

## Meine Meinung

## Scheitern als Chance sehen

**Start-ups:** Wer nicht wagt, der nicht gewinnt. Ein gesunder Umgang mit Misserfolgen tut Not – vor allem im Hinblick auf die zahlreichen Start-ups, die Jahr für Jahr in Deutschland gegründet werden. Gerade einmal 20 bis 36 Monate, älter werden Start-ups hierzulande selten. Rund 50 Prozent aller Gründungen scheitern schon in den ersten beiden Jahren. Nach drei Jahren haben 80 Prozent aufgegeben, und nach mehr als fünf Jahren ist höchstens noch eins von zehn Start-ups im Rennen – das dafür aber meist mit großem Erfolg.

Die Gründe, warum Start-ups scheitern, sind vielfältig. Nicht in allen Fällen liegt es daran, dass Gründer ihr Geschäftsmodell nicht bis ins letzte Detail durchdacht haben. Ausbleibende Investoren, schwache Netzwerke oder rechtliche Stolperfallen tragen häufig dazu bei, dass Start-ups in Deutschland auf dem Markt nicht überleben.

Amerikanische Personalers sind besonders interessiert an Bewerbungen, die hinfieren und wieder aufgestanden sind. Davon ist man in Deutschland noch meilenweit entfernt. Auch wenn längst nicht mehr zeitgemäß, setzen deutsche Personalchefs auf einen lückenlosen Karriereweg. Eine gescheiterte Existenz im Lebenslauf ist hierzulande ein sogenanntes K.-o.-Kriterium. Dabei ist noch kein Meister vom Himmel gefallen. Wir müssen den deutschen Blick auf das Scheitern also dringend der Realität anpassen und unser übersteigertes Sicherheitsbedürfnis hinterfragen. Sind denn nicht eigentlich die gescheitert, die aus Angst vor dem Scheitern in der Passivität verharren? Denn nicht nur ist durch eine fehlgeschlagene Gründung nichts verloren – wer in der Vergangenheit sein Unternehmen schließen musste, wird frühere Fehler sicherlich nicht wiederholen.

Siehe auch: „Gesunde Snacks für zwischendurch“

daniel.krauter@szbz.de

## „In jedem Land wird anders verhandelt“

**Maichingen:** Simex Baumaschinenhandel hat Geschäftspartner auf der ganzen Welt / SZ/BZ-Serie Familienunternehmen (Teil 1)

Von unserem Redakteur  
Daniel Krauter

**Simex Baumaschinenhandel aus dem Maichinger Industriegebiet beschäftigt sich seit 38 Jahren mit dem Import und Export von gebrauchten Baumaschinen. Der Rundum-Service wird von der internationalen Kundschaft sehr geschätzt.**

Im Minutentakt klingelt das Smartphone von Oliver Sinovcic an diesem Freitagvormittag. Mal ist es ein Kunde aus den USA, dann ein Geschäftsfreund aus den Vereinigten Arabischen Emiraten oder aus Kroatien. „Wir verkaufen unsere Baumaschinen auf der ganzen Welt. Hauptsächlich in die USA und die Vereinigten Arabischen Emirate“, sagt Oliver Sinovcic, Inhaber der Simex Baumaschinenhandel GmbH in Maichingen.

Für Oliver Sinovcic war schon früh klar, dass er das Unternehmen einmal von seinem Vater Vjeko Sinovcic übernehmen würde. Nach einer kaufmännischen Ausbildung und dem BWL-Studium übernimmt Oliver Sinovcic mehr und mehr Verantwortung und zeichnet seit 2010 als alleiniger Geschäftsführer verantwortlich. Vjeko Sinovcic gründete den Baumaschinenhandel 1982 in Ditzingen, 1986 folgte der Umzug nach Maichingen in die Talstraße. Dort wurde die Fläche dann allerdings zu klein.

## Große Ausstellungsfläche

Im Jahr 2000 wurde das neue Betriebsgelände mit Werkstatt und Waschhalle in der Maichinger Maybachstraße 5 fertiggestellt. „Hier im Maichinger Industriegebiet haben wir ganz andere Möglichkeiten zur Expansion. Wir haben eine deutlich größere Ausstellungsfläche. Damit können wir auf einen umfassenden Pool gebrauchter Maschinen zurückgreifen und den Kunden eine größere Auswahl bieten“, sagt Oliver Sinovcic.

Und die Kunden sind auf dem gesamten Globus verteilt: „Das ist es auch, was mir besondere Freude bereitet. Man lernt Länder kennen, in die ich sonst nicht gereist wäre“, so Oliver Sinovcic. „Daraus haben sich auch Freundschaften mit langjährigen Geschäftspartnern entwickelt“, sagt der 49-Jährige. Da trifft es sich gut, dass der Maichinger Englisch und Kroatisch fließend spricht. Zudem kann er sich auf Russisch und Italienisch verständigen. „In jedem Land wird anders verhandelt. Die US-Ame-



Oliver Sinovcic blickt optimistisch in die Zukunft.

Bild: Krauter

rikaner sind meistens locker. Bei den Arabern ist es jedes Mal ein ziemliches Feilschen“, sagt der zweifache Familienvater.

Und was zeichnet Simex Baumaschinen nun aus? „Ich denke, unser Rundum-Service wird von unseren Geschäftspartnern sehr geschätzt. Wir wickeln den weltweiten Transport per Lkw, Zug, Schiff oder Flugzeug ab. Ein Mann, ein Wort! Das ist keine Floskel, sondern bei uns Realität“, macht Oliver Sinovcic deutlich. Am häufigsten vertreibt Simex Baumaschinen Bagger, Radlader und Walzen. Aber auch Planiermaschinen, Fräsen, Sattelzugmaschinen und

Muldenkipper zählen zum Portfolio. Das Unternehmen hat sich auf Marken wie Caterpillar, Volvo, Komatsu, Bomag und Liebherr spezialisiert.

Auch die Auswirkungen des Coronavirus machen vor dem Baumaschinenhandel nicht halt. „Eigentlich wäre ich im März in die USA zu einer großen Messe gereist. Zudem zu Geschäftskunden nach Dubai. Coronabedingt wurde daraus nichts. Das Meiste läuft nun über das Smartphone. Damit mache ich auch Bilder von unserem Fuhrpark und schicke diese unseren internationalen Geschäftspartnern. Das Smart-

phone ist sozusagen mein wichtigstes Arbeitsmittel“, so Oliver Sinovcic.

Aktuell läuft es im Baumaschinenhandel noch gut. „Ich denke, das böse Erwachen kommt in der Baubranche erst im nächsten Jahr auf uns zu, wenn die Folgeaufträge ausbleiben sollten.“ Dennoch ist für den Maichinger das Glas halb voll. „Ich könnte mir keinen schöneren Beruf vorstellen. Kein Tag ist wie der andere. Es wäre natürlich toll, wenn mein Sohn Luca später einmal, genauso wie ich es bei meinem Vater getan habe, in meine Fußstapfen treten würde.“



Eingespieltes Team (von links): Georg Kramer, Susi Mannschreck und Matthias Molitor.

Bild: Krauter

## Gesunde Snacks für zwischendurch

**Waldenbuch:** Junges Trio aus der alten Ritter-Villa hat mit dem Start-up-Unternehmen „Hang zur Sonne“ viel vor

Von unserem Redakteur  
Daniel Krauter

**Seit Juli 2019 sind die gesunden Knabbereien auf dem Markt. Unter dem Namen „Purmacherei“ haben Ritter-Sport-Mitarbeiter in der alten Ritter-Villa in Waldenbuch ein Start-up gegründet.**

Stillstand ist Rückschritt: „Wir arbeiten mit großer Leidenschaft an unseren gesunden Knabbereien, um sie immer weiter zu verbessern“, sagt Georg Kramer. Gemeinsam mit seinem Ritter-Sport-Arbeitskollegen Matthias Molitor hat er das Waldenbucher Start-up „Hang zur Sonne“ initiiert. Als Dritte im Bunde kam Susi Mannschreck hinzu, die für das Marketing verantwortlich zeichnet. Der Markenname „Purmacherei“ lag auf der Hand, schließlich ist die Natürlichkeit der gesunden Snacks – „Haferhaps“ und „Kakoawumms“ – einer der wichtigsten Grundsätze.

Viele kennen es im hektischen Arbeitsalltag: Mal ein Brötchen hier, ein süßes Stückchen da – und schon ist der tägliche Vorsatz, sich bewusst und ausgewogen zu ernähren, hinüber. Hauptsache, es geht

schnell. „Wir kannten dies aus eigener Erfahrung und machten uns deshalb auf die Suche für die Lösung dieses Problems. So entwickelten wir unseren ersten eigenen Snack aus natürlichen Zutaten. Ganz ohne Zusatzstoffe und Industriezucker“, blickt Matthias Molitor auf die Anfänge im Jahr 2018 zurück.

## In Eigenregie verantwortlich

Mit ihrer Vision konnten die Ritter-Sport-Mitarbeiter auch schnell ihren Arbeitgeber überzeugen. So kam die „Purmacherei“ als kleines internes Start-up ins Rollen. „Wir sind wirklich sehr dankbar dafür, dass uns von Anfang an völlig freie Hand gelassen wurde. Das ist ein toller Vertrauensvorschuss“, sagt Georg Kramer.

Seit Juli beziehungsweise November 2019 werden die „Haferhaps“ und „Kakoawumms“ vertrieben. Die „Haferhaps“ sind Hafer-Mandel-Kugeln in den Geschmacksrichtungen Kakao, Himbeere und Mandel-Chia. Die „Kakoawumms“ sind geröstete Kakaobohnen mit Vanille-, Chili- und Meer-salz-Geschmack. „Unser Ziel ist es, weiterhin gesund zu wachsen. Wir möchten mög-

lichst viele Konsumenten dafür begeistern, dass sie sich bewusster ernähren“, sagt Susi Mannschreck. Gerade in Corona-Zeiten ist der Online-Shop Gold wert. Aber auch in einigen Edeka-Märkten in der Region und im Ritter-Sport-Shop in Waldenbuch werden die Produkte vertrieben. „Wir möchten Stück für Stück unseren Bekanntheitsgrad erhöhen“, so Matthias Molitor.

Am Anfang formten die jungen Gründer die Kügelchen mit einer Presse Marke Eigenbau noch selbst. Mittlerweile hat man sich eine Maschine zugelegt, die auf dem Firmengelände von Ritter Sport ihren Dienst leistet. „Die meisten Arbeitsschritte sind immer noch Handarbeit“, so Georg Kramer. „Wir sind für alles in Eigenregie zuständig. Ich könnte mir kein besseres Arbeitsklima vorstellen. Jeder ist gleichberechtigt, und wir sind ein tolles Team“, macht Matthias Molitor deutlich.

Weitere Informationen gibt es im Internet unter:  
[www.purmacherei.de](http://www.purmacherei.de)

## IHK-Webinar-Reihe für Handelsunternehmen

**Kreis Böblingen:** Stationärer Einzelhandel kämpft noch immer mit der Krise

Von unserem Mitarbeiter  
Konrad Schneider

**Die Zentrale Aufgabe Handel der Industrie- und Handelskammer (IHK) Region Stuttgart mit Sitz in Böblingen richtet in den kommenden Wochen eine Webinar-Reihe für Handelsunternehmen aus.**

Der Handel, allem voran der stationäre Einzelhandel, kämpft trotz Wiederöffnungen und Lockerungen der Maßnahmen zur Bekämpfung der Corona-Pandemie noch immer mit deren Folgen. In vier IHK-Webinaren werden Strategien, Instrumente und Maßnahmen vorgestellt, die sowohl dazu beitragen, die Handlungsfähigkeit in der Krise zu gewährleisten, als auch die richtigen Weichen für eine erfolgreiche Zukunft zu stellen.

„Ohne Zweifel steht der Handel durch die Corona-Krise vor großen Herausforderungen. Mit unseren Webinaren wollen wir Handelsunternehmen auf ihrem Weg durch die Krise unterstützen. Gleichzeitig geht es

darum, Chancen aufzuzeigen, die sich durch die Digitalisierung auch für den stationären Einzelhandel und kleine Handelsunternehmen ergeben“, fasst Marion Oker, Leitende Geschäftsführerin der IHK-Bezirkskammer Böblingen, das Konzept der Webinar-Reihe zusammen.

## Auftakt am 17. Juli

Den Auftakt am Freitag, 17. Juli, macht die Veranstaltung „Change-Management für den Handel: Was Sie jetzt verändern können und müssen“. Es folgen am 21. Juli „Controlling in Krisenzeiten: Kleinere Handelsunternehmen steuern“ und am 22. Juli „Der stationäre Handel in der Krise: Brauche ich jetzt einen Webshop?“. Die letzte Veranstaltung der Reihe mit dem Titel „Handelsmarketing in Krisenzeiten: Kunden gewinnen und binden“ findet am 31. Juli statt.

Informationen zur Veranstaltungsreihe und zur Anmeldung finden sich online unter: [www.ihk.st/boeblingen.Nr.4072090](http://www.ihk.st/boeblingen.Nr.4072090)

## Wirtschaftsjunioren suchen die schlauesten Schüler

**Kreis Böblingen:** „Wirtschaftswissen im Wettbewerb“ für Neuntklässler

Von unserem Mitarbeiter  
Konrad Schneider

**Die Wirtschaftsjunioren Böblingen suchen die schlauesten Schüler im Landkreis Böblingen. Bei „Wirtschaftswissen im Wettbewerb“ stellen sich deutschlandweit Schülerinnen und Schüler der neunten Klasse Multiple Choice Fragen rund um Wirtschaft und Politik. Ab sofort können sich alle allgemeinbildenden Schulen für die Teilnahme im Herbst 2020 registrieren.**

„Wir laden alle neunten Klassen aus unserer Region ein, bei Wirtschaftswissen im Wettbewerb teilzunehmen und mehr über das Thema Wirtschaft zu erfahren“, sagt Oliver Göbbel, Vorsitzender der Wirtschaftsjunioren Böblingen.

Die Wirtschaftsjunioren Deutschland haben das Quiz entwickelt, um mehr wirtschaftliche Lehrinhalte in die Schulen zu tragen und Jugendlichen einen Eindruck davon zu vermitteln, welches Wissen Arbeit-

geber erwarten. Im vergangenen Jahr haben bundesweit rund 20 000 Schülerinnen und Schüler teilgenommen.

„Für die besten Schüler unserer Region gibt es interessante Sachpreise“, macht Sascha Hahn, Leiter des Projekts, deutlich. Weitere Informationen können über die E-Mail [wjbb.schulprojekt@gmail.com](mailto:wjbb.schulprojekt@gmail.com) angefragt werden.

## Info

Die **Wirtschaftsjunioren Deutschland** bilden mit mehr als 10 000 Mitgliedern aus allen Bereichen der Wirtschaft den größten deutschen Verband von Unternehmern und Führungskräften unter 40 Jahren. Die **Wirtschaftsjunioren Böblingen** haben sich 2011 gegründet und konnten sich seither als wichtige Plattform für junge Unternehmer und Führungskräfte im Kreis etablieren.