

# START-UP SCALE-UP

15 Innovationsgeschichten  
aus Düsseldorf





# 15

## INNOVATIONS GESCHICHTEN

START-UP | SCALE-UP  
IN DÜSSELDORF

Mapudo .....	4
doob Group .....	6
Peakwork .....	9
A4VR .....	12
sipgate .....	14
Kaasa health .....	17
BRICKSPACES .....	20
eurosimtec .....	22
SMS digital .....	24
IOX LAB .....	26
Yomaro .....	28
PowerFolder .....	30
StepStone .....	32
DITG .....	34
voestalpine .....	36



Martin Ballweg und Sebastian Grethe (v. l.).

# Online-Marktplatz für Werkstoffe

Als Branchenkenner sahen die Gründer von Mapudo den Bedarf für den Onlinehandel mit Werkstoffen. Die ungewöhnliche Kombination – der klassische Stahlhandel plus moderne Möglichkeiten der Digitalisierung – kommt gut an.

Manches in der Wirtschaft spielt sich geräuschlos und von der Öffentlichkeit unbemerkt ab. Der Handel mit Halbzeugen zum Beispiel. Wer dabei an die Halblinge aus dem Herrn der Ringe denkt, liegt falsch. Es geht um Stahl!

„Halbzeuge sind Zwischenprodukte wie Rohre, Bleche, Platten, Stangen oder Träger, die weiterverarbeitet werden. Zu Geländern, Maschinen oder Gerüsten beispielsweise“, erklärt Martin Ballweg vom Online-Marktplatz Mapudo. Das ist ein Handelsplatz für Werkstoffe und Zubehör aus Stahl und anderen Metallen. Der traditionsreichen, umsatzstarken Branche, in der heute oft noch per Fax oder Telefon

bestellt wird, möchte Martin Ballweg bei der Digitalisierung helfen. „Wir bringen den etablierten Markt des Stahlhandels zusammen mit dem Konzept eines Online-Marktplatzes – und die Kombination von beidem ist neu“, beschreibt Ballweg sein Geschäftsmodell.

## Neutralität als Unternehmensvorteil

Versucht haben das auch schon andere – etwa große Hersteller mit einem eigenen Shop. Martin Ballweg und sein Team aber haben analysiert, was das beste Modell für Händler und Käufer ist. „Wir kamen zu dem Schluss, dass ein Marktplatz von einem neutralen Anbieter kommen sollte“, sagt er. Das Gründer-team kennt die Branche als ehemalige Mitarbeiter

„Wir bringen den etablierten Markt des Stahlhandels zusammen mit dem Konzept eines Online-Marktplatzes – und die Kombination von beidem ist neu.“ Martin Ballweg

von ThyssenKrupp, der Boston Consulting Group und der RWTH Aachen. Es weiß also, wie der Hase läuft und was man seinen Kundinnen und Kunden liefern muss. „Kostengünstig, möglichst schnell und ohne Risiko“, sollen die Produkte den Besitzer wechseln, sagt Ballweg. Das wünschen sich wohl alle Online-Einkäufer. Zusätzlich übernimmt Mapudo aber auch die Aufbereitung der Produktdaten für die Anbieter: „Wir können sie sehr gut und schnell einbinden“, verspricht er. Profitieren sollen die Kundinnen und Kunden auch von den Kostenvorteilen, die Mapudo bietet.

#### Vereinfachung durch Digitalisierung

Nutzerfreundliche Lösungen sind eine wichtige Voraussetzung, um digitale Prozesse in Unternehmen reibungslos und vorteilhaft einführen zu können, wissen die Gründer. Deshalb ist eine einfache, intuitive Bedienbarkeit der Plattform eines ihrer wichtigsten Ziele. Um das zu gewährleisten, kamen ihnen ihre vertieften Produktkenntnisse zugute. Mehrere Händler sind bereits als Anbieter auf Mapudo eingebunden. Dazu zählen sowohl überregionale Händler wie Buhlmann als auch Regionalversorger wie Carl Pohle und P. T. Post.

#### Finanzierungsrunde 2016 abgeschlossen

Mittlerweile ist das junge Unternehmen weit gekommen: Die beiden Finanziers von Mapudo sind die NRW.BANK und HR Ventures. „Im November 2016 konnten wir eine weitere Finanzierungsrunde abschließen. Zusammen investierten die beiden Altinvestoren mit dem Neuinvestor SHS Ventures einen einstelligen Millionenbetrag“, erzählt Ballweg. „Mit der abgeschlossenen Finanzierungsrunde haben wir

die Möglichkeit, die Technik unserer Plattform auszubauen und so das Produkt für unsere Kundinnen und Kunden weiter zu verbessern.“ Außerdem wollen sie weitere Händler einbinden. Die Einkäufer bei Mapudo profitieren so auch von einem noch breiteren Sortiment. Die Vision: In der nächsten Phase will Mapudo in Deutschland expandieren und nach Möglichkeit erste Schritte ins Ausland und weitere Produktkategorien wagen.

Dem Standort Düsseldorf wollen sie treu bleiben, denn der sei für sie optimal: „Von hier können wir die meisten großen Werkstoffhändler sehr gut erreichen, und auch eine Vielzahl von Werkstoffkäufern ist in der Region anzutreffen. Darüber hinaus bietet Düsseldorf natürlich eine hohe Lebensqualität. Ein wichtiger Faktor für die Gewinnung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.“

➤ Ausführliche Informationen finden Sie auf der Website [www.startup-city.de](http://www.startup-city.de)



## FACTS

**Idee zum Unternehmen:** 2013

**Gründung:** 2014

**Gründerteam:** Martin Ballweg, Sebastian Grethe und Marius Rosenberg

**Beschäftigte:** 12

**Auszeichnungen:** European Venture Award 2016, WECONOMY, Innovationspreis IT der Initiative Mittelstand, Start-up der Woche des Wirtschaftsmagazins „WiWo Gründer“, Februar 2017

#### Kontakt:

Mapudo GmbH  
Martin Ballweg  
Erkrather Straße 162  
40233 Düsseldorf  
+49 211 17607160  
[www.mapudo.com](http://www.mapudo.com)  
[info@mapudo.de](mailto:info@mapudo.de)





**„Der Business-Angel hat uns finanziell und mit seiner Erfahrung als Unternehmer unterstützt. Das ist unbezahlbar.“**

Vladimir Puhac

Torsten Bernasco Lisboa und Vladimir Puhac (v. l.).

# Avatare als Türöffner für die Industrie 4.0

Stars und Sternchen stehen in den Shops der doob group – in Düsseldorf, Berlin, New York, Tokio oder Sydney, lebensgroß und wirklichkeitsgetreu. Sie sind aus Gips und Kunststoff und stammen aus dem 3D-Drucker. Mit den menschlichen 3D-Modellen ist das Start-up doob berühmt geworden. Die Perfektion der Avatare und die dahinterstehende Technologie des schnellen und präzisen 3D-Scans und 3D-Drucks weckten das Interesse der Industrie, der eigentlichen Zielgruppe des jungen Unternehmens.

Die doob group hat den 3D-Druck perfektioniert: Die von dem Start-up entwickelte Software ermöglicht den fast vollkommen automatisierten 3D-Workflow bis zum 3D-Druck, der in kürzerer Zeit Ergebnisse von besserer Qualität produziert als die bisherigen manuellen Verfahren. In Sekundenschnelle vermisst der eigens entwickelte Scanner die äußere Form des Objekts, die Software komprimiert die enormen Datenmengen und schickt sie an den Drucker. Schicht um Schicht entsteht das Objekt – beeindruckend präzise. Kein Wunder, dass die lebens echten Abbilder in 3D die Kundinnen und Kunden begeistern.

## Weniger Retouren durch passgenauen Onlinekauf

Neue Wege eröffnet die Technologie beispielsweise in der Modeindustrie: Mit Hilfe eines digitalen Avatars probieren die Kundinnen und Kunden die Kleidung online an. „Das wäre ein vollkommen neues Einkaufserlebnis“, schwärmt Vladimir Puhac, einer der Gründer. Stimmt die Passform, wird bestellt. Viele Retouren ließen sich so vermeiden. Weiterer Nutzen für die Produzenten: Sie erhalten durch die digitale Anprobe Feedback zur Passform und haben so die Chance, ihre Schnitte an die Proportionen ihrer Kundinnen und Kunden anzupassen.



Vor allem aber bietet die neue Technologie auch ernsthafte Einsatzmöglichkeiten. Zumal die doob-Software Unternehmen hilft, das 3D-Verfahren zu nutzen, ohne dabei selbst viel investieren zu müssen. Künstliche Gelenke oder Orthesen können ganz individuell für die Patientinnen und Patienten gedruckt werden. Gesichter können rekonstruiert werden. Produktmodelle in 3D erleichtern in der Industrie die zielgerichtete Planung. Bei Schulungen und Anleitungen veranschaulichen sie den Aufbau von Objekten.



Die lebensecht aussehenden Avatare aus dem 3D-Drucker begeistern die (Privat-) Kundinnen und Kunden. Das größte Potenzial jedoch besitzt die Technologie wegen des besonderen Personalisierungsgrads im B2B-Bereich.



### Gründer waren ihrer Zeit voraus

Als die beiden Gründer mit ihren innovativen Ideen an die Öffentlichkeit gingen, war es schwer, Förderer und Finanziere zu finden. „Wir mussten erst einmal Zeit und Geld investieren und die ersten Prototypen entwickeln, um unsere Ideen anschaulich zu machen.“ Ein Business-Angel erkannte das Potenzial der Idee und investierte. „Der Business-Angel hat uns finanziell und mit seiner Erfahrung als Unternehmer unterstützt. Das ist unbezahlbar“, ist Puhalac heute noch dankbar.

### Düsseldorf als Nukleus für weltweite Expansion

Mittlerweile hat die doob group zwei Tochterunternehmen, eines in den USA und eines in Japan, betreibt weltweit siebzehn Shops und drei mobile 3D-Scanner für Messen und Events. Das Ziel: „Wir möchten der weltweit größte digitale Anbieter für 3D-Daten von Menschen für unterschiedliche Industrien werden.“ Der Weg dorthin ist der Aufbau eines Franchise-Systems. Erste Franchise-Shops gibt es bereits in Spanien, dem Iran und bald in England. Auch die gerade abgeschlossene Partnerschaft mit einem großen Technologiekonzern bringt doob näher an das Ziel.

Trotz des rasanten Erfolgs weiß Puhalac: „doob ist wie unser Kind. Es ist großartig zu sehen, wie es wächst und jeden Tag größer und stärker wird. Ganz wichtig ist jedoch: erst krabbeln, dann laufen.“ Auch, wenn doob mittlerweile schon laufen kann, wird es Düsseldorf treu bleiben. „Hier gibt es extrem gute Möglichkeiten, zu netzwerken und sich auch international zu präsentieren. Auch wenn wir mittlerweile in die internationalen Metropolen gestartet sind, Düsseldorf bleibt unser Nukleus.“

➤ Ausführliche Informationen finden Sie auf der Website [www.startup-city.de](http://www.startup-city.de)

**doob**  
3D Technology

## FACTS

**Idee zum Unternehmen:** 2010

**Gründung:** 2013

**Gründer:** Vladimir Puhalac, Torsten Bernasco Lisboa, Sascha Cramer

**Beschäftigte:** 165

### Kontakt:

doob group AG

Speditionstraße 13

40221 Düsseldorf

+49 211 388581-0

[inquiries@doobgroup.com](mailto:inquiries@doobgroup.com)

[www.doobgroup.com](http://www.doobgroup.com)



Der DOOBLICATOR ist ein Fullbody-scanning-System. Er erfasst den menschlichen Körper und andere komplexe Oberflächenstrukturen innerhalb von 01 Sekunden.

# All-inclusive für die Touristik

Wer eine Reise plant, sucht in der Regel eine Unterkunft und den passenden Flug und dann noch den Transfer vom Flughafen zum Hotel. Das ist oft mühsam und aufwändig. Selbst für die Expertinnen und Experten im Reisebüro. Mit der Software von Peakwork bekommt man mit wenigen Klicks passende Angebote. Das Ergebnis: zufriedene Kundinnen und Kunden und mehr Umsatz bei den Reisebüros, Hotels, Airlines sowie Reiseanbieterinnen und Reiseanbietern.





Peakwork legte in Düsseldorf einen Senkrechtstart hin, allein hier arbeiten 130 Menschen.

Peakwork vernetzt die Touristikanbieterinnen und -anbieter sowie die Reiseveranstalterinnen und -veranstalter mit einer eigens entwickelten Software. Durch die digitale Verbindung von Angebot und Nachfrage können passende Pakete geschnürt werden – schnell, aktuell und global. Damit das gelingt, hat Peakwork auch ein einheitliches Datenformat für die Software entwickelt, mit dem alle Partnerinnen und Partner arbeiten: „Das ist wie eine einheitliche Sprache. Sie ermöglicht die direkte Kommunikation und die schnelle und sehr exakte Ausgabe der Angebote“, erklärt Peakwork-Chef Ralf Usbeck.

TUI, DER und Thomas Cook haben die Potenziale dieser innovativen Software direkt erkannt, als das junge Unternehmen 2009 damit an den Start ging. Die Folge: Peakwork hat gleich nach der Gründung einen großen Teil des deutschen Marktes gewonnen.

#### Branchen-Know-how als Basis des Erfolgs

Der Senkrechtstart von Peakwork war kein Zufall: Das Gründerteam kannte sich im Touristikmarkt bestens aus. Schon im Jahr 2000 hatte Usbeck TravelTainment gegründet, ein Unternehmen, das Softwarelösungen für den Verkauf von Reisen entwickelte. Dadurch besaß er beste Kontakte und

Das Peakwork-Büro in Düsseldorf.



hatte sich ein Netzwerk aufgebaut. 2006 verkaufte Usbeck das Unternehmen an die Amadeus IT Group SA und baute dort weitere zwei Jahre den Geschäftsbereich für Urlaubsreisen weltweit aus. Da Peakwork innerhalb kurzer Zeit den deutschen Touristikmarkt erobert hatte, begann schon bald die Expansion ins Ausland. „Die Herausforderung im Ausland sind die differenzierteren Anforderungen und auch die anderen Systeme, die dort benutzt werden. Hinzu kommt, dass es dort andere Geschäftsmodelle gibt. Daher müssen wir flexibel auf den jeweiligen Bedarf eingehen.“

#### Google nutzt Software von Peakwork

Die großen internationalen Player haben das Potenzial schnell erkannt, darunter Google. Für die Suchmaschine hat Peakwork eine Software entwickelt, die es ermöglicht, Reiseangebote direkt auf Google zu buchen: „Für Touristikanbieterinnen und -anbieter ist das eine großartige Chance, ihre Angebote direkt über Google zu vertreiben.“ In 8 Ländern ist diese Möglichkeit bereits freigeschaltet.

Derzeit hat Peakwork neben seinem Düsseldorfer Hauptsitz Standorte in England, den USA und Singapur; Vertriebspartner finden sich in den Niederlanden, in Österreich und der Schweiz. IBM hat sich auf das Hosting der Software spezialisiert und unterstützt ebenfalls den Vertrieb weltweit. Die Software wird in insgesamt 30 Ländern genutzt. „Unser Ziel ist es, ein Netzwerk zu schaffen, in dem alle Anbieterinnen und Anbieter miteinander verbunden sind. Durch die Kraft des Netzwerks potenzieren sich die Möglichkeiten jedes Einzelnen“, beschreibt Usbeck seine Vision. Der

Standort Düsseldorf ist ideal, um diese Vision zu verwirklichen: die Internationalität, die zentrale Lage für Touristikmessen, Kundinnen und Kunden sowie eine optimale Verkehrsanbindung in alle Himmelsrichtungen. Darum hat Peakwork 2015 auch ein neues, größeres Domizil direkt am Rhein bezogen.

➤ Ausführliche Informationen finden Sie auf der Website [www.startup-city.de](http://www.startup-city.de)



## FACTS

**Idee zum Unternehmen:** 2007

**Gründung:** 2009

**Vorstand:** Ralf Usbeck (Vorsitzender), Michael Schmidt, Markus Pfau, Dr. Thomas van Kaldenkerken, Jan Gerlach

**Beschäftigte:** 200

**Auszeichnungen:** Auszeichnung von Ralf Usbeck als „Serial Innovator of Travel Technology“ 2013 beim World Travel Market in London

#### Kontakt:

Peakwork AG  
Rheinallée 9  
40549 Düsseldorf  
+49 211 91368-500  
info@peakwork.com  
www.peakwork.com





**„Unser Ziel ist es, ein Netzwerk zu schaffen, in dem alle touristischen Anbieter und der Vertrieb miteinander verbunden sind. Durch die Kraft des Netzwerks potenzieren sich die Möglichkeiten jedes Einzelnen.“** Ralf Usbeck

Dr. Thomas van Kaldenkerken, Jan Gerlach, Ralf Usbeck, Michael Schmidt (v. l.), Markus Pfau (vorne).

# Wirklicher als die Wirklichkeit

Bei A4VR ist die virtuelle Zukunft schon heute Realität. Die Agentur produziert 360-Grad-Filme und digitale Animationen. Die Filme sind so authentisch, dass sie dem Betrachter suggerieren, tatsächlich am Ort des Geschehens zu sein. Die Animationen ermöglichen, in ganz neue Erfahrungswelten einzutauchen.

Ohne einen Schritt vor die Tür setzen zu müssen, erlebt man mit den 360-Grad-Filmen von A4VR ferne Orte und Länder authentisch und so lebensnah, dass man glaubt, dort zu sein. Für Hotels, Museen oder Touristikunternehmen eröffnet die virtuelle Realität die Chance zu zeigen, was sie zu bieten haben. Firmen können die Technologie nutzen, um den Kundinnen und Kunden ihre Arbeit durch einen Blick hinter die Kulissen und in die Produktionsabläufe näherzubringen.

## Animationen steigern Effizienz

Neben 360-Grad-Filmen produziert A4VR computer-generierte virtuelle Welten. Mit Hilfe der virtuellen Modelle werden komplexe Zusammenhänge anschaulich. Das ist für Architektinnen und Architekten ebenso interessant wie für Biologinnen und Biologen.

A4VR lässt Gebäude entstehen oder schickt die Betrachterinnen und Betrachter auf eine Reise durch den Körper. Selbst Produktionsabläufe können durch die virtuelle Realität effizienter werden. „Nehmen wir ein Beispiel aus dem Automobilbereich“, veranschaulicht Jan Thiel, einer der beiden Gründer: „Unser System zeigt dem Betrachter, in welcher Reihenfolge welches Werkzeug wie genutzt werden muss, um den Motor zusammenzubauen oder eine bestimmte Reparatur auszuführen. Wir können am Computer den Innenraum eines Wagens simulieren.“ Die Virtual Reality ist auch Bestandteil des autonomen Fahrens. Sie macht das autonome Fahren erlebbar und vermag beispielsweise sogar, Gefahrensituationen zu visualisieren, die durch die Car-to-Car-Kommunikation abgewendet werden müssen.



Michael Albrecht und Jan Thiel (v. l.).

„Wir möchten A4VR als eine der führenden Agenturen in Deutschland platzieren. Der Markt gibt das her. Düsseldorf als Standort ist perfekt für uns.“

Jan Thiel



Die weitreichende Expertise im Bereich der VR-Programmierung wird durch App-Erstellung, VR-Mocap und multisensorische Immersion vervollständigt.

Der 360-Grad-Livestream für „The Voice of Germany“ war nur dank eigens entwickelter Kamera möglich.

### Virtuelles Erleben mit allen Sinnen

Derzeit arbeitet das Team daran, Dinge mit allen Sinnen in der virtuellen Welt erlebbar zu machen. Dieser umfassende Anspruch war es, der Jan Thiel und Michael Albrecht veranlasst hat, die Agentur zu gründen. „Wir liefern Design, Animation, Sound, Haptik und die passende Hardware. So können wir Kundinnen und Kunden die ganze Palette der Möglichkeiten einer multisensorischen virtuellen Realität bieten und die beste Lösung für sie finden.“

Aufgebaut haben sie ihre Agentur mit eigenen Mitteln. „Eine Finanzierung brauchten wir nicht.“ Allerdings haben sie die Unterstützung der Stadt genutzt: „Wir haben durch unseren Berater bei der Wirtschaftsförderung unter anderem einen Hinweis auf einen Wettbewerb bekommen, daran teilgenommen – und dadurch auch wieder einen neuen großen Kunden gewonnen.“

### Bekannte Namen auf der Kundenliste

Schon jetzt stehen bekannte Namen und große Player in der Kundenliste von A4VR: ProSieben, Vodafone, Bertelsmann, Bayer, EndemolShine, Coca-Cola, The Voice of Germany und die SOS-Kinderdörfer, für die A4VR einen virtuellen Film produziert hat. Er lässt die Spenderinnen und Spender hautnah am Leben der Kinder in Afrika teilhaben und zeigt ihnen ganz authentisch, wie das Hilfswerk den Kindern hilft. Um solche längeren 360-Grad-Filmproduktionen realisieren zu können, entwickelte das Team von

A4VR sogar eine neue Kamera: Statt der bislang möglichen 40 Minuten hat die Kamera von A4VR eine Lauffähigkeit von 24 Stunden.

Thiel und Albrecht möchten weiter wachsen: „Wir möchten A4VR als eine der führenden Agenturen in Deutschland platzieren. Der Markt gibt das her. Düsseldorf als Standort ist perfekt für uns. Durch den nahegelegenen Flughafen und die gute Bahn-anbindung können die Kundinnen und Kunden schnell zur Abnahme vorbeikommen. Hier sind alle wichtigen Werbe- und Media-Agenturen. Und natürlich Unternehmen, für die unsere Angebote interessant sind.“

➤ Ausführliche Informationen finden Sie auf der Website [www.startup-city.de](http://www.startup-city.de)

## FACTS

**Idee zum Unternehmen:** 2013

**Gründung:** 2015

**Gründer:** Jan Thiel und Michael Albrecht

**Beschäftigte:** 13

**Auszeichnungen:** Gewinner des 4YFN@MWC Rheinland-Pitch Special 2016

### Kontakt:

A4VR GmbH  
Kronprinzenstraße 12–16  
40217 Düsseldorf  
+49 211 92414790  
thiel@a4vr.com  
www.a4vr.com





Thilo Salmon und Tim Mois (v. l.).

„Wir wollen unsere Erfahrungen an andere weitergeben und auch selbst beim Austausch lernen.“ Tim Mois

# Ganz einfach telefonieren

Lange bevor die Großen der Branche die Chance der Internet-Telefonie für sich entdeckten, erkannten die Gründer von sipgate die Möglichkeiten von Voice over IP. Ihr Ziel: Telefonieren besser und leichter zu machen.

Das Erfolgsgeheimnis von sipgate: Das Unternehmen setzt auf radikales Do-it-yourself – vom Schreiben der Software bis zum Tüfteln an immer besseren Lösungen für die Wünsche der Kundinnen und Kunden. Das Portieren der alten Telefonnummer? Geht ganz leicht. Die Einrichtung nur einer einzigen

Nummer für Festnetz und Mobiltelefon? Kein Problem. „Bei uns gibt es alles online und es gibt alles sofort. Außerdem feilen wir immer weiter daran, unsere Angebote noch einfacher und bedienungsfreundlicher zu machen“, erklären Tim Mois und Thilo Salmon ihren Anspruch. Das macht sipgate für Privatpersonen und Unternehmen attraktiv.



Tobias und Sascha gehören zu den UX-Experten im Team.

## Innovative Telefonie für zu Hause, unterwegs und das Büro

Der Grundstein für das Telekommunikations-Startup wurde zwar nicht in einer Garage, aber im Studentenwohnheim gelegt. „Wir hatten dafür durch die Uni Düsseldorf eine fantastische Internetanbindung“, schwärmt Mois noch heute. Damit entwickelten sie 1998 billiger-telefonieren.de, ein Vergleichsportale für Telefentarife. „2003 erfuhr Thilo vom Erscheinen einer freien Software, mit der man die Funktion von millionenteuren Anlagen für Telefonnetze ganz

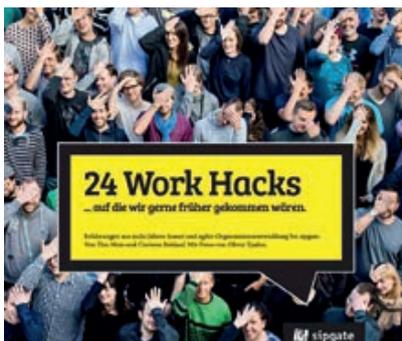


einfach für wenige hundert Euro auf einem ganz normalen PC nachstellen könnte“, erinnert sich Mitgründer Tim Mois. Sofort erkannten die beiden Telekommunikationsexperten das Potenzial für ein innovatives Geschäftsmodell – und legten los.

#### **Erfolg von Anfang an**

Dank ihrer Erfahrungen in der Telekommunikation konnten sie mit ihrem neuen Unternehmen direkt Geld verdienen – ein Glücksfall, so Mois. Allerdings räumt er ein: „Uns hat der Austausch mit Expertinnen und Experten über Organisationsentwicklung gefehlt. Das haben wir uns alles selbst beigebracht und wir haben unterwegs wirklich sehr viele Federn lassen müssen. Heute ist das für Start-ups alles sehr viel besser.“

Diese Erfahrung hat die Gründer geprägt. Der Austausch untereinander und mit Dritten ist für sie der Motor der Unternehmensentwicklung – und ein Bestandteil der Unternehmenskultur von sipgate. „Wir wollen unsere Erfahrungen an andere weitergeben und auch selbst beim Austausch lernen.“ Beispielsweise bei der Veranstaltungsreihe Lean DUS, die sipgate ins Leben gerufen hat. Kernthema sind agile Arbeitsmethoden. Wie das funktioniert, macht sipgate vor. Hier gibt es keine Titel und keine Managerinnen oder Manger, keine Abteilungen und keine Budgets. Die Teams sind selbstorganisiert und tragen die Verantwortung für ihre Produkte selbst. Am Open Friday kann jeder machen, was seines Erachtens für die Firma am wertvollsten ist. Überstunden werden



Lean Management und agile Arbeitsmethoden tragen zum Erfolg von sipgate bei.



sipgate hat 130 Beschäftigte.



nicht gerne gesehen. Zum Wohlfühlkonzept bei sipgate gehören auch das eigene Restaurant und eine Kinderbetreuung.

Der Erfolg zeigt, dass das Unternehmenskonzept aufgeht. Mittlerweile gehört das Start-up mit 130 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und einigen Hunderttausend Kundinnen und Kunden zu den großen Playern im Bereich Telefonie. Die weiteren Wachstumspläne sehen Mois und Salmon entspannt: „Düsseldorf hat viele große Unternehmen und Agenturen und ist Heimat für eine Menge Talente. Das macht uns das Recruiting einfach.“

➤ Ausführliche Informationen finden Sie auf der Website [www.startup-city.de](http://www.startup-city.de)



## FACTS

**Idee zum Unternehmen:** 2003

**Gründung:** 2004

**Gründer:** Tim Mois und Thilo Salmon

**Beschäftigte:** 130

**Kontakt:**

sipgate GmbH  
 Gladbacher Straße 74  
 40219 Düsseldorf  
 +49 211 63555635  
 info@sipgate.de  
 www.sipgate.de



# Spielend lernen, statt stur zu büffeln

Warum soll Lernen keinen Spaß machen, fragten sich die Gründer von Kaasa health. Kurzerhand nutzten sie ihr Know-how aus der Entwicklung von Handyspielen, um neuartige Trainings- und Therapiekonzepte für die verschiedensten Klientengruppen zu entwickeln.

**K**aasa health nutzt die Möglichkeiten der Digitalisierung vor allem in zwei Bereichen: Für Kinder mit Dyskalkulie und Legasthenie haben sie die Therapie-App „Meister Cody“ entwickelt. Die als Computerspiele verpackten Lernmodule helfen Grundschulkindern mit Förderbedarf in Mathematik und Deutsch. Geplant ist, auch für gute Schülerinnen und Schüler Lernspiele anzubieten, mit denen sie beispielsweise ihre Konzentration oder ihr Selbstvertrauen steigern können.

## Lernen mit Spaß

„Wir haben die Gamification mit den aktuellsten Entwicklungen aus der medizinischen Forschung kombiniert“, beschreibt Gründer Ulrich Schulze Althoff den Ansatz von Kaasa health. Neu ist auch, dass die Trainingseinheiten in Form von Apps direkt ins Wohnzimmer der Anwenderinnen und Anwender

kommen. Weiterer Vorteil des digitalisierten Trainings: „Gemeinsam mit den Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern werten wir die gewonnenen Daten aus, können die Übungen weiterentwickeln und die Forschung auf diese Weise dramatisch beschleunigen. Während es früher Jahre gedauert hat, um zu prüfen, ob eine Übung die angestrebten Trainingseffekte erzielt, können wir das heute innerhalb von wenigen Monaten sehen.“

## Telereha für Menschen mit Phantomschmerzen

Der zweite Bereich ist die Telerehabilitation von Patientinnen und Patienten mit Phantomschmerzen: Mittels der App „Routine“ kann sie orts- und zeitunabhängig durchgeführt werden, immer dann, wenn die Schmerzen auftreten. Das steigert die Chancen auf einen nachhaltigen Erfolg der Maßnahme.





Ulrich Schulze Althoff und Misti Lynn Frantzen.

**„Als wir 2009 an den Markt gingen, hielten uns viele für verrückt. Sie meinten, dass die Gesundheitsbranche niemals digitalisiert werden könne.“**

Ulrich Schulze Althoff



Kaasa health in den neuen Räumen in der Düsseldorfer Altstadt.

### Innovative digitale Schulungen

Vor der Gründung haben sich Schulze Althoff und sein Team intensiv die Märkte angesehen und genau die Bereiche definiert, in denen sie ihre Produkte anbieten wollten. Denn mit Kaasa health, das wusste der Gründer, würde er neue Wege beschreiten: „Als wir 2009 an den Markt gingen, hielten uns viele für verrückt. Sie meinten, dass die Gesundheitsbranche niemals digitalisiert werden könne“, schmunzelt Schulze Althoff rückblickend.

Tatsächlich war der Anfang nicht einfach, trotz des Know-hows, der Erfahrungen und der Expertinnen und Experten. In Düsseldorf konnten sie sich gut vernetzen und qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gewinnen. Aber es fehlten ein leichterer



Zugang zu Finanzmitteln und ein gründer- und innovationsfreundliches Klima: „Es ist schön, dass heute, gerade in Düsseldorf, die Bedeutung von Gründungen für die Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft stärker ins Bewusstsein gerückt wird, auch, um andere zu inspirieren, den Schritt in die Existenzgründung zu wagen.“ Offenheit wünscht er sich auch bei den Partnerinnen und Partnern, mit denen er den weiteren

Ausbau seines Unternehmens realisieren will: Lehrerinnen und Lehrern, Therapeutinnen und Therapeuten, Krankenkassen und öffentlichen Einrichtungen. „Ich wünsche mir, dass sie bereit sind, mit uns neue Wege in die Zukunft zu gehen.“

➤ Ausführliche Informationen finden Sie auf der Website [www.startup-city.de](http://www.startup-city.de)



## FACTS

**Idee zum Unternehmen:** 2008

**Gründung:** 2009

**Gründer:** Ulrich Schulze Althoff

**Beschäftigte:** 25

**Auszeichnungen (Auswahl):**

„Wittener Preis für Gesundheitsvisionäre“ 2016 der Uni Witten-Herdecke, Transferpreis der Universität Münster 2016, Dyslexia Quality Award 2015, eco Internet Award 2015, „GIGA-Maus Lernsoftware 2014“

**Kontakt:**

Kaasa health  
Flinger Straße 11  
40213 Düsseldorf  
+49 211 730635-0  
info@kaasahealth.com  
www.kaasahealth.com/de



# Pop-up-Plattform aus Düsseldorf

Der Reiz des Vergänglichen als Turbo fürs Geschäft: Sie tauchen plötzlich auf, genießen die volle Aufmerksamkeit und verschwinden dann wieder – das ist das Geheimnis von Pop-up-Stores. Das junge Unternehmen BRICKSPACES vermittelt solche gewerblichen Mietflächen für kurze Zeit. Die Pop-up-Store-Experten haben sich in Düsseldorf angesiedelt – und zwar dauerhaft.

Auf die Idee kamen Philip Schur und Giannis Paraskevopoulos vor fast drei Jahren, als sie selbst im Internet nach einer passenden Location suchten. Sie hatten gerade ein duales Studium in einem großen Konzern abgeschlossen und wollten sich in der Gastronomie erproben. Der Test mit einem Pop-up-Restaurant sollte zeigen, ob das Konzept funktioniert. Bei der Suche nach der passenden Location merkten Schur und Paraskevopoulos, dass ein Marktplatz fehlte, um temporäre Gewerbe-

immobilien zu vermittelt wurden. Außerdem erfuhren sie, dass Inhaberinnen und Inhaber von Gewerbeflächen Vorbehalte gegen kurzzeitige Vermietungen haben. Das war die Geburtsstunde von BRICKSPACES.

#### **Dank Digitalisierung online passende Spaces finden**

Die Idee: Auf einer Online-Plattform finden junge Brands ebenso wie weltweit bekannte Marken passende Flächen, die kurzzeitig gemietet werden können, um dort ihren Store zu errichten – ob für einen Tag, ein paar



„Einkaufen wird immer eine Mischung aus Onlinehandel und echten Geschäften sein. Da passen wir mit unserem Konzept sehr gut rein.“ Philip Schur

Philip Schur, Moritz Zbocna und Giannis Paraskevopoulos (v. l.).

Wochen oder sogar mehrere Monate. Dieser Effekt des plötzlichen Auftauchens und Verschwindens macht den Reiz der Pop-up-Stores aus. Gerade kleinen Unternehmen und Start-ups bieten die Kurzzeitstores die Chance, ihr Angebot zu testen, ohne langfristige (Miet-)Verpflichtungen einzugehen. Für bekannte Firmen sind Pop-up-Stores ein zunehmend genutztes, weil wirkungsvolles Marketinginstrument. Auch die Ladenbesitzerinnen und Ladenbesitzer haben den Nutzen von Pop-up-Stores erkannt: Die Kurzzeitvermietungen helfen, Leerstände zu überbrücken und Zusatzeinnahmen zu erzielen. Während Pop-up-Stores früher eher in abgelegenen Gegenden zu finden waren, ist es BRICKSPACES gelungen, auch Anbieter von Flächen in Top-Lagen für ihr Geschäftsmodell zu begeistern. Sogar Räume, die sonst nur Langzeitmieterinnen und Langzeitmietern vorbehalten sind, kann das junge Unternehmen anbieten. Innovativ an dem Geschäftsmodell ist auch die Digitalisierung und Standardisierung des ganzen Vermietungsprozesses.

#### Am Anfang stand hartnäckiges Klinkenputzen

Freunde und Bekannte reagierten zunächst skeptisch auf die Gründungsambitionen von Schur und Paraskevopoulos. Schließlich hatten die beiden keinerlei Erfahrung. Das jedoch bremsete sie nicht. Sie legten einfach los, programmierten einen Online-Marktplatz, sprachen potenzielle Kundinnen und Kunden und Immobilienbesitzerinnen bzw. -besitzer an. „Das war Klinkenputzen ohne Ende“, erinnert sich Paraskevopoulos.

Die Hartnäckigkeit hat sich ausgezahlt. Mittlerweile hat BRICKSPACES rund 300 Kundinnen und Kunden und fünf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Finanzierung erfolgte über Eigenkapital und einen größeren Business-Angel. Bei invention, dem renommierten Gründerpreis der deutschen Familienunternehmen, kam BRICKSPACES bis ins Finale.

Allerdings mussten die Jungunternehmer auch einen Rückschlag verkraften: „Zu Beginn wurden wir von einem Investor enttäuscht, er hat nicht mit uns an einem Strang gezogen. Daraus haben wir gelernt. Wir arbeiten jetzt nur noch mit Leuten zusammen, die von unserer Idee ebenso begeistert sind wie wir und das gleiche Ziel verfolgen.“

#### Erfolg durch passenden Unternehmensstandort

Zum Erfolg von BRICKSPACES beigetragen hat sicherlich die Entscheidung, den Sitz des Start-ups von Essen nach Düsseldorf zu verlegen: „In Düsseldorf ist eine lebendige Start-up-Community. Hier gibt es viele Erfolgsgeschichten, große Unternehmen, die sich engagieren und eine Start-up-Unit bei der



Wirtschaftsförderung. Und: Wir haben potenzielle Kundinnen und Kunden und tolle Geschäfte direkt vor der Haustür.“ Macht den beiden Gründern nicht Sorgen, dass der Onlinehandel immer stärker wird? „Einkaufen wird immer eine Mischung aus Onlinehandel und echten Geschäften sein. Da passen wir mit unserem Konzept sehr gut rein“, glaubt Schur. Der Erfolg gibt ihm Recht. Nachdem BRICKSPACES mittlerweile schon in vielen deutschen Städten sowie in Österreich, der Schweiz und den Niederlanden präsent ist, planen die Gründer die weitere internationale Expansion. Dafür wollen sie ihr Netzwerk im Immobiliensektor und im Einzelhandel ausbauen und ihr Team weiter verstärken.

➤ Ausführliche Informationen finden Sie auf der Website [www.startup-city.de](http://www.startup-city.de)

BRICKSPACES

## FACTS

**Idee für die Gründung:** 2014

**Gründung:** 2014

**Gründer:** Philip Schur und Giannis Paraskevopoulos

**Beschäftigte:** 5

**Auszeichnungen:** Sieger Rheinland-Pitch Retail Special 2016

#### Kontakt:

Brick Spaces GmbH  
Völklinger Straße 24  
40221 Düsseldorf  
+49 211 26171306  
hi@brickspaces.de  
www.brickspaces.de



# Aktuelle 3D-Technologie hilft fliegen lernen

Beim virtuellen Flug über das Terrain lassen sich alle Details erkennen, bis hin zu den Nummernschildern an den Autos. Die hochauflösende 3D-Simulation von eurosimtec begeistert nicht nur die Bundeswehr, Rheinmetall Defence und Airbus, sondern auch die US-Armee und Drohnenhersteller in den Vereinigten Arabischen Emiraten. Aber auch zivile Auftraggeberinnen und Auftraggeber profitieren von der Technologie.

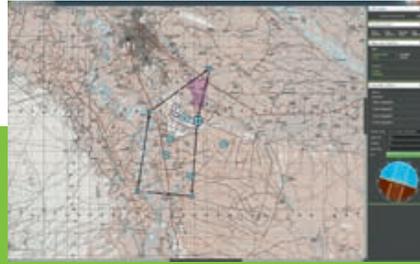
Das André Komp, Gründer von eurosimtec, Simulatoren für den Drohnenflug entwickelt, ist einem Zufall zu verdanken. Eigentlich war er damit betraut, den Studiengang Gamedesign an der Media-design Hochschule Düsseldorf aufzubauen. In Vorträgen entwarf er Visionen davon, was man mit der Gametechnologie alles machen kann, auch in Unternehmen. Bei einem dieser Vorträge befanden sich unter den Zuhörenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Bundeswehr. Sie fragten ihn, ob er sich vorstellen könne, einen Prototypen von einem Drohnenflugsimulator zu bauen. Damit sollten die Pilotinnen und Piloten ausgebildet werden, die Aufklärungsdrohnen lenken und deren Bilder auswerten.

## Herausforderung hochauflösende 3D-Simulation

Die besondere Herausforderung bestand darin, das Einsatzgebiet der Drohnen topografisch exakt, hochauflösend und in 3D abzubilden. Denn: Eine Schulung mit möglichst authentischem Gelände sollte den Piloten, die die Drohnen steuern, die Orientierung bei den späteren Aufklärungsflügen erleichtern. Ein Jahr nach dem ersten Gespräch präsentierte Komp den staunenden Entscheidern einen Prototyp mit einer ganz neuen Simulationsqualität. „Danach ging alles ganz schnell“, erinnert sich Komp. Weitere militärische Auftraggeber folgten – von den Niederlanden bis zur US-Armee. Der weltweit drittgrößte Hersteller von Drohnen, mit Sitz in Dubai/Abu Dhabi, ist ohne zu zögern in das Unternehmen eingestiegen. Noch in diesem



**„Wir können Abläufe in Industrieanlagen veranschaulichen und Prozesse simulieren. Unsere Datenbrillen bieten fotorealistische Abbildungen einer virtuellen Realität in 3D.“ André Komp**



eurosimtec nutzt Satellitenbilder und andere Geodaten für die Entwicklung einer virtuellen 3D-Simulation und ermöglicht so eine optimierte und motivierende Ausbildung.

Jahr wird eurosimtec daher Standorte in Dubai und in Orlando, Florida gründen.

#### Bessere und günstigere Ausbildung durch Simulation

Besonders am Herzen liegt Komp eine qualifizierte Ausbildung der Piloten von Kleinstdrohnen, wie die Polizei sie nutzt oder Eventagenturen, um beispielsweise bewegte Bilder von einem Festival aus der Vogelperspektive zu machen. „Eigentlich bräuhete jeder, der eine Drohne fliegt, einen Führerschein“, plädiert Komp mit Verweis auf die Vorfälle, die es bereits mit Drohnen gab. Simulatoren wären nicht nur günstiger als die aktuellen Live-Schulungen. Sie könnten durch Szenarien möglicher Situationen auch die Qualität der Ausbildung deutlich verbessern.

#### Einsatzmöglichkeiten im zivilen und Industrie-Bereich

Von der Technologie der Flugsimulatoren profitiert auch die Industrie: „Wir können Abläufe in Industrieanlagen veranschaulichen und Prozesse in Echtzeit darstellen. Stichwort Industrie 4.0. Unsere Datenbrillen bieten fotorealistische Abbildungen einer virtuellen Realität in 3D.“ Architekten können so in einer realen Umgebung ihre Bauobjekte präsentieren, obwohl es die Gebäude noch gar nicht gibt. Marktforscher können präzise ermitteln, wie Verbraucherinnen und Verbraucher auf Produkte, Verpackungen oder Plakate reagieren, weil sie mit Hilfe der Datenbrillen Augenbewegungen verfolgen können.

#### Aufbau eines Kompetenzzentrums

Um alle seine Ideen umzusetzen, plant Komp den Aufbau eines Kompetenzzentrums. Der neue, verkehrstechnisch günstige Standort von eurosimtec in der Nähe des Flughafens bietet hierzu die optimalen Voraussetzungen. Im Firmengebäude ermöglicht Komp schon jetzt mehreren anderen, kleineren Startups, ihre Produkte weiterzuentwickeln, an Projekten

zu arbeiten und vom Erfahrungsaustausch mit den anderen Unternehmen zu profitieren.

#### Erfolg auch dank Unterstützung

Den Senkrechtstart von eurosimtec verdankt Komp eigenen Angaben zufolge nicht zuletzt vielen guten Kontakten – auch zur Wirtschaftsförderung der Stadt: „Von dort haben wir viel Unterstützung bekommen“, erinnert sich Komp. Beispielsweise, als das noch junge, aber schnell expandierende Unternehmen neue Räume suchte: „Die Wirtschaftsförderung hat uns geholfen, passende Räume zu finden und war auch bei der Besichtigung vor Ort. Das war hilfreich, denn Startups werden von Vermietern oft kritisch beäugt.“

➤ Ausführliche Informationen finden Sie auf der Website [www.startup-city.de](http://www.startup-city.de)



## FACTS

**Idee zum Unternehmen:** 2006

**Gründung:** 2008

**Gründer:** André Komp

**Beschäftigte:** 16

#### Kontakt:

eurosimtec GmbH  
Mündelheimer Weg 37  
40472 Düsseldorf  
+49 211 3018560  
info@eurosimtec.de  
www.eurosimtec.de





Maximilian Wagner.

# Tradition trifft digitale Zukunft

Wenn wichtige Märkte wegbrechen, sind neue, zukunftsweisende Lösungen gefragt. Die SMS group, Weltmarktführer im Stahlwerkbau, hat diesen Schritt getan: Mit dem neu gegründeten Start-up SMS digital GmbH stellt sie sich den Herausforderungen der Industrie 4.0 und findet innovative Wege, um das Familienunternehmen in eine digitale Zukunft zu führen.

Gerade auch Traditionsbranchen besitzen Potenzial zur Digitalisierung. Die neuen Technologien machen Prozesse effizienter, sparen Zeit und Geld und helfen den Unternehmen, wettbewerbsfähig zu bleiben. Das beweisen die Produkte, die SMS digital für die Kundinnen und Kunden der SMS group entwickelt. Ein Beispiel ist Smart Alarm, ein intelligentes Alarm-Management-System, das die unzähligen Alarmanzeigen einer Anlage übersichtlich priorisiert und gruppiert. Es zeigt dem Nutzer schnell, wo die Ursache für die Störung liegt, und hilft, den Fehler zu beheben. Die bisherige – vordigitale – Fehlersuche gleicht dagegen einer Odyssee, bei der die Fehlerquelle mühsam gesucht werden muss, da nicht zwischen ursächlichen und Folgefehlern unterschieden werden kann. Das kostet schnell ein paar Stunden Zeit, in der nicht produziert werden kann – und damit Geld.

## **Konsequente Kundenorientierung – im Denken und Arbeiten**

Die technischen Voraussetzungen für diese Innovationen liefert die Digitalisierung. Hinzu kam eine Umorientierung im Unternehmen: „Früher überlegte man sich, was die Kundinnen und Kunden brauchen könnten, und entwickelte das Produkt. Heute fragen wir die Kundinnen und Kunden nach ihren Problemen, für welche Herausforderungen sie Lösungen brauchen. Wir bohren so lange, bis wir die Kernthemen und die Pain-Points ermittelt haben, also die Stellen, an denen die Kundinnen und Kunden der Schuh drückt“, erklärt Maximilian Wagner, CEO von SMS digital. Sind die Themen identifiziert, entwickeln interdisziplinäre Teams in enger Abstimmung mit den Kundinnen und Kunden Lösungen für den wunden Punkt. Nach dem Praxistest wird validiert, korrigiert und so lange weitergetüftelt, bis das Produkt marktreif

„Früher überlegte man sich, was die Kundinnen und Kunden brauchen könnten, und entwickelte das Produkt. Heute fragen wir die Kundinnen und Kunden nach ihren Problemen, für welche Herausforderungen sie Lösungen brauchen.“

Maximilian Wagner



ist. Indem die SMS-Tochter neue, zukunftsweisende Lösungen für die Probleme der Kundinnen und Kunden der SMS group entwickelt, sichert das Start-up die Wettbewerbsfähigkeit des Traditionsunternehmens.

#### Vorführung mit Prototypen erleichtert Überzeugungsarbeit

Die von SMS digital entwickelten Lösungen zeigen, welche Chancen die Digitalisierung auch für konservative oder erfolgsverwöhnte Branchen bietet. Die Prototypen helfen, die Lösungen anschaulich zu vermitteln. Denn allzu oft schlagen den Befürwortern der Digitalisierung Skepsis und Ablehnung entgegen.

#### Unternehmensinternes Start-up als Anbieter digitaler Lösungen

Erleichtert wird die Arbeit von SMS digital durch die organisatorische Unabhängigkeit vom Mutterkonzern: „Für die Kundinnen und Kunden war es schwierig, uns als Anbieter digitaler Lösungen zu erkennen, so lange wir Teil der SMS group waren. Das Haus SMS group steht weltweit für exzellenten Maschinen- und Anlagenbau – nicht für digitale Produkte und Services. Seit wir organisatorisch auf eigenen Beinen stehen, werden wir als kompetenter Partner betrachtet.“ Das mittlerweile neunköpfige Team sitzt in eigenen Räumen in den Schwanenhöfen in Flingern. Bei aller Eigenständigkeit – die Nähe zum Stammhaus in Düsseldorf wurde bewusst gewahrt. „Wir hätten auch an einen anderen Ort ziehen können. Es wäre aber sicher

nachteilig gewesen, dadurch vom Stammgeschäft entkoppelt zu werden.“ Und auch für die Gewinnung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern war die Entscheidung von Vorteil: Die digitalen Talente, die das Start-up brauchte, sind gerne aus anderen Städten nach Düsseldorf gezogen.

➤ Ausführliche Informationen finden Sie auf der Website [www.startup-city.de](http://www.startup-city.de)

**SMS** digital

## FACTS

**Idee zum Unternehmen:** 2015

**Gründung:** 2016

**Gründer:** Maximilian Wagner

**Beschäftigte:** 9

#### Kontakt:

SMS digital GmbH  
Erkrather Straße 234 b  
40233 Düsseldorf  
+49 211 881-5332  
hello@sms-digital.com  
www.sms-digital.com



# IOX LAB gibt Ideen Gestalt

Energie erzeugende Schuhe, die sich automatisch schließen, oder Plakate, die auf akustische Signale reagieren und die angezeigten Inhalte verändern – das sind innovative Ideen, doch lassen sie sich auch realisieren? Antworten in Form von Prototypen gibt es bei IOX LAB.

Robert Jänisch und sein sechsköpfiges Team von IOX LAB nutzen digitale Technologien wie 3D-Drucker, modulare Soft- und Hardware, um Prototypen zu entwickeln oder technische Geräte mit dem Internet zu verbinden. Ihre Aufgabe: Sie testen, ob gute Ideen und Konzepte auch in der Realität funktionieren. Ihre Prototypen haben noch eine weitere wichtige Funktion: Sie helfen, Konzepte anschaulich und verständlich zu machen. Eine wichtige Voraussetzung, damit Unternehmen Investorinnen und Investoren, Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartner sowie Kolleginnen und Kollegen überzeugen und ins Boot holen können.

## Innovationsfaktor Geschwindigkeit

Je schneller der Funke der Begeisterung bei Investorinnen und Investoren sowie Partnerinnen und Partnern überspringt, umso schneller können Innovationen auf den Markt kommen. Auch beim Wirtschaftsfaktor Geschwindigkeit punktet IOX LAB: Mit seinen Rapid-Prototyping-Methoden lässt sich in kurzer Zeit feststellen, ob die Idee oder ein Konzept funktioniert, erklärt Gründer Jänisch. „Wir beschleunigen Innovationen. Wir verkürzen den Prozess von der Idee bis hin zur Produktion. Und zwar extrem. Das spart Zeit und Kosten im Entwicklungsprozess.“ So kommt 2017 ein digitales Produkt nach nur einem Jahr Entwicklung auf den Markt. „Das ist Lichtgeschwindigkeit für die Entwicklung von digital vernetzten Produkten und Services.“

## Offene Türen bei Förderinnen und Förderern sowie Partnerinnen und Partnern

In seinem Umfeld stieß Jänisch mit seiner Unternehmensidee durchgängig auf positives Feedback: „Unser erster Förderer war Lorenz Gräf, Gründer vom Inkubator STARTPLATZ, unserem Unternehmenssitz hier im MedienHafen. Er war direkt Feuer und Flamme für das Konzept und ist nach wie vor ein wichtiger Unterstützer und Partner für uns. Die Wirtschaftsförderung Düsseldorf hat uns ebenfalls von Anfang an sehr geholfen. Sie vernetzt uns mit den etablierten Unternehmen hier vor Ort, denen oft die Augen übergehen bei den neuen Möglichkeiten, die

wir ihnen zeigen.“ Den Aufbau des Unternehmens schaffte Jänisch ohne Anschubfinanzierung einer Bank oder eines Investors. Darauf ist er stolz. Dass es geklappt hat, verdankt er auch seiner Machermentalität. Er hat seine Festanstellung gekündigt und „einfach angefangen“: „Ich glaube, jeder kann sehr weit kommen, wenn er nur seiner Leidenschaft folgt.“

## Verkörperung des Start-up-Spirits

Jänisch verkörpert mit seiner Dynamik den Spirit von Start-ups. Dabei verfügen er und sein Team zusammen über mehr als 100 Jahre IT-Erfahrung. In der Starrheit vieler Unternehmen sieht er ein Hemmnis für Innovation. Umso mehr freut er sich über die Offenheit vieler Unternehmerinnen und Unternehmer in Düsseldorf: Das gute Netzwerk von Geschäftsleuten, die im Technologiebereich angesiedelt sind, macht die Landeshauptstadt als Firmensitz für ihn attraktiv. Dennoch hat er die Vision, auch in anderen Orten weitere IOX LABs zu eröffnen.

➤ Ausführliche Informationen finden Sie auf der Website [www.startup-city.de](http://www.startup-city.de)



## FACTS

**Idee zum Unternehmen:** 2015

**Gründung:** 2015

**Gründer:** Robert Jänisch

**Beschäftigte:** 6

### Kontakt:

IOX UG (haftungsbeschränkt)

Speditionstraße 15 a

c/o STARTPLATZ, 40221 Düsseldorf

+49 160 99238514

office@ioxlab.de

www.ioxlab.de





**„Ich glaube, jeder kann sehr weit kommen, wenn er nur seiner Leidenschaft folgt.“**

Robert Jänisch



„Man muss sich selbst die Dinge aneignen, die wichtig sind. Die ersten beiden Jahre der Selbstständigkeit waren die lehrreichsten meines Lebens.“

Matthias Rombey

# Freude in Bechern

Im Sommer stehen die Menschen Schlange – am Carlsplatz, in Benrath, in der Lorettostraße und an 11 weiteren Standorten deutschlandweit. Denn bei Yomaro gibt es gesundes Glück zum Löffeln: Frozen Yogurt.

**G**etopt wird der Genuss durch eine Auswahl an 40 Toppings – von Obst über Müsli bis zu Smarties und einem Fruchtpüree oder einer Soße. Weitere Zutaten für das Erfolgsrezept: begeisterte Teams, unermüdliche Kreativität und konsequente Orientierung an den Wünschen der Kundinnen und Kunden.

Da die gefrorenen Joghurts wenig Fett und Zucker enthalten, können sie auch ohne schlechtes Gewissen genossen werden. Darauf legt Gründer Matthias Rombey, ein studierter Sportwissenschaftler, großen Wert. Bei der schier grenzenlosen Auswahl an Toppings – von Mangopüree oder warmer Nuss-Nugat-Creme bis hin zu Apfel-Zimt-Kompott – ist für jeden Geschmack das Passende dabei. Ebenso wichtig wie die Produkte selbst sind Rombey die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: „Unsere Teams verbreiten Freude und lassen den Funken der Begeisterung auf die Kundinnen und Kunden überspringen.“

## Offen für die zündende Idee

Zehn Jahre lang hat Rombey auf die Selbstständigkeit gespart: Neben seinem Job als Sportevent-Manager arbeitete er in der Gastronomie. Anfangs fehlte ihm die zündende Idee für sein Business – bis er in Asien Frozen Yogurt kennen lernte.

Drei Jahre bereitete er sich vor – besuchte Seminare zur Existenzgründung und sparte weiter Geld, denn bei Banken und Investoren blitzte er ab. Eine solide Basis für Yomaro war auch Rombey's langjährige Erfahrung in der Gastronomie. „Trotzdem waren der Umgang mit der Eismaschine und der Ladenbau echte Herausforderungen“, sagt er rückblickend. Keine Probleme bereitete es ihm, seine Frozen-Yogurt-Kreationen zu entwickeln: „Ich probiere immer wieder Neues aus. Wenn es mir schmeckt, biete ich es an. Dann muss es den Kundentest bestehen. Kommt etwas bei den Kundinnen und Kunden nicht gut an, fliegt es direkt wieder raus.“



Matthias Rombey.

### Kundengespräche als Erfolgsfaktor

Dass er wenig Unterstützung bekommen hat, sieht er im Nachhinein als Glück: „Man muss sich selbst die Dinge aneignen, die wichtig sind. Die ersten beiden Jahre der Selbstständigkeit waren die lehrreichsten meines Lebens. Die möchte ich nicht missen.“ Noch heute empfindet er jeden Tag als Erlebnis: „Ich lerne tagtäglich von meinen Kundinnen und Kunden. Wenn du das Gespräch suchst, geben sie dir Antworten und helfen dir, das Konzept zu verbessern.“



### Düsseldorf macht Expansion leicht

Die intensive Vorbereitungszeit hat sich gelohnt: Zur Eröffnung des ersten Stores im Jahr 2012 kamen 1.200 Besucherinnen und Besucher. Schnell war klar, dass weitere folgen würden. Erst einmal in Düsseldorf. Denn: „Die Infrastruktur ist super, man kann fast alles schnell mit dem Fahrrad und öffentlichen Verkehrsmitteln erreichen. Und auch das Netzwerken funktioniert hier einmalig gut. Wer ein bisschen offen ist, hat es leicht, in Düsseldorf erfolgreich zu sein“, weiß Rombey aus eigener Erfahrung.

Mittlerweile hat Yomaro bereits die Landesgrenzen von NRW überschritten. Und Rombey hat weitere Zukunftspläne: „Wir möchten in den Bereichen Franchise und Lebensmitteleinzelhandel weiterwachsen und wollen verstärkt Kooperationen mit lokalen Unternehmen eingehen. Alles, was wir dafür brauchen, sind Geld und Menschen an unserer Seite, die an die Idee von Yomaro glauben.“

➤ Ausführliche Informationen finden Sie auf der Website [www.startup-city.de](http://www.startup-city.de)



## FACTS

**Idee zum Unternehmen:** 2009

**Gründung:** 2012

**Gründer:** Matthias Rombey

**Beschäftigte:** 50

**Auszeichnungen:** Unternehmer des Monats Mai 2015 – Auszeichnung vom Gründungsnetzwerk Düsseldorf

### Kontakt:

Yomaro GmbH  
Lorettostraße 17  
40219 Düsseldorf  
info@yomaro.de  
www.yomaro.de



# Aus Liebe zu Düsseldorf

Wie kann man größere Datenmengen einfach und sicher austauschen und von überall aus jederzeit Zugriff auf die aktuellste Version der Dokumente haben? Diese Frage stellte sich Christian Sprajc, Gründer von PowerFolder, und beantwortete sie, indem er das Tool selbst entwickelte. Mittlerweile nutzen es Unternehmen in der ganzen Welt.

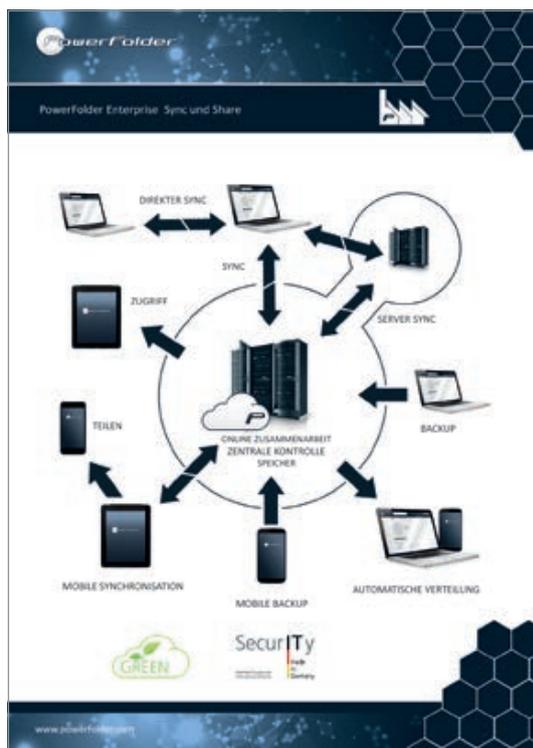
Geboren wurde die Idee dazu während des Studiums: Christian Sprajc wollte mit seinen Kommilitonen Studienunterlagen austauschen, aber nicht immer Mails hin- und herschicken. Viel zu aufwändig und fehleranfällig. Als er kein geeignetes Tool fand, programmierte er es kurzerhand selbst. Noch während des Studiums bot er diese neue Software auch Unternehmen an – mit Erfolg. Damit war klar, dass er nach dem Studium mit PowerFolder den Weg in die Selbstständigkeit einschlagen würde.

## Ausländische Unternehmen vertrauen Start-ups

Einer seiner ersten Kunden war ein Konzern aus Frankreich. Sprajc akquirierte ihn aus seinem 30-m<sup>2</sup>-Apartment bei Düsseldorf heraus. Andere ausländische Unternehmen folgten. Auf den ersten deutschen Kunden musste er hingegen noch ein wenig warten.



„Seltsamerweise setzten deutsche Unternehmen damals anscheinend eher ungern auf Start-ups. Es fehlte vielfach einfach der Mut, auch mal einem Start-up aus dem eigenen Land zu vertrauen“, so Sprajc. „Am deutschen Markt kann man nur schwer neue Produkte platzieren. Deutsche Unternehmen steigen erst dann ein, wenn das Produkt bereits etabliert ist.“ So machte PowerFolder anfangs 80 Prozent seiner Umsätze im Ausland. Inzwischen ist das anders, PowerFolder ist zu einer festen Größe auch auf dem deutschen Markt geworden.



## Qualitätssiegel bescheinigt hohe Sicherheitsstandards

Derzeit nutzen fast 3,4 Millionen Userinnen und User die Software des Düsseldorfer Start-ups – Tendenz steigend. Es gibt zwar auch andere Cloudlösungen am Markt. Die Krux: Die einen sind bedienungsfreundlich, aber nicht sicher, die anderen sind sicher, aber nicht bedienungsfreundlich. „PowerFolder bringt IT-Sicherheit in die Balance mit einer an den jeweiligen Kunden angepassten Usability“, erklärt Sprajc das Geheimnis des Erfolgs. Dass PowerFolder die eigenen hohen Sicherheitsstandards erfüllt, wurde dem Start-up 2015 durch die Verleihung des Qualitätssiegels „IT Security made in Germany“ bescheinigt. Das ist gerade für Unternehmen und Behörden besonders relevant.

### Bildungsbereich nutzt Potenzial von PowerFolder

Neben Einrichtungen aus dem Gesundheitsbereich und Konzernen gehören vor allem viele Bildungseinrichtungen zu den Kundinnen und Kunden von PowerFolder. Nach der Vernetzung von Luxemburger Schulen durch den Softwareentwickler aus Düsseldorf setzen auch verschiedene Universitäten und Forschungseinrichtungen in Deutschland auf PowerFolder. In Baden-Württemberg erhielt das Start-up den Zuschlag, die größte deutsche Hochschulcloud zu entwickeln. Mittlerweile nutzen mehr als 100 Hochschulen die Software von PowerFolder. Damit ist das Start-up aus Düsseldorf in Deutschland Marktführer auf diesem Gebiet. Für die Universität Düsseldorf entwickelte das Unternehmen das Projekt „D2D Connect“, das auch vom Bundeswirtschaftsministerium gefördert wird.

### Dem Standort Düsseldorf treu

Vor allem über die Arbeit in und für seine Heimatstadt Düsseldorf freut sich Sprajc, dem schon verschiedene Städte lukrative Angebote machten, damit er seinen Firmensitz verlagert. Aber ohne Erfolg: „Die hervorragende Lage, die große Ballung von ICT-Unternehmen und die infrastrukturelle Anbindung sprechen für Düsseldorf.“

➤ Ausführliche Informationen finden Sie auf der Website [www.startup-city.de](http://www.startup-city.de)



## FACTS

**Idee zum Unternehmen:** 2003

**Gründung:** 2007

**Gründer:** Christian Sprajc

**Beschäftigte:** 13

**Auszeichnungen:** Siegel „IT Security made in Germany“

#### Kontakt:

PowerFolder

dal33t GmbH

Emanuel-Leutze-Straße 11

40547 Düsseldorf

+49 2132 9792290

contact@powerfolder.com

www.powerfolder.com



„Die hervorragende Lage, die große Ballung von ICT-Unternehmen und die infrastrukturelle Anbindung sprechen für Düsseldorf.“

Christian Sprajc

# Traumjob und Talente finden

Die besten Talente zu gewinnen, vakante Stellen schnell und passend neu zu besetzen – das sind zwei zentrale Erfolgsfaktoren im Wettbewerb. Mehr als 30.000 Unternehmen setzen daher bei der Rekrutierung auf StepStone. Hier treffen sie auf Millionen Fachkräfte, die in der Online-Jobbörse nach ihrer Traumstelle suchen.

Angefangen hat eines der heute erfolgreichsten deutschen Online-Unternehmen mit einer Handvoll Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die Stellenanzeigen ins Netz brachten. Mittlerweile arbeiten 2.200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in 20 Ländern für StepStone, über 400 allein am Hauptsitz in Düsseldorf.

## StepStone sorgt für den „Perfect Match“

Ziel von StepStone ist es, Firmen und Kandidatinnen bzw. Kandidaten optimal zusammenzuführen. „Egal ob im Produktmanagement, im Marketing, im Vertrieb oder in der Entwicklung – bei StepStone verfolgen wir



alle ein gemeinsames Ziel: rekrutierende Unternehmen schnellstmöglich mit passenden Talenten zu verbinden“, erklärt Dr. Sebastian Dettmers, Geschäftsführer von StepStone Deutschland. Hunderte StepStonerinnen und StepStoner – Linguistinnen und Linguisten, Entwicklerinnen und Entwickler, Datenspezialistinnen und -spezialisten – ermitteln im Hintergrund anhand von Algorithmen, welcher Job zu einer Bewerberin oder einem Bewerber passt. Interne und externe Weiterbildungsformate – darunter eine eigene StepStone-Akademie – stellen sicher, dass das Know-how der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter immer top ist.

## Deutscher Marktführer mit Start-up-Mentalität

Trotz seiner Größe und des Erfolgs hat sich StepStone die Aufbruchsstimmung eines Start-ups bewahrt. „Bei StepStone bringen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ständig neue Ideen ein und engagieren sich dann auch dafür, dass sie umgesetzt werden. Abteilungs- oder Ländergrenzen spielen dabei für uns keine Rolle. Das macht StepStonerinnen und StepStoner aus – sie sind echte Teamplayer und Macher“, erklärt Dettmers.

## Digitale Hauptstadt Düsseldorf bleibt Headquarter

Zu Start-up-Mentalität und Engagement gehört auch eine moderne Arbeitsatmosphäre. Am neuen Standort im MedienHafen, nur wenige Gehminuten vom bisherigen Sitz entfernt, dürfen sich die StepStonerinnen und StepStoner unter anderem über ein eigenes Fitnessstudio und einen Conciergeservice freuen. Um den Kaffee für das ganze Team kümmert sich ein eigener Barista. Auch bei weiterem Wachstum will StepStone Düsseldorf treu bleiben: „Düsseldorf ist die digitale Hauptstadt von NRW. Das ist auch langfristig der richtige Standort für den Hauptsitz von StepStone.“

➤ Ausführliche Informationen finden Sie auf der Website [www.startup-city.de](http://www.startup-city.de)



## FACTS

**Gründung:** 1996

**Geschäftsleitung:** Ralf Baumann, CEO StepStone; Simone Reif und Dr. Sebastian Dettmers, Geschäftsführer StepStone

**Beschäftigte:** 2.200

**Auszeichnungen:** 9-mal in Folge „Beliebteste Karriere-Website des Jahres“; 5-mal in Folge „Deutschlands bestes Jobportal“; „Beliebteste Onlinemarke der Deutschen“ (unter den Top 5, 2015 und 2016)

### Kontakt:

StepStone Continental Europe GmbH  
Hammer Straße 19, 40219 Düsseldorf  
(ab Herbst 2017: Völklinger Straße 1)  
+49 211 93493-0  
info@stepstone.de  
www.stepstone.de





**„Düsseldorf ist die digitale Hauptstadt von NRW. Das ist auch langfristig der richtige Standort für den Hauptsitz von StepStone.“**

Dr. Sebastian Dettmers

# Telemedizin unterstützt ärztliche Therapie und schließt Versorgungslücken

Diabetes oder Herz-Kreislauf-Erkrankungen wie Bluthochdruck – viele Krankheiten hängen eng mit einem ungesunden Lebensstil zusammen. Hilfe und Aussicht auf Heilung bieten die Digitalisierung und eine individuelle Betreuung.

„Nur die Hälfte der Patientinnen und Patienten folgt den Empfehlungen des Arztes. Da können die Therapien nicht greifen“, erklärt Bernd Altpeter, Gründer des Deutschen Instituts für Telemedizin und Gesundheitsförderung (DITG). Ganz anders sieht die Erfolgsbilanz des DITG aus: 85 Prozent der Patientinnen und Patienten befolgen konsequent die ärztlichen Anordnungen und steigern so den Therapieerfolg.

Das Erfolgsgeheimnis des DITG ist die Verbindung von moderner Technologie und individueller Betreuung. Die Patientinnen und Patienten erfassen relevante Daten wie Blutdruck, Blutzucker oder Gewicht und übermitteln sie in einem festgelegten Turnus via

Smartphone, Tablet oder PC an eine Plattform. Wer kein eigenes Gerät hat, erhält eines vom Institut. Ein Gesundheitscoach vom DITG prüft und analysiert diese Daten. Regelmäßig telefoniert er mit den Patientinnen und Patienten, bespricht die Werte, informiert sich über ihr Essverhalten und Bewegungspensum, gibt praxisnahe Alltagstipps und beantwortet offene Fragen.

## **DITG knüpft Band zwischen Technologie und persönlicher Betreuung**

Die Wirksamkeit dieses Ansatzes belegen verschiedene wissenschaftliche Studien – und die Erfolgsgeschichten der Patientinnen und Patienten: „Wir konnten bei den Teilnehmerinnen und Teilnehmern unseres Programms teilweise den Diabetes in ein Prädiabetes-



**„Die Patientinnen und Patienten konnten ihre Medikamente entweder deutlich reduzieren oder sogar absetzen.“**

Bernd Altpeter

Stadium zurückführen. Die Patientinnen und Patienten konnten ihre Medikamente entweder deutlich reduzieren oder sogar absetzen“, so Prof. Dr. Stephan Martin, Mitgründer und wissenschaftlicher Leiter des DITG.

#### DITG schließt mit Telemedizin Versorgungslücken

Der Ansatz des DITG kann helfen, drei medizinische Herausforderungen zu meistern: die stetig wachsende Zahl von Patientinnen und Patienten mit Zivilisationskrankheiten und chronischen Krankheiten, die Lücken in der medizinischen Versorgung in ländlichen Gebieten und die Probleme angesichts des demografischen Wandels. Denn ältere Menschen, die nicht mehr so mobil sind, können dank Telemedizin optimal medizinisch betreut werden, ohne ihre Wohnung verlassen und ohne technische Kenntnisse oder eigene Geräte besitzen zu müssen.



Für Ältere attraktiv: Sie brauchen für Routinemessungen nicht zum Arzt zu gehen, sondern übermitteln die Werte an eine Plattform.

#### Unternehmen erkennen Potenzial der Gesundheitsprävention

Einige Unternehmen haben das Potenzial direkt erkannt: Für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Stadt Düsseldorf realisiert das DITG ein Programm zur Gesundheitsprävention. Weitere Kundinnen und Kunden des DITG sind Versicherungen und Pharmakonzerne. Denn die telemedizinische Versorgung hilft auch, Kosten zu sparen.

Vor allem im angelsächsischen Raum stößt die innovative Verbindung von Technologie und Service auf Begeisterung. Daher gehört zu Altpeters Plänen – neben dem weiteren Wachstum in Deutschland – auch eine Expansion des Angebots ins Ausland. Er hofft, durch die medizinischen und ökonomischen Erfolge, die das Institut inzwischen nachweisen kann, weitere Investorinnen und Investoren zu finden, um diese Pläne umzusetzen. Dem Standort Düsseldorf wird er treu bleiben. Schließlich befindet sich hier das Westdeutsche Diabetes- und Gesundheitszentrum (WDGZ), dessen Leiter Mitgründer des DITG ist. „Außerdem ist die Landeshauptstadt Standort für wichtige Gesundheitsmessungen“, benennt Altpeter einen weiteren Vorteil von Düsseldorf als Unternehmensstandort.

➤ Ausführliche Informationen finden Sie auf der Website [www.startup-city.de](http://www.startup-city.de)



## FACTS

**Idee für die Gründung:** 2012

**Gründung:** 2013

**Gründer:** Bernd Altpeter,  
Prof. Dr. Stephan Martin

**Beschäftigte:** 19

**Auszeichnungen (Auswahl):** Gewinner des EIT GoGlobal DigiHealth 2016, Gewinner des Health Media Award 2016, 3. Platz Medizin-Management-Preis 2016, 2. Platz: MSD-Gesundheitspreis 2015

#### Kontakt:

Deutsches Institut für Telemedizin  
und Gesundheitsförderung  
Kölner Landstraße 11  
40591 Düsseldorf  
+49 211 9098170  
info@ditg.de  
www.ditg.de



# Traditionsfirma als Technologieführer für 3D-Metalldruck

Der 3D-Druck von Kunststoffen ist mittlerweile in der Industrie und sogar für Anwendungen zu Hause weit entwickelt. Doch der 3D-Druck von Metallen holt merklich auf. Zum Vorreiter dieses innovativen Produktionsverfahrens hat sich der Stahlkonzern voestalpine aufgeschwungen.

Im neu gegründeten Additive Manufacturing Center in Düsseldorf (AMC) bündelt voestalpine die konzernweiten Forschungsaktivitäten zum 3D-Druck von Metallen über die gesamte Prozesskette – von der Idee bis zum finalen Bauteil. Der Konzern nutzt dabei ein Verfahren, bei dem durch schichtweisen Auftrag eines speziellen Metallpulvers Bauteile entstehen. Die Vorteile des 3D-Metalldrucks liegen auf der Hand: Während man beim klassischen Drehen und Fräsen aus einem Block Material abträgt, bis das Produkt herausgearbeitet ist, wird beim 3D-Druck nur das tatsächlich benötigte Material Schicht für Schicht aufgetragen. Das macht das Verfahren sowohl wirtschaftlich als auch ökologisch interessant. Hinzu kommt, dass Formen realisiert werden können, die

mit klassischen Verfahren nicht möglich sind. Zusatznutzen: Bauteile können auf Basis der digitalen Daten flexibel und individualisiert produziert werden. Davon profitiert beispielsweise die Medizintechnik: Zahnimplantate oder künstliche Hüftgelenke können kostengünstig, vor allem aber individuell angepasst gefertigt werden. Auch ganz spezielle Werkzeuge und Einsätze für Werkzeugformen lassen sich mittels 3D-Metalldruck erstellen. So brauchen Unternehmen nicht mehr auf die Lieferung von Ersatzteilen zu warten, sondern können sie vor Ort produzieren. Es entfallen Transportkosten, Maschinen können ohne Zeitverlust weiterlaufen, Fahrzeuge sind schnell wieder einsatzbereit.



**„Das Wichtigste, um die Ideen umzusetzen, sind Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die hochmotiviert sind und keine Scheu davor haben, über den Tellerrand zu blicken, neue Ideen zu entwickeln und ihre Erkenntnisse Schritt für Schritt umzusetzen.“**

Eric Klemp

### Additive Manufacturing als Produktionsverfahren der Zukunft

„Die Innovationszyklen werden immer kürzer und der Bedarf an individualisierten Bauteilen und Werkzeugen wird immer größer. Darauf können wir mit dem additiven Fertigungsverfahren reagieren“, nennt Eric Klemp, Geschäftsführer des Additive Manufacturing Centers, einen weiteren Vorzug der Technologie. Daher war die Resonanz durchgehend positiv, als voestalpine seine Pläne zur Errichtung des Forschungszentrums vorstellte.

Nur wenige Firmen sind bislang in der Lage, die neue Technologie so umfassend zu nutzen wie voestalpine. Diese Unternehmen werden von den Forschungen und Entwicklungen des Konzerns profitieren. Andere Firmen können künftig das spezielle Metallpulver für den 3D-Druck von den konzerneigenen Gesellschaften Böhler und Uddeholm beziehen.

### Suche nach qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für innovative Aufgaben

Auf der Suche nach einem Standort für das Forschungszentrum punktete Düsseldorf wegen des guten Forschungsumfelds. Errichtet wurde das AMC daher im Areal Böhler. Die Böhlerwerke gehören zur österreichischen voestalpine Gruppe. Derzeit arbeiten im AMC acht Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie zu finden war gar nicht so einfach: „Bei additiven Verfahren ist bisher nicht viel Erfahrungswissen im Markt vorhanden. Einige Universitäten lehren das Fach ‚Additive Fertigungsverfahren‘, einen Ausbildungsberuf gibt es aber noch nicht. Daher war es eine echte Herausforderung, die Fachleute für diese speziellen Aufgaben zu finden“, berichtet Klemp rückblickend. „Denn das Wichtigste, um die Ideen umzusetzen, sind Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die hochmotiviert sind und keine Scheu davor haben, über den Tellerrand zu blicken, neue Ideen zu entwickeln und ihre Erkenntnisse Schritt für Schritt umzusetzen.“ Hilfreich war auch in diesem Fall Düsseldorf als attraktiver Standort, um qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu gewinnen. Von hier aus plant voestalpine, die Innovationen aus dem Forschungszentrum nach Nordamerika und China zu exportieren.

➤ Ausführliche Informationen finden Sie auf der Website [www.startup-city.de](http://www.startup-city.de)

**voestalpine**

EINEN SCHRITT VORAUSS

## FACTS

**Idee zum Unternehmen:** 2014

**Gründung:** 2016

**Beschäftigte:** 8

### Kontakt:

voestalpine Additive Manufacturing Center GmbH  
Hansaallee 321

40549 Düsseldorf

+49 211 522-2331

[eric.klemp@voestalpine.com](mailto:eric.klemp@voestalpine.com)

[www.voestalpine.com/additivemanufacturingcenter](http://www.voestalpine.com/additivemanufacturingcenter)



# Visionen werden zu Millionen

... das ist der Stoff, aus dem (Unternehmens-)Träume sind: Aus einer genialen Idee wird eine florierende Firma. Start-up in Düsseldorf, Scale-up in Düsseldorf!

Mit trivago ging im Dezember 2016, 11 Jahre nach Gründung, das erste Einhorn aus Düsseldorf an die Börse. Andere, wie etwa auxmoney, doobs, Springlane, secusmart, fashionette, legen beachtliche Wachstumsraten hin und sind echte Jobmotoren mit Beschäftigtenzahlen, die schon wenige Jahre nach Gründung teilweise jenseits der 100 liegen.



## Düsseldorfer Start-up-Szene wächst

Im November 2016 hatte Düsseldorf mehr als 250 Start-ups bzw. Start-ups in der Vorgründungsphase. Allein 83 Neugründungen verzeichnete die Landeshauptstadt in den letzten beiden Jahren. Düsseldorfer Start-ups haben in diesem Zeitraum fast 1.000 neue Jobs geschaffen. Tendenz: weiter und schnell steigend! Denn 2015 nahm die neue Start-up-Unit bei der Wirtschaftsförderung mit Volldampf ihre Arbeit auf und brachte die Start-up-Initiative der Landeshauptstadt ins Rollen.

Insgesamt arbeiten derzeit mehr als 2.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Düsseldorfer Start-ups.

Die wichtigsten Tätigkeitsfelder, in denen sie agieren, sind:

- E-Commerce
- Netzwerke bzw. Enduserplattformen
- Appentwicklung
- Adtech, Software und Food

➤ Ausführliche Informationen finden Sie auf der Website [www.startup-city.de](http://www.startup-city.de)

## 5 GUTE GRÜNDE,

in Düsseldorf zu starten – und zu wachsen

1

### MARKT

Attraktives Markt- und Kundenpotenzial mit 11,4 Mio. Einwohnerinnen und Einwohner und 100.000 Firmen im Umkreis von 50 km

2

### LAGE

Erstklassige geografische Lage mit direkter Anbindung an den deutschen und internationalen Markt

3

### TALENTE

Vielfältiger Hochschulstandort mit insgesamt 22 Unis, FHs und Akademien

4

### CORPORATES

Hochwertiges Ballungsgebiet von innovativen und international tätigen Unternehmen

5

### NETZWERK

Aktive Start-up-Unit der Wirtschaftsförderung Düsseldorf

## Die Start-up-Unit der Wirtschaftsförderung

Die Start-up-Unit: Das sind Ihre Ansprechpartnerin und Ihre Ansprechpartner in der Wirtschaftsförderung Düsseldorf. Unser Ziel ist es, Ihrem Start-up auf die Sprünge zu helfen und Ihnen mit Rat und Tat zur Seite zu stehen!

Wir sind Wegweiser und Türöffner für Ihr Start-up:

- ➔ Wir beantworten Ihnen gerne Fragen und geben Tipps zu verschiedenen Themen in Ihrem Gründungsprozess, z. B. zum Thema Finanzierung.
- ➔ Wir werden Sie dabei unterstützen, die richtige Expertin bzw. den richtigen Experten in unserem Netzwerk für Ihre Fragen und Herausforderungen zu finden.
- ➔ Sie brauchen ein Büro oder Labor? Sprechen Sie uns an bzw. informieren Sie sich im Internet.
- ➔ Wir unterstützen Sie dabei, Ihr persönliches Netzwerk zu nationalen oder internationalen Corporates aufzubauen und nehmen Sie mit auf Messen im In- und Ausland.

[startupunit@duesseldorf.de](mailto:startupunit@duesseldorf.de)

Ihre Ansprechpartnerin  
bzw. Ihre Ansprechpartner:



Andre Boschem, +49 211 89-95502

---

Stellvertretender Amtsleiter  
Leiter Start-up-Unit



Daniel Adler

---

+49 211 89-97688



Jürgen Gerreser

---

+49 211 89-95873



Christiane Knoll

---

+49 211 89-93892



Ferdinand Nett

---

+49 211 89-93843



Ingo Stefes

---

+49 211 89-93868

Mit freundlicher Unterstützung von:

**:DÜSSELDORF**

**SMS** digital



#### Herausgeber

Landeshauptstadt Düsseldorf  
Der Oberbürgermeister  
Wirtschaftsförderungsamt  
Burgplatz 1  
40213 Düsseldorf

#### Verantwortlich i. S. d. P.

Uwe Kerkmann

#### Texte/Recherche

Dr. Marion Steinbach

#### Konzeption/Schlussredaktion

Dr. Marion Schwartzkopff

#### Gestaltung

doppel. design, Düsseldorf

#### Druck

Druckerei Schaab & Co. GmbH,  
Düsseldorf

[www.duesseldorf.de/  
wirtschaftsforderung](http://www.duesseldorf.de/wirtschaftsforderung)

#### Fotos

S. 4, 6, 11, 12, 14, 18, 22, 27, 29,  
31, 33, 34: Rainer Unkel; S. 5:  
kange\_one/Fotolia; S. 7, 8: doob  
group; S. 9: YinYang/iStock; S. 10:  
Peakwork; S. 13: A4VR; S. 14, 15,  
16: sipgate; S. 17, 19: Kaasa health;  
S. 20, 39: Paul Esser; S. 21:  
BRICKSPACES; S. 23: eurosimtec,  
DamienGeso/Fotolia; S. 24, 25:  
SMS group GmbH; S. 24, 25:  
Creativejatin/Freepik; S. 28, 29:  
Yomaro; S. 30: PowerFolder; S. 32:  
StepStone; S. 35: LuckyImages/  
Fotolia, Gstudio Group/Fotolia;  
S. 36, 37: voestalpine; S. 36, 37:  
PhonlamaiPhoto/iStock; S. 38, 39:  
freepik.com

IV/17-4, Ausgabe Nr. 2



## Kontakt

**Wirtschaftsförderungsamt**  
[startupunit@duesseldorf.de](mailto:startupunit@duesseldorf.de)  
[www.startup-city.de](http://www.startup-city.de)