327
23.2	Der Verein Lupine Mentoring e. V.	329
23.3	Herausforderungen während und nach der Gründung.	330
23.4	Fazit	334
23.5	Methodik	334
	Literatur.	335
 Teil VI Fallstudien: Alter bei Erstgründung über 55 Jahre		
24	Jürgen Below und die Personalberatung Below, Tippmann & Cie. GmbH	339
	Volker Hasewinkel	
24.1	Der Gründer Jürgen Below	339
24.2	Die Gründung der BELOW TIPPMANN & Cie. GmbH.	340
24.2.1	„Strategische Neuorientierung“ des Arbeitgebers als Auslöser.	340
24.2.2	Die beiden Gründer	341
24.2.3	Allein oder zu zweit gründen?	342
24.2.4	Motivation und Lebensalter	343
24.2.5	Business Plan und Finanzen	344
24.3	Die Geschäftsentwicklung seit der Gründung	344
24.3.1	Die ersten zwei Jahre nach Gründung	344
24.3.2	Die Entwicklung seit dem dritten Geschäftsjahr	345
24.3.3	Zukunftspläne	346
24.4	Geschäftsmodell und Erfolgsfaktoren	346
24.4.1	Geschäftsmodell	346
24.4.2	Produktfelder und Honorarmodell	347
24.4.3	Erfolgsfaktoren	348
24.5	Methodik	348
24.6	Unternehmenssteckbrief.	349
	Literatur.	350
25	Ines von Kuhlberg und die Berliner Feen UG	353
	Johanna Heisgen	
25.1	Die Gründerin Ines von Kuhlberg	353
25.1.1	Treffen mit einer Fee	353
25.1.2	Der Weg zur Gründerin.	354

25.2	Die Unternehmensgründung	356
25.2.1	Herausforderungen während des Gründungsprozesses	356
25.2.2	Das Unternehmen	357
25.2.3	Zukunftspläne	359
25.3	Methodik	359
25.4	Unternehmenssteckbrief	360
	Literatur	360
Glossar: Gründungsvokabular		363
Literatur zum Glossar		367
Stichwortverzeichnis		369