

GRÜNDERSZENE

DIE

50



WACHSTUMSSIEGER

9 // FENSTERBLICK

CAGR
436%
GRÜNDUNGSJAHR
2013
KATEGORIE
Lifestyle & Consumer Goods
WEBSITE
fensterblick.de



Schön wäre es, wenn manches Berliner
Büro einen solchen Ausblick zu bieten hätte

GETTY IMAGES/ GERGELY SZABO

Gründerszene: Wer bestellt eigentlich Fenster per Internet?

Christian Kaminski: 80 Prozent der Kunden, die über fensterblick.de bestellen, sind Privatkunden. Die restlichen 20 Prozent stammen aus dem B2B-Bereich: Monteure, Architekten, Hausverwaltungen und Bauunternehmen – um nur einige zu nennen. Über unsere Online-Konfiguratoren können sich unsere Kunden maßgefertigte Fenster und Türen nach eigenen Wünschen zusammenstellen. Ein Großteil unserer Kunden hat bereits vor der Bestellung bei uns einen Monteur aus seiner Region. So wird das entscheidende, sogenannte Aufmaß direkt vom Fachmann genommen, der die Fenster auch einbaut. Um diese Kunden an die Hand zu nehmen, bieten wir auf unseren Ratgeberseiten eine Anleitung zum Fenster-Aufmaß mit zahlreichen Tipps und Hilfestellungen.

Wer baut die Fenster eigentlich ein?

Ebenfalls arbeiten wir in verschiedenen Regionen Deutschlands mit ausgewählten Montagepartnern zusammen. Diese nehmen beim Kunden das Aufmaß und führen den Aus- und Einbau der Elemente durch. Für die Kunden, die die Fenster selbst montieren, geben wir eine ausführliche und geprüfte Montageanleitung des Herstellers mit, damit die Fenster in allen Fällen fachgerecht montiert werden.

Was sind die Herausforderungen?

Wir verkaufen keine Fertigprodukte, sondern individuelle Maßanfertigungen. Vom Einfamilienhaus bis zum Großprojekt, vom Neubau bis zur energetischen Sanierung – jedes Projekt stellt andere Anforderungen, jede Bausituation bedarf einer fachgerechten Planung und umfassenden Beratung.

Wie erklären Sie sich das starke Wachstum?

Wir bauen unser Unternehmen auf Innovation auf und reagieren ständig auf den sich laufend verändernden Markt. Wir haben noch viele Ideen, die den Hausbau weiter vereinfachen sollen.

Gibt es im Netz Konkurrenz?

Der Markt in Deutschland liegt bei 14 Millionen Fenstereinheiten pro Jahr, daher bietet unser Geschäftsfeld Platz für einige Mitbewerber.

Fünf Fragen an einen, der Fenster übers Internet verkauft

FENSTERBAU

Ein Berliner baut mit neun
Mitarbeitern maßgefertigte Fenster
und Türen. Doch wer bestellt
eigentlich Fenster im Netz?

Von Frank Schmiechen

Gute Aussichten

TEAMAUFBAU

Recruiting-Profil erstellen? Kein Problem! 1,8 Milliarden
Datensätze hat Talentwunder bislang gesammelt

Von Alex Hofmann

Hardenbergplatz 2, direkt neben dem Bahnhof Zoo, 14. Stock. Der Blick aus der Küche geht über die Dächer Berlins, auf das jetzt gelbliche Grün des Zoos, den „Hohlen Zahn“ auf dem Breitscheidplatz. Den Funkturm in Charlottenburg sieht man aus dem Meeting-Raum, noch weiter weg die Kraftwerkschornsteine am Horizont. Dass Andreas Dittes der Blick aus den Räumen seines Startups gefällt, daraus macht er kein Hehl. Stolz zeigt er die Bilder vom goldroten Sonnenuntergang, die er einige Tagen zuvor auf seinem Smartphone geschossen hat.

Sein Startup ist das Unternehmen Talentwunder, das Firmen beim gezielten Aufbau von Teams unterstützen will und das Dittes zusammen mit Jörg Resch gegründet hat. Kennengelernt haben sich beide bei einem Hackathon in Karlsruhe, den sie zusammen gewonnen haben. Vom Duo ist Andreas Dittes der Geschäftsmann, Jörg Resch der Techniker, das fällt sofort auf. Resch programmierte die Software, mit denen Talentwunder Profildaten findet. Dittes hingegen erzählt von seinen Beratungsprojekten bei Stellenanzeigen.de, LinkedIn oder StudiVZ. Lars Hinrichs habe er bei der Umbenennung von OpenBC in Xing beraten. Als der ihn salopp fragte: „Bist du auch ein Gründer-ty?“ habe es bei ihm klick gemacht, sagt Dittes.

Die Erfahrungen mit sozialen Netzwerken und die technische Expertise, Daten zu sammeln, hätten beide zu der Frage geführt: Lassen sich damit relevante Recruiting-Profil erstellen? Wie die Antwort ausgefallen ist, verrät

spätestens die Top-Ten-Platzierung bei den diesjährigen Gründerszene Awards. 1,8 Milliarden Datensätze habe Talentwunder bislang gesammelt, sagt Dittes, den Großteil davon in der westlichen Welt. Das klingt beeindruckend, aber schnell kommt die Frage nach Datenschutz und Privatsphäre in den Sinn. Resch und er hätten sich schon zum Start der Firma damit beschäftigt und immer darauf geachtet, alle Regularien früh zu erfüllen, sagt Dittes. Der Wirbel um die DSGVO habe dem Unternehmen deswegen nichts ausgemacht.

Und wie sieht es geschäftlich aus? Sein Unternehmen könne jederzeit in den Break-even steuern, sagt Dittes. Dass derzeit jeden Monat ein Minus zu Buche stehe, sei notwendig, um das Angebot weiterzuentwickeln und das Team aufzubauen. Die Investoren – zumeist Business Angels wie zum Beispiel Nebenan.de-Gründer Christian Vollmann – haben in einer verlängerten ersten Finanzierungsrunde 2,2 Millionen Euro bereitgestellt. Sie unterstützen die Wachstumsstrategie des vier Jahre alten Unternehmens, während Kunden wie Swisscom oder die Deutsche Bahn für Umsätze sorgen. Wenn Talentwunder ein Problem habe, sagt der CEO, dann, geeignete neue Mitarbeiter für das derzeit 42-köpfige Team zu finden, was Dittes als einen weiteren Beleg für sein Geschäftsmodell sieht. Deswegen habe das Startup einen Personaler eingestellt, der gezielt nach passenden Talenten sucht – Dittes nennt ihn „Active Sourcer“. Einer der wichtigsten Faktoren beim Recruiting sei, sagt Dittes, etwas zu bieten, das andere nicht haben. So wie einen gigantischen Ausblick auf Berlin.

10 // TALENTWUNDER

CAGR
436%
GRÜNDUNGSJAHR
2014
KATEGORIE
HR/Recruiting
WEBSITE
talentwunder.de

Berlin, Breitscheidplatz: Der Blick aus dem Büro
von Talentwunder-CEO Andreas Dittes

TALENTWUNDER

