

Founded, funded, famous.

↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗
↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗
↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗
↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗
↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗
↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗
↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗
↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗
↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗
↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗ ↗
Startups der FH OÖ ↗ ↗ ↗

andmetics

Die Augenbrauen-Kaltwachsstreifen von Andmetics sind ein Must-have in der internationalen Beauty-Branche. → S. 6

BistroBox

Den automatisierten Pizzaofen gibt es aktuell an 47 österreichischen Standorten. Neuestes Projekt: ein smarter Tankstellenshop. → S. 10

brotsüchtig

Backe, backe Brötchen – ein IT-Spezialist und ein Produktmanager mischen seit 2016 die heimische Bäckerszene auf. → S. 14

Tractive

Mit einem GPS-Tracker für Hund und Katz hatten drei FH-Absolventen den richtigen Riecher. → S. 24

Studier dich praxisnah, nicht welt- fremd.



Bring dich

→ weiter

Auftakt

Sich mit seiner eigenen Idee selbständig zu machen, birgt von jeher einen Zauber; damit dieser nicht verfliegt, gibt es das Startup Center an der FH Oberösterreich. Hier bieten wir Jungunternehmer*innen nicht nur Coworking Spaces, also Räume und Infrastruktur für Besprechungen, sondern auch ein großes Netzwerk zu Kontakten der Wirtschaft und Industrie sowie Ansprechpartner*innen, um sich austauschen und entwickeln zu können.

Warum bieten wir das an? Wir sind überzeugt, dass Startups in der Wirtschaft, aber auch in der Weiterentwicklung von Ideen, Projekten und Produkten, eine immense Bedeutung zukommt. Sie stehen für Innovation und Kreativität und schaffen nicht zuletzt neue Arbeitsplätze!

Startups verlangen den Gründer*innen den Mut ab, neue Ideen nicht nur zu entwickeln, sondern auch weiterzuentwickeln, ohne sich durch bestehende Hierarchien begrenzen oder stoppen zu lassen. Eine gewisse Flexibilität und Weitsicht gehören ebenfalls dazu. So kommt es, dass viele Technologien und Produkte, die wir heute als selbstverständlich betrachten, von Startups entwickelt wurden. Startups sind ein Motor, der Dynamik und Wachstum fördert, sie beschäftigen talentierte und oftmals junge Menschen und bringen dadurch frischen Wind in etablierte Märkte.

Startups geben somit Anreize auch für bestehende Unternehmen, sich bzw. das Produktportfolio weiterzuentwickeln und haben dadurch auch Auswirkungen auf die Gesellschaft im Gesamten.



Als Leiter des Startup Centers der FH OÖ, freue ich mich, dich mit dieser Broschüre ansprechen zu können, deinen Mut zu wecken und dir mit einigen ausgewählten erfolgreichen Startups die Idee der Eigenständigkeit näher zu bringen! Als Ansprech- und Sparring-Partner stehen dir mein Team und ich gerne zur Verfügung.

Infos zu unseren Coworking Spaces, Team und Kontakte findest du hier: [Startup Center - FH OÖ](#)

Lass' uns die Welt gemeinsam weiterentwickeln!

Gerold Weisz
FH-Prof. und Leiter Startup Center der FH OÖ



„Startups spielen an der FH OÖ eine wichtige Rolle: Bereits im Studium wird das unternehmerische Mindset unterstützt; durch Studienhalte sowie Experten-Talks und Events. Mit den Startup Centern in Hagenberg, Steyr und Wels bieten wir Jungunternehmer*innen Raum und wertvollen Zugang zu Input und Kontakten, wodurch gerade die mitunter turbulente Anfangszeit erfolgreich unterstützt werden kann. Zahlreiche erfolgreiche Unternehmen, die in dieser Broschüre präsentiert werden, belegen die Kreativität und das Können „unserer“ Gründer*innen! Ich wünsche allen, die sich mit ihrer Idee selbstständig machen möchten, einen erfolgreichen Start und freue mich, Ihnen unsere Kompetenz und Infrastruktur anbieten zu können!“

Gerald Reisinger
Präsident FH OÖ

Exit Szenario mit Roboter

„Unternehmer*in ist man erst, wenn man wegen der Firma einmal mindestens drei Nächte hintereinander wachliegt.“ Davon ist Franz Humer, ehemaliger CEO des Roboterspezialisten AGILOX, überzeugt. Der Zweifach-Papa kann mittlerweile ruhigen Gewissens schlafen gehen: Anfang 2023 hat er seine letzten Anteile des millionenschweren Startups verkauft.

Das Schicksal brachte Franz Humer dahin, wo er heute ist. Nach einem schweren Motorradunfall musste er seinen Beruf als IT-Projektleiter für Logistik bei TGW in Wels an den Nagel hängen und studierte neben seinem neuen Job berufsbegleitend „Supply Chain Management“ am FH Oberösterreich Campus Steyr. Dort lernte er Dirk Erlacher, Alfred Luger und Florian Gschwandtner kennen.

Von der FH-Übung zur Startup-Idee

In einer praktischen Übung erstellten die Studenten Businesspläne für virtuelle Unternehmen. Daraus entstand einerseits die Idee zu „Runtastic“, und auch der „Agilox“-Vorläufer namens „Intrest“. „Bei ‚Runtastic‘ war der Produktansatz rasch klar, bei ‚Intrest‘ war es mehr der B2B-Dienstleistungsgedanke, die Produktentwicklung haben wir erst später gestartet“, resümiert Franz Humer heute. Schließlich kam die

Anfrage für ein Planungsprojekt bei der Lenzing AG. „Das Unternehmen benötigte für sein neues Tencel Werk ein Tool, das den Materialfluss abbildet. Wir haben damals neben dem Warehouse Management System ‚Inlogistics‘ auch die Automations- und Elektrotechnikgewerke für die Ballenlogistik geliefert. Das war unser erstes erfolgreiches Projekt als Generalunternehmer und gleichzeitig der Switch von der Dienstleistung zum Produkt.“ Das Schlüsselerlebnis für die spätere Entstehung von „Agilox“ war allerdings ein Auftrag der Firma Peneder Businessbau, für die Produktionserweiterung eines Medizinunternehmens in Deutschland. „Peneder beauftragte uns mit der Konzeption der kompletten Lagertechnik, die auch ein fahrerloses Transportsystem beinhalten sollte. Allerdings gab es zu diesem Zeitpunkt noch keinen ‚Agilox‘ und wir mussten ein Produkt vom Markt zukaufen. Dabei merkten wir, dass im Bereich FTS großer Aufholbedarf herrscht.“

Fahrerlose Transportsysteme als „Branchen-Partycrasher“

Die Jungunternehmer ergriffen die Chance und nach einer intensiven Entwicklungsphase war „Agilox“ geboren, ein mobiler Logistikroboter. „So richtig bekannt geworden sind wir 2017 auf der Logistik-Messe LOGIMAT. Dort waren wir mit unserem Roboter der ‚Partycrasher‘ in der Branche“, lacht Humer. Plötzlich gingen die smarten Stapler weg wie die warmen Semmeln und man hatte Großkunden wie Siemens oder BMW an der Hand. Auch immer mehr Investor*innen wurden auf das Startup aufmerksam, immerhin verdoppelte sich der Umsatz fast jährlich. Neben lukrativen Kaufangeboten taten sich auch immer mehr Chancen für internationale Niederlassungen auf. „In unserem USA-Office in Atlanta arbeiten mittlerweile rund 30 Mitarbeiter*innen, auch in Shanghai und Norddeutschland hat ‚Agilox‘ Niederlassungen.“ Am Ursprungs-Standort in Vorchdorf waren die Kapazitäten durch den Bestell-Boom rasch ausgeschöpft. Die neue Firmenzentrale liegt daher in Neukirchen bei Lambach und ist über 3600 Quadratmeter groß. Rund tausend „Agilox“-Roboter sind mittlerweile weltweit im Einsatz und die Nachfrage bei den Kund*innen ungebrochen. „Grund dafür ist sicher auch der Mangel an qualifizierten Staplerfahrer*innen“, ist Humer überzeugt.

Buyout mit Rekord-Bewertung

125 Mitarbeiter*innen arbeiten aktuell im Werk in Neukirchen, 2021 gab es ein Buyout durch die Carlyle Group aus Washington D.C. zu einer der höchsten Bewertungen, die in Österreich je erzielt wurde. Diesen Januar hat Gründer Franz Humer seine letzten „Agilox“-Anteile verkauft und könnte sich jetzt eigentlich ziemlich entspannt zurücklehnen. Doch Geld ist für den Hobby-Dartspieler nicht alles: „Natürlich ist

es ein gutes Gefühl, wenn das Haus plötzlich abbezahlt ist, man sich ein schönes Auto kaufen oder mit der Familie auf Urlaub fahren kann. Aber das Leben braucht ja trotzdem noch einen Inhalt.“ Deshalb tüftelt der Pennewanger bereits an einem neuen Projekt, wo er sich nach seinem CEO-Dasein wieder mehr auf seine ursprünglichen Steckpferde Technik und Entwicklung fokussiert. Seinen Ehrgeiz kann Franz Humer sowieso nicht ganz ablegen: „Wenn man es einmal mit einer Geschäftsidee geschafft hat – warum sollte es dann beim nächsten Mal nicht wieder klappen?“



AGILOX-Firmenzentrale in Neukirchen bei Lambach



Franz Humer, FH Oberösterreich Absolvent und ehemaliger CEO von Agilox

AGILOX

AGILOX Services GmbH

Standort	Neukirchen bei Lambach
Gründungsjahr	2009 (Intrest), 2017 (Agilox)
Mitarbeiter*innen	165 weltweit
Facts	35 Millionen Euro Jahresumsatz in 2022

Form- vollendetes Business



Auf die Schwiegermutter zu hören, schadet manchmal nicht. Hannes Freudenthaler hat die Geschäftsidee seiner Schwiegermama ernst genommen und spezielle Kaltwachsstreifen für Augenbrauen entwickelt. Neun Jahre später ist „andmetics“ aus der Beauty-Branche nicht mehr wegzudenken.

Dass er beruflich im Kosmetik-Business landen würde, hätte Hannes Freudenthaler während seines Studiums an der FH Oberösterreich nicht gedacht. „Ich habe am FH Oberösterreich Campus Wels Produkt- und Innovationsmanagement studiert und war danach unter anderem bei ‚Trodax‘ im internationalen Marketing tätig. Im Jahr 2014 stand plötzlich meine Schwiegermutter Andrea Lehner vor mir, hielt mir einen in Augenbrauenform zugeschnittenen Kaltwachsstreifen unter die Nase und meinte: „Das wird das ‚Red Bull‘ für die Kosmetikindustrie.“

„Wow-Brows“ mit Kaltwachs

Die Idee zu dem ungewöhnlichen Beauty-Tool kam der Visagistin an einem Filmset, wo sie Augen samt Augenbrauen für eine HD-Nahaufnahme perfekt in Szene setzen sollte. „Um die Augenpartie möglichst effektiv von Härchen zu befreien, hat Andrea kurzerhand aus einem normalen Kaltwachsstreifen ein kleines Stück herausgeschnitten und vor Ort für das Styling eingesetzt.“ Hannes Freudenthaler glaubte an die Erfindung, gemeinsam mit Andrea Lehner und Margot Helm gründete er deshalb im Jahr 2014 das Startup „andmetics GmbH“. „Wir haben ein Patent angemeldet, die Produktion in Asien aufgebaut und sind gleichzeitig zu allen möglichen Friseuren gelaufen, um unser Produkt vorzustellen. Parallel dazu haben wir uns auf den Retail-Bereich konzentriert.“

Von Pasching in die USA

Auch beim Fernsehformat „2 Minuten, 2 Millionen“ präsentierte Freudenthaler das innovative Beauty-Tool. Das Investmentangebot lehnte er allerdings ab und holte sich stattdessen Unterstützung von „Raiffeisen Invest“. Der Erfolg von „andmetics“ ließ nicht lange auf sich warten: Seit 2018 ist die Marke fixer Bestandteil in den Regalen der heimischen Drogerie-Riesen „Müller“, „DM“ oder „BIPA“, zudem erobern die Kaltwachsstreifen für Augenbrauen, Lippen oder Ohren aktuell den amerikanischen Beauty-Markt. „Die Drogeriekette ‚CVS‘ hat uns bereits im Sortiment, ‚Target‘ ebenfalls. Damit sind wir mittlerweile in insgesamt 15000 Stores weltweit zu finden“, bilanziert der CEO. Auch fünftausend Friseure, Kosmetiker und Makeup-Artists nutzen „andmetics“ im täglichen Geschäft.



andmetics Gründer und
FH Oberösterreich Absolvent
Hannes Freudenthaler

Profi-Ausbildung für Friseure und Visagisten

Der Fokus des Unternehmens liegt inzwischen nicht mehr nur am Produktverkauf: „Als Expert*innen für Augenbrauen und Wimpern haben wir bereits fast einhundert Produkte im Portfolio. Die meisten davon sind allerdings für den ‚Professional-Bereich‘ gedacht, also für Friseur*innen oder Visagist*innen. Für die entsprechende Produkt-Einschulung haben wir daher hier am Standort in Pasching die ‚andmetics professional academy‘ ins Leben gerufen.“ Das Schulungszentrum befindet sich direkt in der Firmenzentrale, gleich neben der „andmetics“-Lagerhalle, wo täglich LKW mit Lieferungen aufbrechen. „Im aktuellen Jahr werden wir mehr als drei Millionen Euro Umsatz machen“, verrät Freudenthaler, der im Büro aktuell sechzehn Mitarbeiter*innen beschäftigt. Das Arbeitsklima bei „andmetics“ bezeichnet der 38-Jährige als familiär: „Unsere Mitarbeiter*innen haben sehr viele Freiheiten. Ich glaube, wenn man jemandem genügend Entfaltungsmöglichkeiten lässt, kommt auch am meisten dabei raus. Jede*r bei uns hat seinen eigenen Verantwortungsbereich, zusätzlich leben wir eine ‚Hands on Mentalität‘. Da kann es beispielsweise auch mal vorkommen, dass die Büroangestellten spontan im Lager aushelfen, wenn dort Not am Mann oder an der Frau ist.“ In naher Zukunft will sich „andmetics“ weiter auf die Kernmärkte Europa und USA konzentrieren und am Ausbau der Markenbekanntheit arbeiten: „Wenn es ums Thema Augenbrauen und Wimpern geht, sollten Professionisten sofort an ‚andmetics‘ denken. Das ist unser Ziel.“

andmetics[®]
PROFESSIONAL

andmetics GmbH

Standort	Pasching
Gründungsjahr	2014
Mitarbeiter*innen	16
Facts	Prognostizierter Jahresumsatz 2023 ≈ 3,5 Millionen Euro

Bilderbuch Karriere



Bernadette Hartl verwandelt antiquierte Bücher in einzigartige Handtaschen - und schreibt damit ihre persönliche Erfolgsgeschichte.



Die Liebe zu Papier begleitet Bernadette Hartl schon seit ihrer Studienzeit. „Ich habe drei Jahre lang in Korea gelebt. Dort bin ich auf die koreanische Papierkunst gestoßen und war fasziniert.“ Von ihrem Auslandsaufenthalt brachte die gebürtige Mühlviertlerin nicht nur perfekte Koreanisch-Kenntnisse mit nach Hause, sondern auch einen etwas „anderen“ Blick auf Gegenstände. „Plötzlich habe ich mir alte Dinge angeschaut und nicht mehr nur überlegt, wie sie wohl früher verwendet worden sind, sondern auch, was man vielleicht noch daraus machen kann.“

Kreativ in der Schwangerschaft

Die Idee, ein Buch in eine Tasche zu verwandeln, kam Bernadette während ihrer Schwangerschaft im Frühjahr 2013. „Ich hatte gerade ein wunderschönes altes Buch mit Goldprägungen gelesen, das ich nicht einfach weggeben, sondern weiterverwenden wollte. Plötzlich kam mir die Idee, daraus eine Tasche zu machen. Ich habe überlegt, wie das funktionieren könnte und einen ersten Prototyp genäht, auf den ich ständig angesprochen wurde“, erinnert sich die 45-Jährige, die auch das Startup Center des FH Oberösterreich Campus Steyr leitet. Bald trudelten erste Bestellungen ein, gleichzeitig tüftelte Bernadette in ihrem Atelier im historischen Steyrer Wehrgraben an der Weiterentwicklung ihres Produktes. „Natürlich waren die ersten Taschen noch nicht optimal verarbeitet, unter anderem fehlte ein Nässe- und ein Kantenschutz. Doch ich habe mich nicht entmutigen lassen, sondern immer weitergemacht.“



Bernadette Hartl mit einem ihrer „Bernanderl“-Schmuckstücke

„Bernanderl“-Taschen als österreichweite Verkaufsschlager

Seit Juni 2016 gibt es die Marke „Bernanderl“ offiziell und mittlerweile sind Bernadettes ausgefallene Bücher-Taschen in ganz Österreich heiß begehrt. Die Herstellung ist allerdings eine Wissenschaft für sich: „Um auf den dicken Bucheinbänden überhaupt nähen zu können, habe ich eine hundert Jahre alte Schusternähmaschine im Einsatz. Für die Stoffeinsätze an den Seiten verwende ich Krawatten und ich habe sogar eine Methode entwickelt, mit der sich dünnere Bücher zu breiteren Taschen verarbeiten lassen.“ Bei der Auswahl ihrer Buchmotive ist Bernadette sehr wählerisch. „Ich bin oft auf Flohmärkten unterwegs und bekomme zudem Unmengen alter Bücher geschenkt. Besonders schön finde ich Goldprägungen, außerdem liebe ich die Motive von Mädchenromanen aus den Fünfzigerjahren.“

Laptoptasche für Ex-Bundespräsident Heinz Fischer

Auch die Bestellungen der Kund*innen sind speziell: „Ich hatte beispielsweise eine Auftragsarbeit für eine Mathematik-Professorin, da war ein Algebra-Buch als Tasche natürlich naheliegend. Außerdem durfte ich das Bundesgesetzblatt für den früheren Bundespräsidenten Heinz Fischer in eine Laptoptasche verwandeln.“ Rund zweihundert Unikate produziert Bernadette jährlich, an einer großen Tasche sitzt die Designerin mindestens neun Stunden. „Allerdings muss da sämtliches Material bereits vorhanden sein“. Zeit zum Nähen findet die Dreifachmama meistens nur an den Abenden oder am Wochenende. „Das ist aber nicht schlimm, im Gegenteil! Ich erhole mich bei der Handarbeit. ‚Bernanderl‘ war ja ursprünglich eher als Hobby bzw. Ausgleich gedacht, bevor ungeplant ein Business daraus entstanden ist.“ Anderen Gründer*innen rät Hartl, bei potenziellen Geschäftsideen unbedingt am Ball zu bleiben: „Solange man etwas mit Spaß und Leidenschaft macht, kann es nur ein Erfolg werden. Wichtig ist außerdem, als Unternehmen nicht zu schnell, dafür aber gesund zu wachsen.“



Bernanderl Upcycling

Standort	Steyr
Gründungsjahr	2016
Mitarbeiter*innen	2
Facts	1300 bisher verkaufte Taschen

Automatisch aromatisch



BistroBox CEO und FH-Absolvent Klaus Haberl mit einer ofenfrischen Pizza



BistroBox GmbH

Standort	Holzhausen
Gründungsjahr	2009
Mitarbeiter*innen	14
Facts	150.000 monatliche Konsument*innen

Beim gemeinsamen Ski-ausflug entstehen offenbar die besten Geschäftsideen. Zumindest war es so im Fall der „BistroBox“. Seit 2009 werden Kund*innen des erfolgreichen Startups im wahrsten Sinne des Wortes „automatisch“ mit ofenfrischer Pizza versorgt. Die drei Gründer haben allesamt an der FH Oberösterreich studiert - und dort sogar ganze Nächte verbracht.

„Manchmal haben wir sogar direkt in der FH übernachtet,“ erzählt Geschäftsführer Klaus Haberl über die intensive Anfangszeit der „BistroBox“. Gemeinsam mit seinen beiden Mitgründern David Kieslinger und Jürgen Traxler hatte der 39-Jährige ein kleines Büro am FH Oberösterreich Campus Wels zur Verfügung, wo die Produktentwicklung vorangetrieben wurde.

FH-Seminarraum als Pizzabackstube

„Unsere ersten Prototypen haben wir in einem Seminarraum gebaut. Der allererste Pizzaofen war der Küchenofen meiner Mutter. Vier Jahre lang haben wir unsere Geschäftsidee direkt an der FH verfolgt. Für diese tolle Unterstützung sind wir sehr dankbar.“ Der „BistroBox“-CEO hat Automatisierungstechnik und Wirtschaftsingenieurwesen studiert, auch seine beiden Kollegen waren im selben Studiengang. Die Idee zur „BistroBox“ wurde in der FH geboren und bei einem Skiausflug verfeinert. „Der Gedanke zum automatischen Pizzaofen kam uns nach der Hütteneinkehr in Schladming. Ursprünglich wollten wir einen smarten Brotbackautomaten entwickeln, sind davon aber rasch abgekommen, weil sich Semmeln und Co. wirtschaftlich nicht rechnen. Die Idee eines digitalen Pizzaofens hat uns da um Einiges besser gefallen“, so Haberl.

Step by step zur „BistroBox“

In einer Marktstudie mit tausend Teilnehmer*innen erhoben die Studenten daher unter anderem, wie groß eine solche Pizza sein müsste und wie lange die Leute nach der Bestellung darauf warten würden. Basierend auf diesen Ergebnissen entwickelten sie den ersten Prototypen ihres automatisierten Pizza-Ofens. „Die erste Pizza, die rausgekommen ist, war zwar komplett verkohlt, aber immerhin warm in der Mitte“, lacht Haberl über die ersten Backversuche. Step by step entwickelten die Jungunternehmer die Startup-Idee weiter, 2009 gründeten sie schließlich das Unternehmen. Seitdem steigt der Umsatz jährlich und auch die Standorte der „BistroBox“ werden stetig mehr.



47 Standorte in ganz Österreich

„2015 sind wir mit unserem Franchise-System auf den Markt gekommen. Mittlerweile betreiben wir österreichweit siebenundvierzig Standorte.“ In der „BistroBox“ gibt es nicht nur rund um die Uhr ofenfrische Pizza, sondern auch Snacks, Getränke und „Coffee-to-go“. „Der*die Kund*in kann per Touchdisplay eine beliebige Pizzasorte auswählen und bekommt sie innerhalb von zweieinhalb Minuten direkt aus dem Heißluftofen serviert.“ Die Qualität der „BistroBox“-Pizzen ist top, die Rückmeldungen der Kund*innen ebenfalls. „Natürlich waren die Leute zu Beginn etwas voreingenommen, immerhin kommt die Pizza aus einem Automaten. Doch die Skepsis hat sich nach einer leckeren Kostprobe rasch gelegt“, schmunzelt Haberl. Auch viele andere Länder bekunden mittlerweile Interesse am smarten Shop-Konzept. „Der Schritt der Internationalisierung muss allerdings gut geplant und umgesetzt sein“, so der CEO.

Neue Geschäftsidee: „24/7 Smart Store“

Auch an einer weiteren Geschäftsidee wird bereits mit Hochdruck getüftelt: einem digitalen Tankstellen-Shop. Der so genannte „24/7 Smart Store“ führt mehr als 230 Produkte, wird vom örtlichen Bäcker beliefert und kommt gänzlich ohne Personal aus. „Auf einem großen Touchdisplay wird der Einkauf bestellt und per Karte oder Handy bezahlt, danach liefern die einzelnen Stationen im Shop alle gewählten Produkte vollautomatisch aus“, erklärt Haberl. „Noch vor wenigen Jahren wäre eine solche Lösung mit Sicherheit scharf kritisiert worden. Durch den vorherrschenden Fachkräftemangel befindet sich aber auch die gesamte Tankstellenbranche im Umbruch, somit ist der ‚24/7 Smart Store‘ eine mehr als willkommene Lösung.“ Namhafte internationale Tankstellenbetreiber besichtigen bereits im Wochentakt den Flagship-Store des smarten Tankstellenshops, der sich an der Westausfahrt von Steyr befindet.

Wöchentliche Mitarbeiter*innen-Radtour

Das Arbeitspensum für Klaus Haberl wird also nicht weniger. „Ich arbeite sicher nach wie vor fünfzig bis sechzig Stunden pro Woche. Aber die ganz groben Ausreißer von früher sind immerhin Geschichte“, so der 39-Jährige. Den Ausgleich zum stressigen Joballtag findet der Familienvater beim Rennradfahren. „Einmal pro Woche fahren wir gemeinsam mit dem Rennrad von unserer Firmenzentrale in Holzhausen weg, als wohlverdiente Jause nach der Radtour gibt es dann Pizza und Bier an einem unserer ‚BistroBox‘-Standorte.“ Vierzehn Mitarbeiter*innen sind aktuell im Kernteam der BistroBox beschäftigt, der Fokus liegt sowohl auf „B2B“- als auch „B2C“-Kund*innen. „Wir kümmern uns um Service und Support bestehender Boxen, überlegen, wie wir neue Franchise-Partner gewinnen, die Digitalisierung vorantreiben, etc.“ Und wer weiß, vielleicht schießen ja auch die „24/7 Smart Stores“ bald wie Schwammerl aus dem Boden.

Wahr gewordenes Software Märchen



In Hagenberg studiert, in Hagenberg Karriere gemacht: bluesource COO Roland Sprengseis

Als erster App-Entwickler Österreichs schrieb „bluesource“ bereits Anfang der 2000er digitale Erfolgsgeschichte. Seit mehr als zwanzig Jahren arbeitet das Unternehmen an mobilen Softwarelösungen für das Smartphone und setzt damit Trends in der Digitalbranche. Der neueste Clou: das Handy als Kassa.

Digitale Kundenkarten für das Smartphone – die App „mobile-pocket“ war der große Durchbruch für „bluesource“ und machte die Software-Firma weit über Österreichs Grenzen hinaus bekannt. Konkret seit 2001 entwickelt die erfolgreiche Softwarefirma am FH Oberösterreich Campus Hagenberg bahnbrechende Softwarelösungen für Banken, Finanzdienstleister, Versicherungen und den Handel. „Unser Branchenwissen und unser langjähriges IT-Knowhow machen uns zum idealen Partner für die Digitalisierung von Geschäftsprozessen“, sagt COO Roland Sprengseis.

WG-Kollegen und spätere Geschäftspartner

Am 1. Oktober 1995 startete der gebürtige Welsler das Studium „Software Engineering“ am FH Oberösterreich Campus Hagenberg und legte am selben Tag auch den Grundstein für die spätere gemeinsame Software-Firma mit Geschäftspartner, CEO Wolfgang Stockner. „Wir haben damals, ohne uns zu kennen eine WG gegründet. Drei Jahre lang haben wir gemeinsam studiert, viel gelernt und natürlich auch viele Feste gefeiert“, schmunzelt er. Nach dem Studium und diversen Auslandspraktika kreuzten sich ihre Wege erneut in Hagenberg und die Absolventen beschlossen, eine Firma zu gründen. „Wolfgang wollte unbedingt Geschäftsführer sein, unser Mitgründer Alexander Hofmann Software-Lösungen entwickeln und dann brauchte es natürlich noch jemanden, der das Ganze programmiert. Das war damals ich“, erzählt Sprengseis.

Vorreiter in der App-Entwicklung

Anfangs hatten die drei Jungunternehmer noch ein Sicherheitsnetz in Form ihrer Anstellung beim Software Competence Center Hagenberg, 2002 beschlossen sie schließlich, unternehmerisch aufs Ganze zu gehen. „Anfangs haben wir hauptsächlich Software für Elektronikmarken wie Samsung oder LG entwickelt. 2009 wurde der App-Store in Österreich released. Zu diesem Zeitpunkt schwenkten wir auf App-Entwicklung um.“ Mit der App „mobile-pocket“ (Sammlung digitaler Kundenkarten am Smartphone) setzten „bluesour-

ce“ im Jahr 2010 neue digitale Maßstäbe und konnten sich plötzlich vor Aufträgen kaum noch retten. „Wir waren zu dieser Zeit der einzige App-Entwickler in Österreich. Natürlich kamen alle zu uns, bis hin zu den großen Konzernen.“ Auch wenn sich die Geschichte von „bluesource“ liest wie ein wahr gewordenes Software-Märchen, die Zeiten waren nicht immer nur rosig. „Beim Start von ‚mobile-pocket‘ gingen wir eine Kooperation ein und merkten erst später, dass wir es mit einem Betrüger zu tun hatten. Das hätte uns beinahe unser Unternehmer-Leben gekostet.“

Arbeitsalltag 35-Stunden-Woche

Heute arbeitet „bluesource“ hauptsächlich im Hintergrund für die Software großer Banken, Finanzdienstleister oder Händler und beschäftigt rund sechzig Mitarbeiter*innen mit einer flexiblen 35-Stunden-Woche. Das Büro am Standort Hagenberg ist luftig und modern, die Besprechungsräume allesamt nach Musiklegenden benannt. „Das war mein Wunsch, da ich neben meinem Job auch noch eine Band habe“, erklärt Roland Sprengseis, der 2012 als Programmierer seine letzte Codezeilen geschrieben hat.

Das Smartphone als Kassa

Mittlerweile beschäftigt sich der Vater zweier Söhne hauptsächlich mit organisatorischen und kaufmännischen Dingen. „Manchmal programmiere ich noch in meiner Freizeit, dann allerdings für mein Hobby, die Musik.“ Wenn man den COO auf die digitale Entwicklung der kommenden Jahre anspricht, wird es hochspannend: „Mal schauen, wo bspw. die Akku-Entwicklung hingeht. Vielleicht laden wir bald schon mit unserer eigenen Körperwärme den Handyakku. Immerhin heizen wir Menschen mit bis zu 80 Watt, das ist eine Energiequelle, die man produktiv nutzen könnte. Vielleicht liegt in fünf Jahren aber auch ein Smartphone zum Zusammenrollen vor uns oder wir tragen eine einsetzbare Linse. Irgendeine Form der Projektionsfläche wird es aber immer brauchen, der Mensch ist schließlich ein audiovisuelles Lebewesen.“ Das neueste Projekt von „bluesource“ ist bereits ziemlich konkret: Das Softwareunternehmen macht das Smartphone zur Kassa. „Gemeinsam mit ‚PayOne‘ haben wir eine Lösung entwickelt, dank der Händler, KMU sowie Gewerbetreibende per App-Zahlungen von einer Giro- oder Kreditkarte direkt am Handy entgegennehmen können. Sogar die PIN-Eingabe ist am Smartphone möglich. Das ist europaweit noch einzigartig.“

BLUESOURCE 
mobile solutions™

bluesource - mobile solutions gmbh

Standort	Hagenberg
Gründungsjahr	2002
Mitarbeiter*innen	60
Facts	Prognostizierter Jahresumsatz 2023 ≈ 5,4 Millionen Euro

Erfolgs- Brototypen



Ein Produktmanager und ein IT-Spezialist mischen seit 2016 die heimische Bäcker-szene auf. Stefan Faschinger und Oliver Raferzeder backen ihre Brötchen mit Kreativität, Leidenschaft und den besten regionalen Bio-Zutaten. Das Ergebnis macht definitiv „brotsüchtig“.



Karriere in der Backstube: die „brotsüchtig“
Gründer Oliver Raferzeder und Stefan Faschinger (v.l.n.r.)

Stefan Faschinger und Oliver Raferzeder sind Schwager, gute Freunde und Gründer der Bio-Bäckerei „brotsüchtig“. „Es gab Zeiten, da habe ich Oliver sicher öfter gesehen als meine Ehefrau“, lacht Stefan über die ersten Jahre der gemeinsamen Bäckerkarriere. Die könnte ungewöhnlicher nicht sein: Stefan hat an der FH Oberösterreich Campus Wels „Innovations- und Produktmanagement“ studiert, Oliver kommt ursprünglich aus der IT-Branche.

Von der FH in die Backstube

Vor sechs Jahren befinden sich die beiden Mühlviertler in einer ähnlichen Ausgangslage: Stefan steigt gerade ins Berufsleben ein, Oliver will jobtechnisch neu durchstarten. Gemeinsam überlegen die Jungs, wo ihre Reise hingehen soll, und bald ist klar: Sie wollen ihr tägliches Brot als Bio-Bäcker verdienen. Mit Knowhow aus Design, Marketing und Technik erarbeiten sie neun Monate lang ein ausgeklügeltes Konzept. „Die Ausbildung mit technischem und wirtschaftlichem Hintergrund plus unser modernes Denken haben uns sehr geholfen“, sagt Oliver. Im Mai 2016 gründen die Quereinsteiger schließlich den ersten „brotsüchtig“-Shop in der Linzer Herrenstraße.

Arbeitsstart um 2 Uhr Früh

Seitdem schreiben sie Erfolgsgeschichte; mittlerweile betreibt „brotsüchtig“ vier Standorte in Linz, Wels und Steyregg und macht rund drei Millionen Euro Umsatz pro Jahr. Natürlich waren die Zeiten anfangs hart, hauptsächlich wegen der Arbeitslast: „Wir waren damals ja nur zu zweit - plus meinem

Papa, der selbst Bäckermeister ist und zwanzig Stunden in der Backstube mitgearbeitet hat. Wir beide haben sicher hundert Stunden pro Woche gearbeitet. Ab 2:00 Uhr Früh gebacken, alles selbst ausgeliefert, bis abends im Shop verkauft, dann noch Backstube geputzt und in den frühen Morgenstunden wieder alles von vorn. Ich habe in der Zeit acht Kilogramm abgenommen“, verrät Stefan. „Ich war richtig schlecht beieinander, allerdings mit der Betonung auf ‚glücklich schlecht‘. Es hat Spaß gemacht, aber das Arbeitspensum war eindeutig zu hoch.“

In ist, was drin ist

„Wir hätten allerdings auch nie damit gerechnet, dass ‚brotsüchtig‘ gleich von Anfang an derartig einschlägt“. Mit ihren regionalen Dinkel-Produkten haben Oliver und Stefan einen Nerv getroffen. „Die Kund*innen wollen ihr Gebäck nicht mehr bei großen Bäckerei-Ketten kaufen, wo sie nicht genau wissen, was drin ist. Bei uns wissen sie, was sie bekommen und das wird auch wirklich wertgeschätzt.“ Dabei war die Herstellung der Backwaren anfangs gar nicht so leicht: „Dinkel verhält sich beim Backen komplett anders als Weizen. Er ist viel schwieriger zu verarbeiten. Wir haben unzählige Stunden am Teig getüftelt. Irgendwann waren wir mit den Mohnflesserln dann doch zufrieden. Trotzdem arbeiten wir auch heute noch ständig an der Weiterentwicklung unserer Produkte“, erzählt Oliver. Als Innovations- und Produktmanager wusste Stefan von Anfang an, wie er die Backwaren am besten vermarkten kann. Bestandteil der kreativen Marketingstrategie von „brotsüchtig“ sind unter anderem originelle

Brotnamen – „Roger Roggen“, „Volker Vollkorn“ oder „Brigitte Baguette“ sind nur ein paar Beispiele für die gebackenen Charaktere in der Verkaufstheke. „Die Brotnamen, unser Design, das ist alles auf meinem Mist gewachsen“, verrät er. Oliver ist für Technik und IT im Hintergrund zuständig, außerdem passt er auf, dass logistisch alles wie am Schnürchen läuft. Somit ergänzen sich die beiden Geschäftspartner perfekt und das spürt auch der Bäcker-Markt in Oberösterreich: „So wie wir aktuell in Sachen Digitalisierung und Marketing aufgestellt sind, können wir richtig Gas geben und bringen ordentlich frischen Wind in die Szene.“

Power-Bäcker und Familienväter

Tatkräftige Unterstützung bekommen die beiden Jungs von mittlerweile mehr als vierzig Mitarbeiter*innen. Zudem trudeln ständig neue Bewerbungen ein. „Der Fachkräftemangel ist bei uns nicht wirklich Thema - offensichtlich wollen die Leute bei uns arbeiten“, sagt Stefan. Nach den arbeitsintensiven ersten Gründungsjahren erleben Stefan und Oliver mittlerweile sogar „normale“ Acht-Stunden-Arbeitstage. Ihre Freizeit verbringen beide im Kreise ihrer Familie - Stefan ist kürzlich zum zweiten Mal Papa geworden, Oliver hat mittlerweile drei Kids. Doch mit ihrem Elan und Fleiß kriegen die beiden Mühlviertler so ziemlich alles gebacken. „Kinderzeit ist für uns eigentlich keine Arbeit. Wir machen unseren Job beide so gern, dass es sich mehr nach einem Hobby anfühlt.“ Das ist auch ein Tipp, den Oliver und Stefan anderen potenziellen Gründer*innen mitgeben möchten: „Wenn man

ein Startup gründet, sollte man eine Idee haben, für die man innerlich wirklich brennt. Ansonsten wird’s mit dem Erfolg langfristig schwierig.“ Apropos, wo sehen sich die beiden Power-Bäcker eigentlich in zehn Jahren? „Natürlich noch immer in der Backstube“, lachen die beiden. Abgesehen davon soll „brotsüchtig“ nicht mehr zu stark wachsen. „Einer unserer zentralen Werte ist und bleibt die Regionalität. Deshalb wollen wir für unsere Kund*innen auch halten, was wir versprechen – weiterhin regional zu produzieren und zu verkaufen“.



brotsüchtig GmbH

Standort	Steyregg
Gründungsjahr	2016
Mitarbeiter*innen	43
Facts	Prognostizierter Jahresumsatz 2023 ≈ 2,9 Millionen Euro

Two women show

American dream, made in Oberösterreich. Nach einem Florida-Aufenthalt machte sich CAMBIO-Gründerin Claudia Kriechbaumer im Beauty-Business selbstständig. Heute führen sie und Marlies Pinsker die größte Make-up- und Visagisten-Schule Österreichs.



Schön erfolgreich: die beiden CAMBIO-Geschäftsführerinnen Marlies Pinsker und Claudia Kriechbaumer (v.l.n.r.)

Vor zehn Jahren legte Claudia Kriechbaumer den Grundstein für eine Beauty-Erfolgsgeschichte. Nach ihrer Ausbildung zum „Make-up- und Skin Care-Coach“ in Miami beschloss die Krankenschwester, beruflich neue Wege zu gehen und sich in der Schönheitsbranche selbstständig zu machen. Sie gab erste Visagisten-Kurse und lernte dabei die Kindergartenpädagogin Marlies Pinsker kennen, die sich rasch entschloss, mit ins Business einzusteigen.

Mit Kampfgeist zum Erfolg

„Claudias Geschäftsidee einer professionellen Make-up-Ausbildungsstätte hat mir sehr gut gefallen. 2013 gründeten wir die ‚CAMBIO Beauty-Academy‘. Zu Beginn waren wir sehr viel unterwegs und haben beispielsweise bei Miss-Wahlen oder anderen Events kostenlos geschminkt, um bekannter zu werden und entsprechende Connections zu knüpfen.“ Leider spürten die beiden Jungunternehmerinnen starken Gegenwind aus der eigenen Branche: „Der Konkurrenzdruck in diesem Business ist riesig. Einmal hatten wir sogar mit Rufschädigung zu kämpfen“, beschreibt Marlies Pinsker die schwierigen ersten Geschäftsmonate. Doch die „CAMBIO“-Gründerinnen ließen sich nicht unterkriegen. Ihre Kurse wurden begeistert angenommen, gleichzeitig gewannen sie wichtige Kooperationspartner wie den Privatsender „LT1“ und das Magazin „Die Oberösterreicherin“, wo sie bis heute Models und Moderator*innen für Auftritte und Foto-shootings stylen.

Vollzeit-Job und FH-Studium

Zusätzlich zum „CAMBIO“-Headquarter in der Linzer Schillerstraße eröffneten die beiden gebürtigen Mühlviertlerinnen rasch weitere Standorte des Beauty-Unternehmens: „Ab 2015 hatten wir ein Studio in Mödling, außerdem haben wir in Salzburg Ausbildungen angeboten. 2019 haben wir schließlich eine Dependence in Wien eröffnet. In der Bundeshauptstadt vertreten zu sein war für unseren Bekanntheitsgrad sicher noch einmal ein Gamechanger“, so Pinsker, die neben ihrem Vollzeit-Job bei „CAMBIO“ noch ein FH-Studium startete. „Als Kindergartenpädagogin fehlte mir schlichtweg das kaufmännische Wissen, das man für ein Unternehmen wie ‚CAMBIO‘ braucht. Deshalb habe ich berufsbegleitend ein Management Studium an der FH Oberösterreich Campus Linz absolviert, das mir sehr weitergeholfen hat.“



CAMBIO BEAUTYACADEMY GmbH

Standort	Linz
Gründungsjahr	2013
Mitarbeiter*innen	4, 17 freiberufliche Trainer*innen
Facts	Rund 1.000 bisherige Absolvent*innen



Wer schön sein will, bucht CAMBIO

No filter needed

Die Diplom-Visagistik-Ausbildungen der „CAMBIO Beauty Academy“ zielen einerseits darauf ab, neue Make-up-Artisten hervorzubringen, andererseits soll die Schönheitsbranche von Klischees befreit werden: „Make-up ist kein oberflächliches Thema. Letztendlich geht es beim Schminken darum, das Beste aus der eigenen Persönlichkeit herauszuholen, die eigene Individualität zu unterstreichen und sich insgesamt wohler in seinem Körper zu fühlen. Das wiederum führt zu mehr Selbstbewusstsein. Wir wollen den Frauen zeigen, dass sie keine optimierten Fotofilter von Instagram und Co. brauchen, um sich schön zu fühlen“, so Marlies Pinsker. Rund tausend Teilnehmer*innen haben die Ausbildung zum Make-up-Artist bereits bei „CAMBIO“ absolviert. Mit ihrem Abschluss haben sie die Möglichkeit, sich selbstständig zu machen oder in einem Angestelltenverhältnis zu arbeiten. Seit Juni 2023 bietet die Beauty-Academy zusätzlich ein hybrides Ausbildungsformat an. „Durch die Kombination von Online- und Präsenzunterricht vermitteln wir nun alle theoretischen Inhalte auf unserer ‚CAMBIO-E-Learning-Plattform‘. So haben Student*innen die Möglichkeit, zu jeder Zeit und von überall aus zu lernen“, erklärt Claudia Kriechbaumer. Auch eine weitere Ausweitung des Franchise-Systems plus eine eigene „CAMBIO“-Make-up-Linie sind bereits in Planung. Neben der vielen Arbeit bleibt den beiden Powerfrauen nur wenig Freizeit. „Es ist immer viel und es ist definitiv nicht mit einem ‚normalen‘ Vollzeitjob zu vergleichen. Immerhin können wir uns gegenseitig etwas Freiraum verschaffen. Trotzdem sind wir beide absolute Workaholics“, verrät FH-Absolventin Pinsker. Die 30-Jährige rät anderen Gründer*innen, stets am Ball zu bleiben: „In der Selbstständigkeit darf man nicht darauf warten, dass man Geschäfte macht. Man muss ständig neue Ideen entwickeln und entsprechend umtriebig sein. Netzwerken ist alles.“

Digital wert- geschätzt



Sie haben sich an der FH Oberösterreich kennen- und lieben gelernt: Innoviduum CEO Markus Pollhamer und seine Ehefrau, COO Anna Pollhamer

Manchmal kann ein einziges kurzes Gespräch Großes bewirken. Zum Beispiel im Fall von „Innoviduum“. CEO Markus Pollhamer hat auf den Ratschlag eines Freundes gehört und sich beruflich neu orientiert. Beim Studium an der FH Oberösterreich fand er berufliche Erfüllung und privates Glück.



Das Team von Innoviduum

„Er war der erste Mensch, der mir meine Stärken rückgemeldet hat und gemeint hat, ich solle mich doch beruflich umorientieren, wenn ich im gelernten Handwerksberuf nicht richtig glücklich bin“, erzählt der „Innoviduum“-Gründer über dieses eine Gespräch beim Bundesheer, das ihn nachhaltig geprägt hat. Der gebürtige Gmundner nimmt den Rat seines Freundes ernst und startet 2003 das Studium „Innovations- und Produktmanagement“ am FH Oberösterreich Campus Wels. Im Hörsaal lernt er seine heutige Ehefrau und Geschäftspartnerin Anna Pollhamer kennen. Nach dem Studium arbeiten die beiden mehrere Jahre in großen Konzernen, ein bestimmter Gedanke lässt sie aber nie so richtig los: „Wir haben die ganze Zeit überlegt, wie wir auch anderen Menschen den Zugang zu stärkenorientiertem Feedback erleichtern können.“

Brainstorming am Kamelrücken

Beim Kamelritt auf einer sechsmonatigen Weltreise entstand schließlich die zündende Idee zu „Innoviduum“: „Wir verbinden Technologie mit der Entwicklung von Personen und Organisationen. Unsere ‚Positive Tools‘ rücken das Thema Wertschätzung in Unternehmen und an Schulen in den Vordergrund. Kolleg*innen geben sich untereinander schriftlich positives Feedback. Der*die Feedbackgeber*in hat Zeit, sich in Ruhe Gedanken zu machen und zu überlegen, was er*sie schreibt. Somit sinkt auch die psychologische Hemmschwelle. Es ist unglaublich, welche positive Emotionen durch unser Tool entstehen. Kolleg*innen, die seit fünfzehn Jahren im Büro gegenüber sitzen, sagen sich plötzlich erstmals, was sie aneinander schätzen. Da fließen schon einmal Tränen der Dankbarkeit –und das Unternehmensklima verbessert sich extrem.“

Unternehmerisches Umdenken durch Corona

Seit 2016 gibt es die „Innoviduum GmbH“ offiziell, die Anfangszeit war für das Gründer-Ehepaar alles andere als leicht. „Die Unternehmen haben sich gewundert, was wir mit dem Thema der Stärkenorientierung erreichen wollen – es wäre doch viel wichtiger, zuerst die Schwächen wegzubrin-

gen“, erzählt COO Anna Pollhamer. In Corona-Zeiten wendet sich das Blatt schlagartig. „Die Pandemie hat sich hier eigentlich positiv ausgewirkt. Plötzlich wollten die Unternehmen, dass ihre Mitarbeiter*innen resilienter und zufriedener werden und waren offener für Positive Leadership.“ Inzwischen arbeiten über achtzig Partner*innen mit den „Positive Tools“ von „Innoviduum“, darunter auch viele Trainer*innen und Coaches. Ein Kunde ist unter anderem der größte private Arbeitgeber Oberösterreichs.

Stärkenorientierung auch an Schulen

„Wir wachsen langsam, dafür nachhaltig – und sehen uns deshalb auch nicht als typisches Startup. Eine Vision für die Zukunft gibt es aber definitiv: Wir möchten eine Welt mitgestalten, wo Stärkenorientierung so selbstverständlich ist, wie das Zähneputzen am Morgen. Entscheidend für die Eltern einer Tochter ist dabei auch die weitere Verbreitung ihrer Webapplikation „TalentLoop“ an österreichischen Schulen. „Wir wollen erreichen, dass positive Psychologie im Unterricht gelebt wird. Außerdem sollen die Jugendlichen leichter herausfinden können, wo ihre Stärken liegen, speziell im Hinblick auf die spätere Berufswahl.“

Innoviduum

Innoviduum GmbH

Standort	Linz
Gründungsjahr	2016
Mitarbeiter*innen	6
Facts	200.000 positive Feedbacks

Presenting: presono



Das Gründungssteam hinter presono: Hannes Freudenthaler, Martin Behrens und Martin Luftensteiner (v.l.n.r.)

Wenn eine Software-Geschäftsidee namhafte Geldgeber überzeugt, noch bevor sie überhaupt programmiert wurde, hat sie offensichtlich großes Potential. Den drei Gründern von „presono“ ist gelungen, wovon Startup-Gründer*innen träumen.

Mit zweiunddreißig Jahren blickt „presono“-CEO Martin Behrens bereits auf eine beeindruckende Startup-Karriere zurück. 2015 entwarf der damals 24-Jährige gemeinsam mit Hannes Freudenthaler und Martin Luftensteiner eine revolutionäre Art der Präsentationssoftware. „presono“ ist maßgeschneidert auf die Bedürfnisse von Unternehmen und vereinfacht interne Prozesse ungemein. „Die Ursprungsidee zu ‚presono‘ hatte mein guter Freund und FH Oberösterreich Campus Wels Absolvent Hannes Freudenthaler. Bei seinem ersten Job als Produktmanager in einer Kältetechnik-Firma stellte er fest, dass es unter anderem im Bereich Produktpräsentation sehr viele strukturelle Probleme gibt. Daraus entstand die Idee, eine einheitliche, professionelle Unternehmensplattform für Marketing- und Vertriebsinhalte zu generieren.“

„All in one“- Softwarelösung

Als revolutionäre Softwarelösung deckt „presono“ alles ab: vom Design und der Erstellung von Slides, dem Managen von Content bis hin zur Analyse und Ausgabe von Präsentationen. „Jede*r Mitarbeiter*in kann von überall on- oder offline auf diesen klar strukturierten Content Hub zugreifen und bekommt automatisch die jeweils letztgültige Version eines Dokuments oder freigegebene Mustervorlagen. So können etwa Produktpräsentationen oder Marketingpräsentationen im entsprechenden Corporate Design auch von Nicht-Grafiker*innen problemlos erstellt und verwaltet werden.“ Die Geschäftsidee wurde anfangs an Startup-Mentor Gerold

Weisz herangetragen, der die Jungunternehmer ermutigte, sich intensiver damit auseinanderzusetzen.

Großkunden mit an Bord

„Das haben wir auch gemacht, allerdings fehlte uns für die entsprechende Umsetzung das nötige Startkapital. Deshalb sind wir mit unserem Konzept zu namhaften Unternehmen wie ‚Hauser Kältetechnik‘, ‚Greiner Packaging‘, ‚KEBA‘ und ‚Haidmair‘ gegangen und haben sie überzeugt, uns als ‚Referenzkunden‘ bereits in der Entwicklungsphase zu unterstützen – einerseits durch Feedbackrunden, andererseits durch bezahlte Aufträge.“ Der Plan ging auf. Heute betreut „presono“ Unternehmen wie „Erema“, „Keba“ oder „TGW“. Auch die „Ursprungskunden“ „Hauser Kältetechnik“, „Keba“, „Greiner Packaging“ und „Haidmair“ sind nach wie vor mit an Bord. Verkauft wird das Präsentations-Tool am Markt in verschiedenen Abstufungen von Lizenzpaketen, bei der Implementierung vor Ort steht den Kund*innen ein eigenes Schulungsteam zur Seite. „Ziel ist natürlich, dass unsere Kund*innen selbstständig mit ‚presono‘ arbeiten können. Bei etwaigen Fragen stehen wir aber auch nach der Implementierung stets zur Verfügung.“

Vom Berliner zum Hagenberg-Absolvent

„presono“ beschäftigt mittlerweile elf Mitarbeiter*innen, ein Drittel davon arbeitet im Development-Team. Ein Großteil hat am FH Oberösterreich Campus Wels oder Hagenberg studiert. Auch der gebürtige Berliner Martin Behrens ist Ha-

genberg-Absolvent (Studiengang „Medientechnik- und Design“). „Ich habe mich in meiner Ausbildung in Deutschland gelangweilt. Irgendwann habe ich in einem Fachmagazin von der FH Oberösterreich gelesen und gedacht, das hört sich cool an“. Dabei wollte der „presono“-CEO ursprünglich Musical-Star werden: „Deutsch und Musik waren meine Abitur-Hauptfächer und in meiner Freizeit habe ich lieber Theater gespielt als gezockt. Ich konnte nicht einmal programmieren, bevor ich nach Hagenberg gegangen bin.“ Seine gute Bühnenpräsenz kam dem Hobby-Schauspieler auch für „presono“ zugute – 2016 überzeugten er und ein Kollege die Jury mit ihrem Pitch bei der Fernsehshow „Zwei Minuten, zwei Millionen“ und bekamen ein Mediabudget in der Höhe von einer Million Euro zugesprochen.

Team-Mittagessen und flexible Arbeitszeit

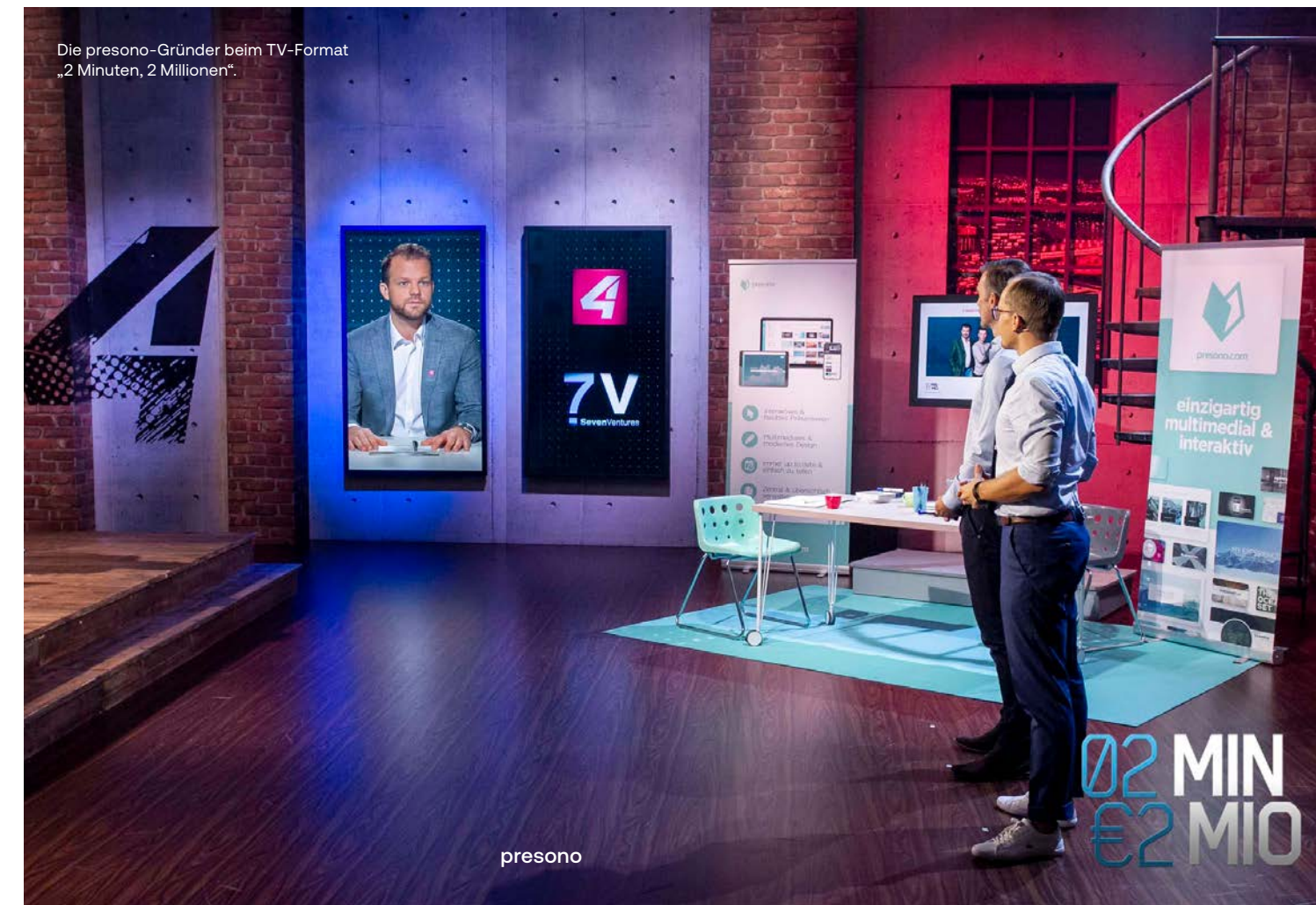
Die „presono“-Firmenzentrale liegt direkt an der Linzer Landstraße. Im geräumigen Großraumbüro herrscht trotz Homeoffice-Möglichkeit stets geschäftiges Treiben. Täglich gibt es ein gemeinsames Team-Mittagessen, die Arbeitszeiteinteilung ist äußerst flexibel. „Wir haben keine fixe Vorgabe, wie oft jemand da sein muss. Wir merken aber, dass die Mitarbeiter*innen sowieso lieber ins Büro kommen.“ Auch Martin Behrens ist so gut wie täglich vor Ort und als bekennender Workaholic sogar im Urlaub erreichbar. „Ich tu‘ mir generell schwer mit dem Handy weglegen, habe aber auch nicht unbedingt das Bedürfnis nach Digital Detox“. Den Ausgleich zum anspruchsvollen Joballtag holt sich der 32-Jährige im Extremsport. Als Triathlet hat er bereits bei der „Iron-man 70.3“-Weltmeisterschaft mitgemacht. Seine

Liebe zur Kultur lebt der Wahl-Oberösterreicher inzwischen eher als Besucher aus. „Berufliche Reisen haben mich unter anderem nach London und New York geführt, wo ich gleichzeitig die Chance nutzte, mir Musicals anzusehen. Aus Zeitgründen bin ich leider nicht mehr als Hobby-Schauspieler aktiv. Meine liebste Rolle vor vielen Jahren war die eines Psychopathen“, lacht er. Behrens´ Paraderolle bleibt wohl noch länger die des erfolgreichen „presono“-CEOs.



presono GmbH

Standort	Linzer
Gründungsjahr	2015
Mitarbeiter*innen	11
Facts	auf allen Kontinenten im Einsatz (ausgenommen Antarktis)



Die presono-Gründer beim TV-Format „Zwei Minuten, 2 Millionen“.

02 MIN
€2 MIO

Startup- Leader



Startup-Phänomen, Millionär und
FH-Absolvent Florian Gschwandtner

„Ich habe mindestens zehn Ideen pro Woche und bin ein sehr motivierter Mensch“, sagt Florian Gschwandtner über sich selbst. Der FH Oberösterreich Absolvent und „Runtastic“-Gründer hat die heimische Startup-Szene geprägt wie kein anderer. Mit unzähligen Success Stories und Millionen am Konto könnte sich der 40-Jährige eigentlich ruhigen Gewissens auf eine Südseeinsel verziehen. Doch Florian Gschwandtner und Stillstand, das funktioniert nicht. Eines seiner aktuellen Erfolgsprojekte heißt „Leaders21“.

„Ich hatte schon immer eine Affinität zur Technik“, erinnert sich Florian Gschwandtner an seine Kindheit und Jugend. „Mein Bruder hatte einen ‚Comodore 64‘, der hat mich fasziniert. Später habe ich mich mit den ersten Handys beschäftigt, sie beispielsweise für Freunde entsperrt oder Klingeltöne raufgespielt. Damit habe ich ein wenig Geld verdient.“

FH-Broschüre als Motivator

Eine Broschüre über den allerersten „Mobile Computing“ Studiengang am FH Oberösterreich Campus Hagenberg weckt Anfang 2000 das Interesse des angehenden Studenten. „Auf dem Folder waren ein Formel 1 Auto und ein Handy drauf, beides hat mich sehr angesprochen.“ Die ersten Studienjahre sind für Gschwandtner kein Zuckerschlecken, vor allem deshalb, weil er von einer Landwirtschaftsschule kommt. „Ich hatte beispielsweise keine Mathematik-Matura und musste daher immer etwas mehr lernen als andere Student*innen. Doch ich war so ehrgeizig, dass ich es geschafft habe.“ Nach seinem Studium am FH Oberösterreich Campus Hagenberg absolviert Gschwandtner berufsbegeleitend den Studiengang „Supply Chain Management“ am FH Oberösterreich Campus Steyr. „Mit den Schwerpunkten IT und Entrepreneurship war Steyr die perfekte Ergänzung zu Hagenberg.“

Runner's high mit „Runtastic“

Gemeinsam mit Studienkollegen entwickelt er rasch die ersten Geschäftsideen, 2008 wird schließlich der Grundstein zur Fitness-App „Runtastic“ gelegt. „Wir waren damals zu viert. Mein Kollege René hatte noch Budget von einem Projekt übrig und mich gefragt, ob wir nicht gemeinsam etwas angehen wollen.“ Gesagt, getan. Der Rest ist oberösterreichische Erfolgsgeschichte. 2015 wird „Runtastic“ um 220 Millionen Euro an den Sportriesen „Adidas“ verkauft, von seinem Anteil erfüllt sich Gschwandtner einen Jugendtraum: „Mit siebzehn Jahren habe ich mir vorgenommen, wenn ich fünfunddreißig bin, fahre ich einen Porsche 911. Genauso ist es gekommen.“

Positive Leadership als Erfolgsprojekt

Neben vielen Investments beschäftigt sich der 40-Jährige aktuell hauptsächlich mit den „Leaders21“. „Ich habe das Unternehmen 2021 gemeinsam mit Thomas Kleindessner gegründet. Konkret geht es um die so genannten „21st Century Skills“, also jene Soft Skills, die man als Firma und/oder Mitarbeiter*in heutzutage mitbringen muss. Wir bieten dazu entsprechendes Consulting plus eine digitale Plattform, wo Führungskräfte und Mitarbeiter*innen wöchentlich einen vierzigminütigen Input bekommen. Dadurch bleiben sie kontinuierlich im entsprechenden Mindset.“ Apropos Mindset, wenn Florian Gschwandtner ein neues Projekt angeht, dann richtig: „Ob ich eine Geschäftsidee nun in kleinem oder großem Stil umsetze, der Aufwand ist letztendlich ja derselbe. Deshalb denke ich grundsätzlich immer groß. Auch bei meiner neuen Liegestütz-App ‚Foxyfitness – 100 Push-Ups Liegestütz Trainer‘ behaupte ich schon jetzt, dass sie das Potential hat, von Millionen Menschen genutzt zu werden.“

Das richtige Team als entscheidender Erfolgsfaktor

Was rät der ehemalige Investor der TV-Show „Zwei Minuten, zwei Millionen“ eigentlich jungen Gründer*innen? „Wenn möglich, im Team gründen. Allein ein Startup aufzubauen ist schwierig. Ein gut eingespieltes Team unterstützt sich in harten Zeiten gegenseitig. Außerdem: Eine mittelmäßige Idee mit guter Exekution hat definitiv Erfolgspotential, eine gute Idee mit mittelmäßiger Ausführung hingegen eher nicht.“ Insgesamt vierzig Startup-Beteiligungen hält Florian Gschwandtner mittlerweile, seinen großen Erfolg analysiert der Familienmensch und Hobbysportler relativ nüchtern: „Ich komme von einem Bauernhof, bin nicht außergewöhnlich gescheit und habe keine Euro von irgendjemandem bekommen. Ich war einfach motiviert und habe hart an meinen Visionen gearbeitet. Das kann jede*r andere auch.“



Leaders21 GmbH

Standort	Leonding
Gründungsjahr	2021
Mitarbeiter*innen	31
Facts	Prognostizierter Jahresumsatz 2023 > 1 Millionen Euro

Auf der richtigen Fährte



Das „Tractive“-Management: Wolfgang Reisinger, Michael Lettner, Michael Hurnaus und Michael Tschernuth (v.l.n.r.)



Tractive GmbH

Standort	Pasching
Gründungsjahr	2012
Mitarbeiter*innen	220
Facts	Rund eine Million zahlende Kund*innen pro Monat

Der deutsche Hundeprofi Martin Rütter schwört auf „Tractive“, genauso wie tausende Kund*innen, die ihren Vierbeiner dank des GPS-Trackers wohlbehalten wiedergefunden haben. Das Unternehmen „Tractive“ beweist, wie steil nach oben eine Startup-Karriere made by FH Oberösterreich gehen kann.

Wer sich in der „Tractive“ Firmenzentrale in Pasching umschaut, sieht sofort: Hier dreht sich alles um vier Pfoten. Im Eingangsbereich grüßen imposante Hunde- und Katzenstatuen, im Gang steht ein langgezogener Blumentopf in Dackelform, zudem sind sämtliche Besprechungsräume nach Hunde- und Katzenrassen benannt. „Der Beagle ist der Strizzi unter den Hunden, laut unseren Auswertungen läuft er am öftesten weg“, verrät Gründer Michael Hurnaus.

Ausgebüxter Hund als Ideengeber

Die Ursprungsidee für „Tractive“ kam dem heute 39-Jährigen bei seinem USA-Aufenthalt. „Nach meinem Studium ‚Medientechnik- und Design‘ und ‚Digital Media‘ am FH OÖ Campus Hagenberg habe ich im Silicon Valley als technischer Projektleiter für Amazon gearbeitet. Eines Tages hat ein Arbeitskollege verzweifelt seinen Hund gesucht. Das hat mich nachdenklich gestimmt. Ich dachte mir, mit dem richtigen Tracking-Tool muss es doch möglich sein, weggelaufene Hunde aufzuspüren.“ Michael erzählt seinem ehemaligen Studienkollegen Florian Gschwandtner von dem Einfall und beim gemeinsamen Brainstorming wird klar: Die Idee hat Geschäftspotenzial.

FH-Dreiergespann auf Erfolgskurs

Michael kündigt seinen Job bei Amazon und Florian macht ihn mit zwei potenziellen Co-Gründern am FH Oberösterreich Campus Hagenberg bekannt. Michael Tschernuth und Michael Lettner, beide Absolventen des Studiengangs „Mobile Computing“, sind ebenfalls Feuer und Flamme für die Idee. Drei Monate später ist Michael zurück in Österreich und im Oktober 2012 gründet das Dreiergespann „Tractive“. „Unser Ziel war, so rasch wie möglich Prototypen auf den Markt zu bringen.“ Gesagt, getan. Im Jänner 2013 wird „Tractive“ auf der Fachmesse in Las Vegas vorgestellt, ab April stehen die ersten GPS-Tracker zum Verkauf. Parallel wird auf Hochtouren an der Weiterentwicklung gearbeitet. „Anfangs waren wir stark vom Feedback unserer Käufer*innen abhängig. Sie haben uns rückgemeldet, was beim Tracken



Blickfang in Pasching: die „Tractive“-Firmenzentrale

gut funktioniert und was weniger gut“, erklärt Hurnaus. Die Anwendung des „Tractive“-Tools für das Halsband ist simpel: Wenn der Vierbeiner wider Erwarten einen virtuell vordefinierten Bereich (Garten/Ortschaft) verlässt, bekommt der*die User*in eine Nachricht auf das Handy und sieht anhand der Koordinaten, wo sich das Tier aktuell befindet.

Millionenschwere Investments aus der Schweiz und den USA

Das innovative Produkt sorgt am Markt für Aufsehen und lockt potenzielle Investor*innen an: Im Jahr 2016 investiert ein Schweizer zwei Millionen Euro, Anfang 2021 folgt eine weitere große Finanzspritze von einem US-Investor in der Höhe von dreißig Millionen Euro. Mittlerweile beschäftigt „Tractive“ zweihundertzwanzig Mitarbeiter*innen aus vierzig verschiedenen Ländern, schreibt jährlich Rekordumsätze und hat neben dem europäischen auch den nordamerikanischen Markt erobert. Die im Juni 2022 eröffnete Firmenzentrale mit Sitz in Pasching ist Großraumbüro und Wohlfühlzone zugleich, mit gemütlichen Lounges und Begegnungszonen. Allgemeine Businesssprache ist Englisch. Hinter dem Bürogebäude gibt es eine Hundefreilauf-Area, außerdem ein Baumhaus und einen Meetingraum im angrenzenden Wald. „Wir möchten, dass unsere Mitarbeiter*innen gern ins Büro kommen, auch wenn wir grundsätzlich nur einen Pflicht-Anwesenheitstag pro Woche haben.“ Fünfunddreißig Stunden sind im Unternehmen übrigens das Wochenmaximum. „Bei mir geht sich die Vier-Tage-Woche leider noch nicht ganz aus“, lacht der CEO.

Next level: Gesundheitstracker für Hund und Katz

Nachdem „Tractive“ mittlerweile auch am „Katzen-Markt“ angekommen ist, stehen bereits die nächsten Ziele an. Hurnaus: „Wir haben in den letzten Jahren sehr viele Daten im Tiergesundheitsbereich gesammelt. Daraus soll eine Art Fitnesstracker für Haustiere entstehen, der misst, wie viel sich der Hund/die Katze beispielsweise heute schon bewegt hat oder ob er*sie vielleicht zum Tierarzt-Check muss, weil er*sie aktuell mehr schläft als sonst.“ Die Zeichen bei „Tractive“ stehen also nach wie vor auf Wachstum. „Wir wollen weiterhin gesund wachsen. Wir sind ein sehr gefestigtes Unternehmen, das profitabel ist und wo Mitarbeiter*innen auch künftig einen sicheren Job haben“, betont Hurnaus. Aktuell hat „Tractive“ fünfzig Stellen zu besetzen. Gesucht werden hauptsächlich Hardware- und Softwareentwickler*innen – gute Chancen also für die nächsten Absolvent*innen der FH Oberösterreich.

Virtuell vereint

Feuerwehr, Fußball, Schach – die Liste an Vereinsmitgliedschaften von Mathias Maier und Lukas Krainz ist lang. Die beiden FH Oberösterreich-Absolventen sind schon immer in Vereinen aktiv. Dass aus ihren Hobbies ein beruflicher Senkrechtstart werden würde, war erst vor ein paar Jahren klar. Mit ihrer Digital-Software „Vereinsplaner“ setzen die Jungunternehmer neue Maßstäbe in der Vereinskommunikation.

Seit vier Jahren sind die „Vereinsplaner“ fixer Bestandteil der Startup-Community in der Linzer Tabakfabrik: „Wir sind sehr glücklich über unser Büro hier, die Leute und der Vibe passen super zu uns“, sagt Lukas Krainz. Auch die beiden Geschäftspartner passen perfekt zusammen. Kennengelernt haben sich Lukas Krainz und Mathias Maier über die „European Innovation Academy“.

Studienbuddies und Arbeitsbuddies

„Wir waren damals beide von der FH Oberösterreich aus in Turin und haben festgestellt, dass wir uns nicht nur beim Fortgehen gut verstehen, sondern sicher auch super Arbeitskollegen wären. Mathias hat mir als Feuerwehrmann von seiner Idee erzählt, die Vereinskommunikation auf neue Beine zu stellen, damit vor allem die Mitglieder*innen leichter untereinander kommunizieren können. Als Fußballer und

Schützenvereinsmitglied hat er hier bei mir voll ins Schwarze getroffen. Ich fand die Idee genial.“ Zurück in Österreich konzentrierten sich die beiden neben ihren Studien am FH Oberösterreich Campus Wels (Bachelor und Master „Erneuerbare Energietechnik“) und Hagenberg (Bachelor „Medientechnik- und Design“, Master „Interaktive Medien“) auf die Weiterentwicklung ihrer Geschäftsidee. 2019 machten Mathias und Lukas schließlich Nägel mit Köpfen und gründeten eine GmbH.

Vereinskommunikation endlich online

„Vereinsplaner ist eine ‚One-Stop-Shop‘-Lösung für Vereine. Sie funktioniert einerseits als App und andererseits als Webplattform. Die App wird hauptsächlich von Mitglieder*innen genutzt, die Plattform von Vereinsfunktionär*innen. Sie können unter anderem Verwaltungstätigkeiten abbilden, News oder Termine online stellen, Teilnehmerlisten aktualisieren und natürlich mit den Mitglieder*innen kommunizieren. Durch die einheitliche Software-Lösung wird zudem der Wissenstransfer etwa bei Übergaben enorm erleichtert.“ Eine mehr als willkommene Gelegenheit für die vielen Vereine in Österreich, auf den Zug in Richtung Modernität aufzuspringen. „Die Vorstände werden immer jünger und sind naturgemäß auch viel offener für die Digitalisierung. Der ‚ASVÖ‘ beispielsweise ist aktiv auf uns zugekommen und mit unserer Lösung sehr zufrieden.“ Mittlerweile betreuen die „Vereinsplaner“ 6.500 Vereine in fünf Ländern.

Erfolgreicher Pitch bei „2 Minuten, 2 Millionen“

2022 nutzen Mathias und Lukas außerdem ihre Chance beim Fernsehformat „Zwei Minuten, zwei Millionen“. Beim Pitch Training mit Startup-Mentor Gerold Weisz lernten sie, auf Zeitdruck zu präsentieren. „Das war eine richtige Challenge. Wir haben unseren Pitch über vier Monate hinweg hunderte Male geübt, bis wir es endlich geschafft haben, unser Konzept in zwei Minuten fehlerfrei auf den Punkt zu bringen. Gerold hat uns von Anfang an herausgefordert, aber gleichzeitig immer super unterstützt.“ Die harte Arbeit machte sich bezahlt: Christian Kaar, seine „Runtastic“-Gründerkollegen und Hermann Futter („Compass-Gruppe“) investierten eine halbe Million Euro in das vielversprechende Startup. Inzwischen sitzen im „Vereinsplaner“-Büro in der Tabakfabrik sechs Mitarbeiter*innen, hauptsächlich Programmierer*innen. Sechshundert Vereine kommen im Schnitt pro Monat neu dazu. „Wir profitieren hier auch stark von Mundpropaganda. Vereine reden untereinander und die, die mittlerweile User*innen sind, empfehlen unser Tool ziemlich sicher weiter.“ 125 000 Vereine gibt es allein in Österreich, Wachstumspotential für die „Vereinsplaner“ ist also definitiv gegeben. Marketingleiter Lukas denkt aber auch schon

einen Schritt weiter, in Richtung Internationalisierung. „Wir bekommen die meisten Anfragen aus Deutschland, was uns sehr freut. In naher Zukunft wollen wir zudem den englischsprachigen Markt erobern, schließlich gibt es überall auf der Welt unterschiedlichste Vereine. In England zum Beispiel Cricket oder Polo, in Amerika Baseball oder Football. Da tun sich viele potenzielle Kunden auf“. Natürlich bedeuten mehr Kunden auch mehr Arbeit. Doch das hohe Arbeitspensum macht den beiden Jungunternehmern nichts aus.

Auf einen Kaffee ins Büro

„Für uns ist ‚Vereinsplaner‘ gleichzeitig Hobby und Beruf. Wir gehen jeden Tag mit Freude rein und dann wird gehackelt. Es gibt Wochen, da sitzen wir bis am Abend beim Schreibtisch

oder treffen uns sogar am Wochenende auf einen Kaffee im Büro. Natürlich ist nicht jeder Tag superlustig, aber trotzdem fühlt sich der Job nicht wirklich wie Arbeit an“. Mathias und Lukas beeindruckten nicht nur durch ihre positive Einstellung und Energie im Job, auch in ihrer Freizeit sind die beiden Jungs wahre Gipfelstürmer. „Heuer sind wir den ‚Donau Trail‘ gelaufen. Bei mir waren es fünfundsiebzig Kilometer durch Berg und Tal, bei Mathias sogar einhundert. Diese vielen Kilometer, die läufst du nicht mit dem Körper, sondern mit dem Kopf. Aber wir sind solche Sturschädeln, wir schaffen sogar das – und werden es wieder machen“. Auch Gründern würden Lukas und Mathias jederzeit wieder. „Das war für uns beide definitiv die beste berufliche Entscheidung.“



Best (working) buddies: Die „Vereinsplaner“-Gründer Lukas Krainz und Mathias Maier (v.l.n.r.)



Vereinsplaner

Standort	Linz
Gründungsjahr	2019
Mitarbeiter*innen	6
Facts	Prognostizierter Jahresumsatz 2023 ≈ 350.000 Euro



Startup Center Leitung

FH-Prof. Dr. Gerold Weiß
Stelzhamerstr. 16
4600 Wels
gerold.weisz@fh-ooe.at
0664 804 844 3135

FH Oberösterreich

University of Applied
Sciences Upper Austria
Roseggerstraße 15
4600 Wels
info@fh-ooe.at