



# DIE FRACHT-STARTER

DASS ES BEI **START-UPS** IMMER GANZ SCHNELL ZUGEHT, TRIFFT NUR AUF EINEN KLEINEN TEIL DER GRÜNDERSZENE ZU. BEI AUFWÄNDIGEN ENTWICKLUNGEN HINGEGEN GILT DIE DEVISE: **BEHUTSAM STARTEN UND ERST SPÄTER VOLLGAS GEBEN.** DAS **WIENER TECHNOLOGIE-START-UP CARGOMETER** HAT EIN SYSTEM ZUR EXAKTEN BESTIMMUNG VON LKW-LADUNGEN ENTWICKELT. ZWISCHEN ERSTER PRODUKTIDEE UND NULLSERIE LAGEN ZIRKA FÜNF JAHRE. NUN STEHT DAS UNTERNEHMEN AN DER STARTRAMPE ZUM MARKTEINTRITT UND JETZT SOLL ES SCHNELL GEHEN. Von Ruth Reitmeier

Start-up heißt ja nicht nur Unternehmensneugründung, sondern bedeutet auch durchstarten. Entsprechend dynamisch klingt der Begriff, nach mehr, nach von null auf hundert, einfach machen, schnell sein. Man assoziiert damit geniale Business-Ideen, die ihre Schöpfer binnen weniger Jahre vom Garagenmieter zum Milliardär machen oder auch fulminant scheitern lassen, um irgendwann vielleicht dann doch noch das ganz große Business auf die Beine zu stellen. Viele dieser modernen Mythen spielen im kalifornischen Silicon Valley, der Traumfabrik angehender Unternehmer. Ab und zu gibt es so eine Story auch aus Österreich. Diese Geschichten sind zweifellos inspirierend, jedoch in der Realität Ausnahmen, die die Regel bestätigen. Das Gros österreichischer Start-ups braucht Zeit für Entwicklung, Markteintritt, um Kunden zu gewinnen, ein Vertriebssystem aufzubauen und Gewinne zu schreiben. Auch technologische Innovationen, für deren Anwendung es oft mehr als eine Internet-Plattform braucht, benötigen Zeit und Geld.

## IM E-BUSINESS IST SCHNELLES HANDELN EIN SCHLÜSSELFAKTOR ZUM ERFOLG

„Speed ist vor allem im E-Business ein Thema, denn ist die Zeit für eine Geschäftsidee erst reif, muss diese möglichst schnell und mit viel Marketingkapital auf den Markt gebracht werden“, sagt Werner Wutscher – Business Angel und Gründer der Investmentboutique New Venture Scouting, die innovative Start-ups und etablierte Unternehmen zusammenbringt. Ist ein Geschäftsmodell hochgradig skalierbar, so müssen dies in der Regel auch die Finanzmittel fürs Marketing sein. In der öffentlichen Wahrnehmung von Start-ups sind vor allem E-Commerce-Modelle und Apps präsent. Ein großer Bereich ist jedoch jener der Hardware und anderer aufwändiger Technologie-Entwicklungen, deren Teams üblicherweise einen langen Atem brauchen. „Das ist eine ganz andere Welt“, betont Wutscher.

Zwischen Am Schöpfwerk und dem Wienerberg im zehnten Wiener Gemeindebezirk in einem langgestreckten Gewerbekomplex befindet sich der High Tech Campus Vienna, wo Michael Baumgartner seinen Arbeitsplatz hat.

## AM START ZUM MARKTEINTRITT: HIGH-TECH-ENTWICKLUNG MIT POTENZIAL AM WELTMARKT

Er ist Gründer und Geschäftsführer von Cargometer. Das Wiener Messtechnik-Unternehmen wurde 2013 gegründet und steht nunmehr am Start zum Markteintritt. Was hier entwickelt wurde, ist ein innovatives Fracht-Messsystem, das derzeit in Nullserie bei der Spedition Gebrüder Weiss im Testbetrieb läuft. Die neue Technologie löst ein kostspieliges Problem in der Logistikbranche. Durch den Einsatz dieses Systems, das mittels Sensoren das Frachtvolumen von Lkw-Ladungen exakt bestimmt und verrechnet, können Transportunternehmen ihre Umsätze um bis zu fünf Prozent steigern – errechnete Cargometer. Rund 90 Millionen Tonnen an so genannten Stückguttransporten – also mit Lebensmitteln, pharmazeutischen Produkten, Autozubehör oder Elektrogeräten beladene Paletten – sind im Lkw in gesamt 27 Ländern Europas pro Jahr grenzüberschreitend unterwegs. Die tatsächliche Entwicklung des Produkts nahm drei Jahre in Anspruch, vor allem das Programmieren des Messsystems war zeitaufwändig, doch jetzt heißt es: Gas geben. Gerade im High-Tech-Sektor ist flottes Wachstum des Unternehmens oftmals dem organischen vorzuziehen, um bloß nicht von Kopisten überholt zu werden. Jetzt, an der Schwelle zum Markteintritt, führt das Unternehmen intensive Gespräche mit Investoren zwecks Anschubfinanzierung. Rund 800 000 Euro benötigt das Unternehmen für den Roll-out. „Wir wollen die ersten im Markt sein“, sagt Baumgartner. 2018, also fünf Jahre nach der Unternehmensgründung, will Cargometer den Break-even erreicht haben – ein laut

Experten seriöses Ziel. Neben Kapitalgebern wird deshalb auch ein Vertriebspartner gesucht, der bereits über einen soliden Kundenstock in der Branche verfügt. Dies ist im Übrigen eine Variante, die laut Start-up-Experten Wutscher viel mehr Jungunternehmen nutzen sollten.

## STRATEGISCHE PARTNERSCHAFTEN ZWISCHEN START-UPS UND ETABLIERTEN UNTERNEHMEN ALS ERFOLGSFAKTOR

Denn durch eine strategische Partnerschaft mit einem etablierten Unternehmen ist das Start-up viel schneller im Markt positioniert und erspart sich den mühsamen Aufbau eines eigenen Vertriebssystems. Hinzu komme der nicht zu unterschätzende Vorteil, dass bei einer Vertriebspartnerschaft keine Unternehmensanteile abgetreten werden müssen. „Solche Kooperationen werden üblicherweise über eine Umsatzbeteiligung des Vertriebspartners geregelt“, sagt Wutscher. Wobei Partnerschaften mit großen Konzernen für Start-ups schwieriger sein können als etwa die Zusammenarbeit mit einem KMU. Je größer der Konzern, desto langwieriger die Entscheidungsprozesse. Das passt oftmals mit Ausrichtung und Geschäftsidee des Start-ups nicht zusammen. Für ein KMU hingegen ist die Zusammenarbeit mit einem innovativen Jungunternehmen üblicherweise Chefache. Steht der Eigentümer dahinter, kann eine Kooperation auch rasch umgesetzt werden.

## DIE RICHTIGEN MITARBEITER ZU FINDEN, IST FÜR GRÜNDER OFT SCHWIERIG

Cargometer will jedenfalls zunächst den Heimmarkt bearbeiten sowie deutsche Spediteure als Kunden gewinnen. Grundsätzlich ist für ein Produkt wie dieses der Weltmarkt das Ziel. Das Unternehmen ist derzeit ein Fünf-Mann-Betrieb mit zwei Geschäftsführern und beschäftigt des Weiteren ein Team aus





Grafik: © www.cargometer.com

**Die scheinbar schnelle Start-up Welt braucht in bestimmten Abschnitten auch ihre Zeit.** Vor allem High-Tech-Ideen lassen sich nicht über Nacht entwickeln. Wie im Fall von Cargometer, ein österreichisches Start-up, das mit seiner Lösung für die Logistik den Weltmarkt anstrebt und gute Chancen hat diesen zu erobern.

drei Technikern, die allesamt erst einmal gefunden werden mussten. Auch das war ein Prozess. Neben dem Aufbau der richtigen Mannschaft und Unternehmensstruktur bremsen zwischenzeitlich Finanzlücken die Entwicklung, etwa jene zwischen den Auszahlungen einzelner Tranchen von Fördergebern.

## DIE FINANZIERUNG WIRD VON VIELEN UNTERSCHÄTZT

Der Geldfluss ist ein Bereich, den viele Start-ups unterschätzen. „Geld muss dann eingesammelt werden, wenn man es eigentlich noch gar nicht braucht“, sagt Wutscher. Denn es vergehen üblicherweise viele Monate zwischen einer Finanzierungszusage und dem Eingang der Finanzmittel auf dem Firmenkonto. Zurück zu Cargometer: Zirka zwei Jahre lagen zwischen der ersten Produktidee und dem Startschuss zur Entwicklung. Der Weg von der Idee zum marktreifen Produkt ist zudem eine klassische Geschichte von Versuch und Irrtum. Um sie zu verstehen, muss man in diesem Fall zunächst runter von der Straße und hinein in die Umschlaghalle, wo Stückgut am laufenden Band palettenweise ver- und umgeladen wird.

## GENAUE MESSUNG VON FRACHTGUT WAR BIS DATO KAUM MÖGLICH

Bis heute werden Ladungen zumeist gar nicht oder aber mühselig von Hand abgemessen. Die Frachtscheine selbst liefern keine Daten über die Dimension einer Ladung, die Logistiker wissen folglich auch nicht, wie sie daherkommt. Sie schätzen das Volumen anhand des Frachtgewichts und liegen damit oft zu

ihrem finanziellen Nachteil daneben. Eine noch unveröffentlichte Studie der Technischen Universität Wien kommt zu dem Schluss, dass rund 60 Prozent der Lkw-Ladungen untertarifert abgerechnet werden und etwa 20 Prozent übertarifert. Fazit: Lkw-Ladungen werden größtenteils falsch abgerechnet. Dieses Nichtwissen um die tatsächliche Dimension von Ladungen führt zu vage kalkulierten Rechnungen, Planungsdefiziten, schlecht ausgelasteten Logistik-Netzwerken und halbleeren Lkws. All das bringt nicht nur die ohnehin mageren Margen der Spediteure unter Druck, es führt auch zu CO<sub>2</sub>-Belastung, die man einsparen könnte. Und genau aus dieser Ecke kam die ursprüngliche Idee für dieses Produkt, denn Gründer Michael Baumgartner ist Klimaforscher. Seine Dissertation zum Thema CO<sub>2</sub>-Reduktion im Schwerkverkehr verfasste er am renommierten Max-Planck-Institut für Meteorologie in Hamburg.

## MEHRERE ANLÄUFE, UM ZUM KERN DER GESCHÄFTSIDEES VORZURÜCKEN

Aus Hamburg hatte er zudem ein Patent für eine „Vorrichtung und Verfahren zur Erfassung der Ausnutzung eines bewegbaren Laderaums“ mitgebracht. Bis sich daraus Cargometer entwickelte, brauchte es allerdings mehr als einen Anlauf. Als schließlich auch der perfekte Ort gefunden war, um die Lkw-Ladungen am besten zu messen – nämlich die großen Lkw-Tore zur Umschlaghalle, weil genau dort der Gabelstapler mit der Ladung durchfährt und der Arbeitsablauf in der Halle nicht behindert wird – tauchte ein praktisches Problem auf: Die Umsetzung war einfach zu teuer und wurde

erst mit der rasanten Weiterentwicklung der Sensortechnik rentabel. Seit ein paar Jahren sind nun die benötigten Time-of-flight-Sensoren in einer Preisklasse erhältlich, bei der sich eine Bestückung mehrerer Tore rund um eine Umschlaghalle rechnet. Und dies markierte quasi den offiziellen Start von Cargometer.

## EINFACHE RECHNUNG: LADUNG + PALETTE – GABELSTAPLER = FRACHTVOLUMEN

Die Sensoren, die Cargometer heute einsetzt, schießen bis zu 30 Aufnahmen pro Sekunde. Auf dem Bildschirm entsteht daraus ein 3D-Modell, das sich nach und nach zu einer glatten und vor allem exakten Oberflächendarstellung der Ladung zusammenfügt. Der Computer zieht letztlich die Maße des Gabelstaplers ab und zeichnet die Kanten eines Quaders rund um die Ladung – Palette inklusive. Mit genau diesen Abmessungen steht sie wenig später im Lkw. Mittels der gewonnenen Daten über die Dimension stimmt nicht nur die Rechnung des Spediteurs, die Bilder liefern nebenbei einen Beweis für etwaigen Diebstahl oder Beschädigung der Fracht. Auf Basis solcher Daten werden künftig die Flotten und Netzwerke der Transportunternehmen effizienter genutzt werden. So wird es möglich sein, Fahrpläne nicht mehr zirka halbjährlich, sondern sehr kurzfristig dem tatsächlichen Bedarf anzupassen. „Ist die Strecke Wien–Berlin etwa mittwochs schlecht ausgelastet, so wird das Logistikunternehmen die Waren eben in einem kleineren Lkw bis zur Umschlaghalle in München liefern und anschließend von dort aus diese Fracht zusammen mit weiteren Ladungen in einem größerem nach Berlin weiter transportieren“, sagt Baumgartner. ■