



Wir kennen
den Richtigen

CASE STUDY

Interim Geschäftsführer-Team für den Aufbau des Start-ups Carfrogger GmbH (Fahrzeugfolierung)



UNSER KUNDE

Carfrogger GmbH

Branche:	Fahrzeugfolierung
Mitarbeiter:	ca. 10
Produkte:	Online Plattform und Community zum Thema Autodesign und Autofolierung
Einsatzort:	Berlin
Adresse:	www.carfrogger.de
Managementteam:	Anton von Rueden, Roman Kotlarzewski



Kurzbeschreibung

Die Innovationsagentur HYVE AG mit Sitz in München unterschützt namhafte Unternehmen bei der Entwicklung von innovativen Produkten und Dienstleistungen. Konsumenten und Communities werden dabei mit etablierten Verfahren und Tools aktiv in die Entwicklung mit eingebunden, um die Kundenbedürfnisse möglichst optimal erfüllen zu können. Der Kunde soll genau das Produkt bekommen, das er nachfragt. Dieser sogenannte ganzheitliche Co-Creation Ansatz setzt Kompetenzen in den Bereichen Open Innovation, Innovations- und Marktforschung, Industrial Design sowie IT-Solutions voraus.

Aus Design Contests in vielen Bereichen verfügt HYVE auch über reichlich Erfahrung mit der Konzipierung und Entwicklung von Konfiguratoren zur individuellen Designgestaltung. Das Businessmodell für die Carfrogger GmbH entstand, weil die Innovationsschmiede das Thema Auto-Individualisierung als ein großes der Zukunft identifizierte.



Ausgangssituation und Schlüsselaufgabe

Die Aufgabe lautete: Aus diesem Mega-Trend ein Unternehmen aufzubauen, das sich den Kundenbedürfnissen nach Individualisierung, Schutz und Wertsteigerung annimmt. Die Möglichkeit, sein Auto mittels Folierung umzugestalten oder mit Werbebotschaften zu versehen, besteht bereits. Neu bei Carfrogger: Die Kunden sollen mithilfe des Carfrogger Configurators ihre Folierung selbst gestalten und sich in der Carfrogger-Community austauschen. Darüber hinaus können sie an ihren eigenen Designs verdienen, wenn andere diese für ihr Fahrzeug nutzen wollen. Mittels des Configurators kann der Kunde sein Wunschdesign entwickeln, verschiedene Folienarten, Farben und Designvorschläge stehen zur Verfügung. In der Pre-Launch Phase soll mittels eines Design Contests "Deutschland wrappt!" vor allem die Community aufgebaut und die Plattform mit vielen Designs gefüllt werden, damit potenzielle Kunden beim eigentlichen Launch eine bereits gut gefüllte Plattform vorfinden. Ab dann können diese Designs online bestellt und deutschlandweit in sogenannten Wrap-Shops – also Fachwerkstätten – auf das Auto aufgebracht werden.

Gesucht wurde nun ein Management-Team, das in der Lage war, das neue Unternehmen aufzubauen und am Markt zu etablieren. Mit den erfahrenen Interim Managern Anton von Rueden und Roman Kotlarzewski konnte Bridge imp die passenden Persönlichkeiten für die ambitionierte Herausforderung vermitteln. Deren Credo für das Start-up lautet: „Wir wollen den deutschen Automarkt mit unserem Angebot revolutionieren, das Thema Autofolierung zu einem Massenmarkt-Thema machen und Carfrogger als Marktführer etablieren, dem ‚Carglass der Autofolierung‘“.

Interview Business Angel: Peter Klose



Business Angel und Beiratsvorsitzender der Carfrogger GmbH

>> Mit Anton von Rueden und Roman Kotlarzewski haben wir die genau Richtigen für das Start-up gefunden. Beide sind erfahrene Unternehmer und verfügen über das Wissen und das Potenzial, um Carfrogger zu einem Erfolg zu machen. <<

>> **Herr Klose, was hat Sie an der Idee von Carfrogger überzeugt?** <<

Ich pflege seit vielen Jahren enge Beziehungen zu Dr. Michael Bartl, Vorstand der HYVE AG, und ich weiß um das Ideenpotenzial dieses Unternehmens. Die Idee von Carfrogger fand ich äußerst spannend, weil sie den Zeitgeist trifft. Über den Kontakt zu Antje Lenk von Bridge imp stand mit Anton von Rueden der richtige Mann für den Aufbau und den Launch von Carfrogger zur Verfügung.

>> **Welche Besonderheiten hat das Management-Team von Carfrogger?** <<

Sowohl Roman Kotlarzewski als auch Anton von Rueden sind sehr erfahrene Unternehmerpersönlichkeiten, die beide bereits mehrere berufliche Stationen erfolgreich durchlaufen haben. Sie verfügen sowohl über das Wissen als auch über die Erfahrung, die man für die Gründung und Etablierung eines Start-ups braucht. Darüber hinaus hat von Rueden bereits mit Spreadshirt eine ganz ähnliche Unternehmung erfolgreich etabliert.

>> **Wie beurteilen Sie den bisherigen Verlauf der Unternehmung und wo sehen Sie die nächsten Aufgaben?** <<

Ich bin sehr zufrieden. Alles lief bislang genau nach Plan. Die Umsetzung der Geschäftsidee erfolgte sozusagen eins zu eins vom Reißbrett in die Realität. Als nächstes stehen nun der deutschlandweite Rollout der sogenannten Wrap-Shops und das Going-live der Online Plattform an.

>> **Welche Risiken sehen Sie bei der Finanzierung eines Start-ups?** <<

Zwischen der Planung sowie der Umsetzung und der

Realisierung einer Idee liegen viele Unwägbarkeiten. Lediglich eines von 14 Angel-Investments kommt in der Regel tatsächlich „zum Fliegen“. Die Erfolgsquote ist äußerst gering. An vielen Stellen können zusätzliche Risiken und Kosten auftreten, wodurch weitere Finanzierungsrunden notwendig werden; daher ist eine Durchfinanzierung eines Start-up-Vorhabens unerlässlich.

Um das Risiko des Scheiterns so gering wie möglich zu halten, braucht es ein erfahrenes Management.

>> **Wo sehen Sie Ihre Hauptaufgabe bei Carfrogger?** <<

Ich sehe es in erster Linie als meine Aufgabe an, mein Netzwerk und meine Erfahrung einzubringen, um Carfrogger in allen Bereichen möglichst optimal zu unterstützen. Darüber hinaus koordiniere ich die Interessen der Angel-Investoren.

>> **Herr Klose, vielen Dank für das Gespräch!** <<

Interview GF-Team: Anton von Rueden (Founder und CEO) & Roman Kotlarzewski (CFO)



Anton von Rueden: E-Commerce- und Operations, geb. 1976

Profil: Spezialisiert auf Operations-, Prozess- und Performance-optimierung in stark wachsenden Unternehmen. Engagiert sich als Investor, Interim Executive und Personal Coach.

Roman Kotlarzewski: Diplom-Betriebswirt, geb. 1958

Profil: Fachliche Schwerpunkte sind Implementierung von Controllingstrukturen, Insourcing Buchhaltung. Verfügt über umfangreiche internationale Erfahrung.



>> Was hat Sie an der Idee von Carfrogger gereizt? <<

von Rueden: Für mich stellte sich die Frage: Engagiere ich mich nach Spreadshirt noch einmal für ein Start-up oder arbeite ich weiter auf Auftragsbasis? Das durchdachte Konzept von HYVE und der gute Kontakt zu Bridge imp haben meine Entscheidung zugunsten Carfrogger ausfallen lassen. Darüber hinaus konnte mit Herrn Kotlarzewski die Rolle des CFO perfekt besetzt werden. Wir kannten uns bereits aus einem vorherigen Projekt und sind ein sehr gut eingespieltes Team.

Kotlarzewski: In erster Linie die innovative Kombination aus einer Onlineplattform zum Konfigurieren des Designs und den lokalen Folierungswerkstätten in einem Markt, der voll im Trend ist.

>> Wie erlebten Sie die Phase von der ersten Idee bis zum tatsächlichen Unternehmensstart? <<

von Rueden: Es war ein hartes erstes halbes Jahr, in dem es galt, das Geschäftsmodell zu perfektionieren, den Finanzierungsbedarf zu bestimmen und die Business-Angel-Runde abzuschließen.

Kotlarzewski: Ich war erst gegen Ende der Phase involviert. Es galt, die Parameter des Businessplans in einen Finanzplan umzuwandeln. Es war spannende Pionierarbeit, da das Geschäftsmodell völlig neu ist.

>> Was sind Ihre Hauptaufgaben? <<

von Rueden: Bei einem Start-up sind die Aufgabenbereiche sehr breit. Finanzen, Recht und Investorengespräche gehören genauso dazu wie der Aufbau eines Teams oder die Suche nach passenden Büroräumen.

Kotlarzewski: Bisher lag der Schwerpunkt auf Finanzplanung und Investorengesprächen. In Zukunft werde ich mich u. a. um die Themen Controlling, HR, Recht, Risk Management und Investor Relations kümmern.

>> Wo sehen Sie die größte Herausforderung? <<

von Rueden: Da sehe ich mehrere! Kann man mit der Idee Investoren überzeugen? Ist ein markenübergreifender Konfigurator zu realisieren, mit dem man bis zum Türgriff alles gestalten kann? Ist der Markt bereit zum Massenmarkt? Und die größte Herausforderung: Lässt sich die breite Masse von der Idee begeistern? Dafür braucht es eine durchdachte und überzeugende Kommunikationsstrategie.

Kotlarzewski: Vor allem im Aufbau des Websiteportals mit den Schnittstellen zum Konfigurator sowie beim Aufbau des lokalen Werkstätten-Netztes.

>> Welche Erfolge konnten Sie bisher verbuchen, was sind die nächsten Schritte? <<

von Rueden: Die Business-Angel-Runde wurde erfolgreich abgeschlossen, der Onlineteil fertig konzipiert und der Design Contest „Deutschland wrappt!“ sehr gut angenommen. Nun gilt es, auch den Offlineteil zum Laufen zu bringen: die Wrap-Shops aufzubauen und den Marktlaunch im April 2013 fertig vorzubereiten.

>> Wo sehen Sie Ihre berufliche Zukunft? <<

von Rueden: Als Unternehmer, der mitgestaltet! Reichhaltige Management- und Prozessenerfahrung stehen dabei auch einem Start-up wie Carfrogger gut zu Gesicht - vor allem, wenn ein rasantes Wachstum online und offline angepeilt wird.

Kotlarzewski: Ich war bis jetzt aus Überzeugung Interim Manager, aber aufgrund der hervorragenden persönlichen Chemie mit Herrn von Rueden und den spannenden Gestaltungsmöglichkeiten bei Carfrogger bin ich dennoch zu einer Festanstellung bereit.

>> Vielen Dank für das Gespräch! <<