

01.01.2022

Existenzgründer heben mit grandiosen Ideen ab

Kreis Junger Unternehmer zeichnet Macher-Persönlichkeiten und deren Visionen aus

„Es ist schön zu sehen, dass in der Region so tolle Ideen entwickelt werden und es solche Gründertypen gibt!“ So gratulierte Ralf Adams, Vorsitzender des Kreises Junger Unternehmer (KJU) Trier, mit Begeisterung den Siegern des Existenzgründerpreises 2021. Das Rennen machte Gregor Demmer, Gründer von Total Fansports in Saarburg mit ihrer digitalen, sponsorfinanzierten Plattform Vereinsticket (siehe weiterer Text).

Die zweiten Plätze gehen zum einen an Nikola Weiler und seine Kreativbierbar Craftprotz samt Bottleshop „Flaschenkind“ in der Trierer Palaststraße. Und zum anderen an Henrik Ekstrand, der die 360-Grad-Marketing-Agentur CreativeMindZ in Trier mit gegründet hat.

Mit den Preisen zeichnete der KJU nicht nur die Geschäftsideen und Visionen aus, sondern auch deren geschäftliche Umsetzung und bisherigen Erfolg, das Potenzial und die Persönlichkeit des Gründers. Nach 2015 und 2018 war es der dritte Existenzgründerpreis, der nun verliehen wurde. 17 Gründer waren in die engere Auswahl gekommen.

Der Sieger erhält 4000 Euro, jeder Zweitplatzierte 500 Euro. Und sie alle sind zu den KJU-Veranstaltungen eingeladen, um weitere Kontakte zu knüpfen.

Zu den Gratulanten zählten auch IHK-Hauptgeschäftsführer Dr. Jan Glockauer und Silvia Menzel, Vertriebsleiterin Firmenkunden der Sparkasse Trier. Beide betonten, welch enorm wichtiges Anliegen es ihnen sei, Gründer in der Region zu unterstützen.

Die Jury bestand aus erfahrenen sowie Jung-Unternehmerinnen und Unternehmern, die bei der IHK und dem KJU aktiv sind. Sponsoren des Preises sind die Sparkassen der Region, die Kanzlei Dr. Widdau & Partner aus Trier, die IHK Trier und der KJU selbst. Der nächste Existenzgründerpreis soll 2024 verliehen werden.

Total Fansports startet mit digitaler Leidenschaft für den Sport durch

„Wir wollen zeigen, dass auch hier in der Region große Ideen gedacht werden dürfen!“, sagt Gregor Demmer, der zusammen mit Johannes Nicknig das Unternehmen Total Fansports in Saarburg gegründet hat. Ihr Ziel ist es, die Vereinslandschaft für die Zukunft fit zu machen und ihre Arbeit mithilfe digitaler Möglichkeiten zu erleichtern. Die Lösung ist eine Plattform, auf der die Vereine die Kommunikation mit ihren Fans ebenso organisieren können wie die Mitgliederverwaltung, die Trainingsplanung oder das Zuschauermanagement – und das dank der Finanzierung über Sponsoren kostenfrei.

Die Idee dazu hatte der 32-Jährige im Sommer 2020. Damals betrieb er mit Nicknig und etwa 30 Mitarbeitern eine Online-Plattform für den Vertrieb von Schiffsreisen, die sie bereits während des Studiums gegründet hatten. Ein Geschäft, das die Coronapandemie sozusagen auf Eis legte. „Aber uns war klar, dass es weitergehen muss, schließlich wollten wir möglichst alle unserer Mitarbeiter halten – denn nur im Team kommt man auch wieder aus der Krise heraus“, sagt Demmer.

Da es gerade für den Vereinssport in der Pandemie schwierig war, Veranstaltungen insbesondere in Hallen zu organisieren, entwickelte sein Team eine Lösung, mit der sich Veranstaltungen digital organisieren

lassen: „Vereinsticket“. Fans können die Tickets online kaufen und zahlen, erhalten sie per Mail, vor Ort kann der Code abgescannt werden und die digitale Kontaktdaten-Angabe sowie die Möglichkeit, verschiedene Zonen und Kontingente abzubilden, vereinfacht die Kontakt-Nachverfolgung. Auch der Austausch mit den Mitgliedern wird digital: vom Aufnahmevertrag über die Zahlung der Mitgliedsbeiträge bis hin zur Information über Termine, Belegungspläne von Sportstätten etc. will Total Fansports alles aus einer Hand anbieten. Mithilfe der VT Fansports-App können Trainer Termine schon heute organisieren und die Teilnehmer zu- und absagen. Ein Payments-Modul macht auch flexible Preismodelle und Rabatte sowie Dauerkarten möglich. Und es gibt eine Kontrollfunktion für Covid-19, die den Einlass zu Spielen und Trainings vereinfacht.

„Mit all dem wollen wir den Vereinen Zeit und Kosten sparen“, erklärt Demmer, der selbst als Schiedsrichter im Fußball aktiv ist. Schließlich sei der sonst hohe Verwaltungsaufwand oft das, was Menschen vom ehrenamtlichen Engagement abhalte.

Zahlen müssen die Vereine dafür nichts, die Finanzierung läuft über Sponsoring. „Über uns haben die Sponsoren auf einen Schlag Zugang zu Hunderten Vereinen, das ist für sie sehr attraktiv“, erklärt er. Seit Beginn der Akquise im Frühjahr 2021 hat Total Fansports bereits knapp 400 Vereine gewonnen. Inzwischen sind auch viele andere Vereine jenseits des Sports an Bord.

Sein junges Team besteht aktuell aus 29 Köpfen. „Da wir bereits eingespielt waren und Know-how aufgebaut hatten, konnten wir gleich von Null auf Hundert durchstarten und haben die Coronapandemie als Chance genutzt.“ Mit seiner Bewerbung beim Existenzgründerpreis will er auch zeigen, wie innovativ und zukunftsweisend unsere Region sein kann.

Die Jury lobt nicht nur das „sehr große wirtschaftliche Potenzial“ der Geschäftsidee, die weit über die Region hinaus gedacht werden kann, sondern auch den gesellschaftlichen Beitrag, den das Unternehmen damit leiste. Demmer überzeuge mit seiner Vision, seiner Fachkompetenz und positiven, motivierenden Ausstrahlung.

CreativeMindZ rasen in die digitale Zukunft

„We are the digital utopia“, sagen die CreativeMindZ über sich selbst. Zum Startschuss 2018 waren die drei Gründer noch Schüler, inzwischen ist die Marketing- und Beratungsagentur aus Trier nicht nur gereift, sondern im Wachstum geradezu explodiert. Heute umfasst das sehr junge Team 19 Mitarbeiter und wird von fünf Gesellschaftern geleitet.

Henrik Ekstrand ist seit der Stunde null dabei. Anfangs lag der Fokus auf Social-Media-Marketing und Webdesign insbesondere für kleinere Einzelhändler, „jetzt sind wir eine 360-Grad-Marketing-Agentur“, sagt der 21-jährige geschäftsführende Gesellschafter. Alles aus einer Hand wollen sie bieten: Markenkonzeption, Marktanalysen, Social Media, Design, Content, Onlineshops...

Gerade weil sie noch so jung und Vollblut-digitale-Natives sind, wissen sie, was bei der jungen Zielgruppe ankommt und fassen so auf dem Markt schnell Fuß. Inzwischen gehören sogar große Konzerne zu ihren Kunden.

2022 wollen die CreativeMindZ mit einer Agentur für klassisches Marketing zusammengehen, um noch mehr aus einer Hand liefern zu können.

Erfolg mit Geschmack: Die Craftprotz Kreativbierbar

Nein, die Mosel kann nicht nur Wein, sie kann auch Bier! Doch Nikola Weiler führt natürlich nicht nur regional Gebräutes, sondern Schmackhaftes von der ganzen Welt im Fass (und in der Flasche). 2018 hat er seine Kreativbierbar in der Trierer Palaststraße geöffnet und seitdem, wie alle Gastronomie, wegen der Coronapandemie eine Achterbahnfahrt erlebt. Mit dem Vorteil, dass er dank innovativer Ideen schnell auf den Online-Zug aufspringen und sein Konzept so trotz Lockdown erfolgreich weiterführen konnte.

Quasi über Nacht baute er den Bottleshop „Flaschenkind“ auf und bot digitale Bierproben an, mit denen er auch Menschen weit über die Region hinaus erreichte – kommentiert von Brauern, Bloggern oder

Biersommeliers. Der Verkauf außer Haus wurde also zum Haupt-Standbein. Bis heute hat er eine große Bedeutung und soll dank einer zusätzlichen Ladenfläche mehr Raum bekommen.

Aber am liebsten kommt der 35-jährige Braumeister und Biersommelier natürlich mit seinen Gästen in und an der Bar zusammen, die zum Treffpunkt für (Craft-)Bierkenner und -liebhaber geworden ist und auch Live-Musik bietet.