

HEYNE <





© Bertold Fabricius/Balzac Coffee GmbH

Anessa Kullmann, geb. 1972, wurde 2005 für ihr unternehmerisches Engagement mit dem Gründerpreis der Handels- und Handwerkskammer Hamburg geehrt und 2006 mit dem renommierten *Prix Veuve Clicquot* als Unternehmerin des Jahres ausgezeichnet. Sie lebt in Hamburg.

Vanessa Kullmann

keine große sache

Coffee to go
oder wie man
den Traum
vom eigenen
Unternehmen
verwirklicht

WILHELM HEYNE VERLAG
MÜNCHEN



Mix
Produktgruppe aus vorbildlich
bewirtschafteten Wäldern und
anderen kontrollierten Herkünften

Zert.-Nr. SGS-COC-1940
www.fsc.org
© 1996 Forest Stewardship Council

Verlagsgruppe Random House FSC-DEU-0100

Das für dieses Buch verwendete
FSC-zertifizierte Papier *Munkn Print White*
liefert Arctic Paper Munkedals AB, Schweden.

Taschenbucherstausgabe 11/2008

Copyright © 2007 by Wilhelm Heyne Verlag, München,

in der Verlagsgruppe Random House GmbH

Printed in Germany 2008

Umschlagkonzept und -gestaltung: Hauptmann und Kompanie

Werbeagentur, München – Zürich

Umschlagfoto: Retro Klar/Balzac Coffee GmbH

Innenillustrationen: Isabel Treede, Hamburg, und Sandra Albert, Hamburg

Satz: HildenDesign, München – Andrea Barth

Druck und Bindung: GGP Media GmbH, Pößneck

ISBN 978-3-453-65006-0

www.heyne.de

DANK

Für große Hilfsbereitschaft, Rat und Unterstützung möchte ich herzlich danken:

Norma & Max Kullmann, Natalia & Jared Preston, Benjamin & Kirsy Kullmann, Julia Krohn, Dörte Lücke, Sabrina Koitalla, Ralf Steinacker, Mirko Zarnojanczyk, Karina Schimankowitz, dem gesamten Balzac Team. Außerdem Isabel Treede, Jörg Weber, Cécile Bonnefond & dem Veuve Clicquot Team, Angelica Schwab & dem gesamten Heyne Verlag. Mein ganz besonderer Dank gilt Lars Meier für seinen vorantreibenden Enthusiasmus in diesem Buchprojekt und natürlich – meinem Freund Jameel Khaja, der allen voran als Erster an mich glaubte.



INHALT

Vorwort von Cécile Bonnefond	10
Einführung von Vanessa Kullmann	13
Eine Vision bekommt Flügel	
Mit einer Idee fängt alles an	18
Hobbyanalysen in New York	20
Der Weg ist das Ziel – oder einfach machen!	
Der Punkt ohne Wiederkehr	40
Ein Engel braucht Geld	47
Das Kind braucht einen Namen	53
Ein Traum wird Wirklichkeit	
Balzac braucht ein Zuhause	62
Im Labyrinth der Vorschriften	67
Wer? Wie? Was? Wieso? Weshalb? Warum?	
Die Welt der Bohnen und Maschinen	80
Ein Engel an meiner Seite	85
Pastry-Chef »Mama«	88
Die Kellerarie	90

Final Countdown

Der Kater als Personalchef	98
Werbung in eigener Sache	105
Balzac Coffee opening soon!	108
Running the Show	114

Balzac Coffee unterm Mikroskop

Der Traum im Praxistest	120
Service mit Herz: Warum der Kunde immer König ist	128

Neue Ziele auf dem Weg

Gefahr der Routine	144
Coffee to go macht Schule	149
Balzac bekommt Nachwuchs	151
Die Balzac Bakery	161

Wachstumsschmerzen

Nicht den Überblick verlieren!	168
Die Reifeprüfung	171
Zurück zu den Wurzeln	182

Balzac Business Basics – meine Grundsätze als Unternehmerin

Der Job, ein guter Chef zu sein – aus meiner Sicht	188
Was am Anfang alles richtig gemacht werden muss	192
Das Spiel mit den Zahlen	202

Kleine Sache etwas größer	
Wachsen mit Struktur	208
Marketing einmal anders – oder auch gar nicht	212
Immer noch keine große Sache	217
Glossar	220



VORWORT VON CECILE BONNEFOND

Wer in der heutigen Zeit ein Unternehmen gründet, braucht – neben einer guten Idee – vor allem eine große Portion Entschlossenheit, Durchhaltevermögen und einen festen Glauben an die eigene Sache. Als Vanessa Kullmann 1998 in Hamburg ihren ersten Coffeeshop eröffnet hat, war sie gerade einmal 26 Jahre alt und hatte weder BWL studiert noch eine kaufmännische Lehre gemacht. Stattdessen war sie geradezu entflammt von der Idee, das Konzept »coffee to go« in Deutschland populär zu machen. Heute gehören zu Balzac Coffee GmbH bereits 30 Geschäfte und aus dem ersten kleinen Laden an der Ecke ist ein florierendes Unternehmen geworden.

Im vorliegenden Buch erzählt Vanessa Kullmann die Geschichte ihres Erfolgs. Erwarten Sie aber keine Patentrezepte, wie man über Nacht reich wird, und keine allgemeingültige Gebrauchsanweisung, wie man ein Unternehmen führt. Natürlich verrät sie Geschäftsstrategien, die sich bewährt haben, vor allem aber geht es ihr um die Erkenntnis, dass keine zwei Firmen sich gleichen und jeder Unternehmer seinen eigenen Weg finden muss. Ihre Ratschläge beruhen sämtlich auf eigenen praktischen Erfahrungen. Deswegen betont sie auch

wiederholt, wie wichtig es ist, dass jeder Firmengründer inspe möglichst bald anfängt, seine eigenen Erfahrungen zu sammeln.

Jede Selbstständigkeit beginnt mit Wagemut und Optimismus – Qualitäten, die Vanessa Kullmann in großem Umfang besitzt und mittels dieses Buches auch in ihren Lesern zu wecken hofft. Schließlich mussten alle später erfolgreichen Firmen zuerst einmal gegründet werden, von jemandem, der zumindest einen Augenblick lang dachte: Keine große Sache! Natürlich mag ein solcher Gedanke zunächst naiv erscheinen – aber wenn man das Ausmaß der Mühen und Schwierigkeiten klar voraussähe, würde man viele lohnende Abenteuer vielleicht gar nicht erst wagen.

Letztes Jahr bekam Vanessa Kullmann den *Prix Veuve Clicquot* verliehen – in den Augen der hochkarätigen Jury war sie die Unternehmerin des Jahres 2006 in Deutschland! Seit 1972 vergibt unser Haus diese Auszeichnung jährlich in mittlerweile 16 Ländern an herausragende Geschäftsfrauen, in denen wir die gleichen Qualitäten wiederfinden, die damals die Witwe Clicquot auszeichneten, die Urahniin unseres Unternehmens. 1805 wurde Madame Clicquot mit erst 27 Jahren Witwe (frz. *Veuve*). Entschlossen übernahm sie die Zügel des familiengegenen Champagnerhauses – und das in einer Zeit, wo Frauen ... zu Hause blieben! Mit Mut, Leidenschaft, Einfallsreichtum und

unternehmerischer Vision machte sie den kostbaren Wein ihres Hauses nicht nur zum Erfolgsprodukt, sondern regelrecht zu einem Mythos.

Der *Prix Veuve Clicquot* ist eine Hommage an den Unternehmergeist, die Hartnäckigkeit und die Leistungsfähigkeit dieser erstaunlichen Frau – und Vanessa Kullmanns Erfolgsgeschichte beweist, dass sich die Tugenden der Madame Clicquot auch in der heutigen Zeit noch bewähren.

Als Vanessa Kullmann ihr Unternehmen gründete, war sie sogar noch jünger als die Witwe Clicquot damals. Was man alles erreichen kann, wenn man eine Sache optimistisch und enthusiastisch genug anpackt, das zeigt sie in ihrem Buch »Keine große Sache« auf beeindruckende Weise. Sollten also auch Sie eine Idee oder eine Vision vom eigenen Unternehmen haben – und sei sie noch so klein –, lassen Sie sich von ihrem Beispiel inspirieren. Ganz bestimmt wird Ihnen die Lektüre viele wertvolle Einsichten und ein hohes Maß an Motivation bescheren!

Cécile Bonnefond, Präsidentin des Champagnerhauses
Veuve Clicquot Ponsardin
Reims, im März 2007

EINFÜHRUNG VON VANESSA KULLMANN

Es wäre doch eine tolle Idee, wenn ...« heißt es oft, wenn jemand eine Geschäftsidee hat. Leider aber hört an dieser Stelle für viele der Schritt in die Selbstständigkeit schon wieder auf. Auch bei mir begann die Geschichte mit: »Es wäre doch toll, einen Coffee Shop in Hamburg aufzumachen.« Aber bis der erste Kaffee über den Ladentresen ging, musste so einiges passieren.

Ich bin keine Expertin in Sachen Unternehmensgründung und versuche hier nur genau das Buch zu schreiben, das ich mir zu Beginn meiner Unternehmung selbst gewünscht habe. Eine exemplarische Geschichte, die stets daran erinnert, dass Startschwierigkeiten normal sind, und deren Lektüre Hemmungen abbauen kann. Ein Buch, das Misserfolge relativiert und für den Erfolg inspiriert. Vor sechs Jahren begann ich deshalb, die Notizen und Gedanken zu sammeln, die ich hier niedergeschrieben habe. Ich begann dieses Buch mit der gleichen Naivität, mit der ich damals meinen ersten Shop eröffnete: Ich legte eben einfach los!

Für mich ist der wirklich wesentliche Aspekt: Eine gesunde Dosis Naivität oder Unerfahrenheit ist manchmal das beste Erfolgsrezept. Man hat eine gewisse Unbefangenheit und deshalb überhaupt keine Bedenken. Wer sich zu sehr mit der »Was

wäre wenn ...?«-Frage beschäftigt und seinen Emotionen wie Ängsten, Hemmungen oder Vorfreuden zu viel Aufmerksamkeit schenkt, verliert den Blick für das Wesentliche und wird unsicher in seinen Entscheidungen. Sich nur auf die Sache zu konzentrieren hilft, das wirklich Wichtige im Auge zu behalten. Und das bedeutet eigentlich nur: Sich von dem großen Unbekannten nicht nervös machen zu lassen und stattdessen immer nur auf die kleinen logischen Schritte zu achten.

Wer etwas Neues beginnen möchte, muss zu hundert Prozent und mehr hinter seiner Idee stehen. Viele Konzepte scheitern, weil jemand nur das große Geld im Sinn hat. Das ist der falsche Ausgangspunkt. Power ist wichtig, aber ohne Herz bringt sie nichts. Balzac Coffee ist nicht nur aus einer guten Idee entstanden, sondern durch die Leidenschaft und den Einsatz derer, die mit mir an die Vision geglaubt haben.

Jeder muss sich aber bewusst sein, dass der erfolgreiche Schritt in die Selbstständigkeit die schwerste aller Karrieren ist – physisch wie auch mental. Die Arbeit wird zehnmal so viel und anstrengender sein als jede andere, ganz gleich in welcher Branche. Deshalb sollte man sich zuallererst ehrlich fragen: Bin ich bereit, diesen Einsatz zu bringen?

Dieses Buch zeigt, dass keine Magie dahintersteckt. Es beginnt mit einem Traum und endet mit einem Unternehmen. Der Weg dahin war ein Weg ins Ungewisse, aber ich beschritt ihn mit einem unbeirrbaren Glauben an die Idee. Wie man hier

sehen wird, machten die kleinen einzelnen Schritte das ganze Vorhaben überschaubarer, und plötzlich war es auch keine große Sache mehr, einen Coffee Shop zu eröffnen.

Viel Spaß beim Lesen!

Vanessa Kullmann

März 2007



- VANESSAS UNTERNEHMERREZEPT -

Man nehme eine gute Idee, eine große Portion Mut und etwas Glück. Dann wende man praktisches Denken an, vermische diese Zutaten mit unbeirrbarem Glauben an sich selbst und überzeuge andere.



Was ist eine gute Idee? – Bin ich selbst mein bester Kunde und kenne ich mindestens zehn Bekannte, die auch von der Idee begeistert sind? Die »Krawattenträger« würden sagen: »Ist ein Markt vorhanden?«

Was bedeutet mutig sein? – Sehe ich in Problemen eine Herausforderung? Bin ich bereit, den Schritt ins Ungewisse zu wagen?

Was kann Glück bringen? – Man muss für Chancen, die sich auftun, bereit sein: sie erkennen, ergreifen und mit unbeirrbarem Glauben an den Erfolg verfolgen.



Was bedeutet praktisches Denken? – Bin ich praktisch veranlagt und habe ich Organisationstalent?

Wer glaubt an sich? – Derjenige, der an die eigene Fähigkeit glaubt, die Sache durchziehen zu können, und der Vertrauen in das eigene Glück hat.

Was genau ist Überzeugung? – Kann man andere von einer Sache überzeugen, auch wenn sie Skeptiker sind, oder hat man die Kraft, sie zu ignorieren?

EINE VISION BEKOMMT FLÜGEL

MIT EINER IDEE FÄNGT ALLES AN

Mein erster Job in New York: Es ist 8:30 am Morgen, ich bin wieder einmal zu spät dran und meine Haare sind noch nass. Ich laufe den Broadway runter und versuche, mich an alle Getränke zu erinnern, die ich gleich als Großbestellung im Coffee Shop gegenüber des Büros für meine Bosse und Kollegen aufgeben muss. Mein Vorgesetzter, Porin, trinkt eine Triple Grande Latte (Caffè Latte mit drei Espresso), sein Boss Roland nimmt einen Cappuccino, den ich gleich noch in eine Porzellantasse umfüllen muss, denn er weigert sich, aus Pappe zu trinken, Marketing Managerin Dagmar – unser Modestern – trinkt Latte Halbfett, und für mich werde ich wie immer Grande Latte Hazelnut (Caffè Latte mit Haselnussssirup) bestellen. Ich bin das Kaffeemädchen.

Ich eile über die Straße und werde dabei fast von einem New Yorker Taxi umgefahren. Endlich erreiche ich den Shop und mache die Tür auf ... Mist, wieder 30 Leute in der Schlange, ich werde noch später kommen! Ich stelle mich wie die anderen eiligen New Yorker in die Reihe, wartend, Geld passend in der Hand. Wenigstens habe ich jetzt ein bisschen Zeit zum Luftholen. Jeden Morgen das Gleiche: Die ganze Welt wartet auf Kaffee. Ich beob-

achte die Mitarbeiter hinter dem Tresen. Zwei Barista geben hinter der Espressomaschine ihr Bestes, den Ansturm zu bewältigen. Der eine hat sogar noch Zeit, der Kundin, die gerade ihr Getränk abholt, ein Kompliment zu machen. Sie lacht und eilt Richtung Tür. Es macht Spaß, ihnen zuzusehen. Oft habe ich das schon getan und inzwischen sind mir ihre Gesichter sehr vertraut. Ich bin so häufig da, dass ich das Gefühl habe, hier zu wohnen. Der Barista ruft wieder einen Drink aus »half caf half decaf no foam skim latte« (halb mit Koffein – halb ohne Koffein – kein Schaum – ohne Fett – Latte) und ein großer junger Mann im Anzug nimmt ihn freudig entgegen. Die Schlange rückt einen weiter auf, aber es geht mir nicht schnell genug. Am liebsten würde ich hinter den Tresen laufen und ihnen zur Hand gehen, um die Sache zu beschleunigen. Ich hatte so oft zugesehen, dass ich meinte, jeden Handgriff fast im Schlaf zu können. Aber es ist ja schließlich nicht mein Laden ...

Aber Moment mal ...! Was wäre wenn ...? Es ist doch keine große Sache, Kaffee zu kochen! Was wäre denn, wenn es mein Laden wäre? Plötzlich sollen sich die Barista nicht mehr beeilen, damit ich alles in mich aufsaugen und den Moment sacken lassen kann. Ich liebe Kaffee. Alle Welt liebt Kaffee. Doch würde sie den auch bei mir kaufen? Die Schlange rückt wieder einen auf und ich bin gleich dran ... Jetzt geht es mir plötzlich viel zu schnell! Ich will noch mehr beobachten und weiterträumen: Könnte ich das? Würde ich so einen Laden tatsächlich managen können? Könnte ich solche leckeren Espressogetränke zuberei-

ten? Würde Hamburg das gut finden? Aber bevor ich den Gedanken noch zu Ende denken kann, ruft der Barista »Triple Grande Latte, Tall Cappuccino, Grande Skim Latte and Grande Hazelnut Latte« – meine Getränke. Der süßliche Haselnussgeruch meiner Latte steigt mir in die Nase und die Vorfreude auf den ersten Schluck wächst. Ja – das ist eine großartige Idee! Sofort renne ich rüber ins Büro. Ich beeile mich nicht mehr nur, weil ich zu spät dran bin. Nein, ich will sofort meine ältere Schwester Natalia anrufen, die an der Northwestern University in Chicago studiert, und ihr von meiner Blitzidee berichten. Ich frage sie, ob wir nicht einen Coffee Shop in Hamburg aufmachen wollen ...

Sie ist sofort begeistert!

HOBBYANALYSEN IN NEW YORK

Bevor ich beschloss, mich selbstständig zu machen, verließ meine schulische und berufliche Laufbahn nicht gerade vorbildlich. Ich war mir in vielen meiner Entscheidungen nicht sicher, mir fehlten die Erfolgserlebnisse und ich war besorgt um meine Zukunft. Nichts schien meine Aufmerksamkeit fesseln zu können.

Nach der Schule suchte ich lange den für mich richtigen Weg. Ursprünglich wollte ich ins Modedesign, stellte aber in den Praktika fest, dass mein Faible für Mode nicht ausreichte,

um eine gute Designerin zu werden. Deshalb machte ich eine Ausbildung zur Textilbetriebswirtin, fand aber auch hier nicht meine Erfüllung. Wie viele in meinem Alter wollte ich durch einen Auslandsaufenthalt meine Sprachkenntnisse vertiefen und mir über meinen beruflichen Weg klar werden. Ich hatte das dringende Bedürfnis, noch einmal komplett neu anzufangen – und die Dinge zu überdenken. Deshalb ging ich im Frühjahr 1996 nach New York. Ich wollte dort intensiv Englisch lernen und dachte, ich könnte gleichzeitig den Kopf komplett frei bekommen und mich neu orientieren.

Dies sollte die beste Entscheidung meines Lebens werden. Mein Neustart begann buchstäblich mit dem »Touch Down« auf New Yorker Boden. Die Energie der Stadt beflügelte meine Seele, ich konnte wieder richtig durchatmen. Die Eindrücke, die positive Art der New Yorker, die Vielfalt ... ich war begeistert. Die Stadt pulsierte und ihre Energie übertrug sich auf mich. Plötzlich fühlte ich mich frei und genoss es.

Was war so besonders an New York? Das Tempo, die wuselige Menschenmenge, die schlaflose Stadt – Sonntag war wie Montag: Alles war auf und das meistens rund um die Uhr. Egal was ich essen wollte, es gab ein passendes Lokal. Und auch wenn ich keine Lust hatte, aus dem Haus zu gehen, hatte ich die Möglichkeit, von hunderten Lieblingsrestaurants beliefert zu werden. Sushi gab es an jeder Ecke und die Supermärkte waren so ansprechend eingerichtet, dass ich am liebsten dort eingezogen wäre. »Service« bekam eine neue Definition in

meinem Kopf. Ich konnte nicht nur meine Klamotten günstig in die Reinigung geben, sie lieferten sie mir auch kostenfrei wieder ins Haus. Die Angebotsvielfalt war so immens, dass alle meine Sinne permanent gereizt wurden. Immerzu wollte ich etwas ausprobieren.

Ich besuchte zunächst einige Modekurse und machte mich außerdem auf die Suche nach Praktika. Dabei war es mir fast egal, wo ich arbeiten würde. In meinem »alten Leben« hatte mich nichts mehr gereizt, doch in meinem »neuen Leben« würde ich sogar den Müll von Restaurants raustragen, um ein Teil von New York sein zu können. Dieses Verlangen zündete eine neue Risikobereitschaft in mir. Ich veränderte mein Leben, probierte neue Dinge, kostete ungewohntes Essen, wurde gewagter in meiner Kleiderwahl – ich definierte mich selbst neu.

Vor allem aber beeindruckten mich der kulturelle Mix der Stadt und die Courage mancher Immigranten. Jeden Morgen kaufte ich meinen frisch gepressten Karottensaft bei einem Kiosk, dessen koreanischer Besitzer kaum Englisch konnte. Er beherrschte gerade genug, um zu verstehen, was die Kunden wollten, und es schien zu reichen. Der bekannteste Würstchenverkäufer auf den New Yorker Straßen war ein Deutscher und die leckersten Muffins und Brownies backte ein Franzose. Da stellte ich mir zwangsläufig die Frage:

Woher nahmen die Leute den Mut, sich einfach selbstständig zu machen?

Durch meine Professorin an der Modeschule bekam ich zunächst einen Praktikumsplatz in einem bekannten Foto- studio. Dort war ich »Mädchen für alles«. Ich holte Foto-Equipment, nahm das Telefon ab, empfing die Kunden und kochte Kaffee für viele berühmte Leute, von Kate Moss über Winona Ryder und Aerosmith bis Seal. Es kam mir auf einmal so vor, als wäre die ganze Welt berühmt. Und als mich das nicht mehr reizte, fand ich nach einiger Zeit einen Assistentenjob in einer deutschen Eventmarketing-Agentur. Dort nahm ich wieder das Telefon ab, öffnete die Post und half hier und da. Im Nachhinein war wohl meine elementarste Tätigkeit: Kaffee holen fürs gesamte Büro. Mehrfach am Tag ging ich in den Coffee Shop gegenüber der Agentur und gab eine Großbestellung auf. Überhaupt fand ich den Coffee Shop vom ersten Moment an faszinierend. Als ich den Laden mit der großen Theke, den Stehtischen und Barhockern betrat, stand ich in einer mir bis dahin völlig fremden Welt. Ich hatte Mühe, das riesige Angebot an Espressovariationen zu überblicken. Dazu kamen noch exotisch klingende Sandwichkombinationen, Bagelspezialitäten und verschiedene Sorten von Muffins, Brownies und Cakes. Ich war verwirrt und konnte auf den ersten Blick mit dem Konzept nichts anfangen. Mindestens so befremdlich war, dass ich offenbar unter den vielen Kunden die Einzige war, die sich überhaupt nicht auskannte. Die anderen bestellten ihre Getränke mit schlafwandlerischer Sicherheit. Alles Stammkunden, das war schnell klar. Sie wurden von