



aventure

NEWSLETTER
DER MBG BERLIN
BRANDENBURG
NR. 32

3/2011



Die MBG-Armada
Mehr als 100 Gäste
nahmen in den
Booten Platz.
Gesunken ist keines.

>MBG: SOMMERFEST AM TEMPLINER SEE

Sommer, Sonne, Sportlegenden – das war das Motto des ersten Sommerfests der MBG am 20. August 2011 beim erfolgreichsten Kanu-Club der Welt: Dem Kanu-Club Potsdam (KCP). Mit dabei Olympiasieger Jürgen Eschert, der mehrfache Weltmeister und Olympiasieger von Athen Tim Wieskötter, eine Menge Kanus und 140 Gäste.

legten, ging es in diesem Jahr selbst an die Paddel. „Endlich in die richtige Richtung. Sie fahren vorwärts“, betonte Jürgen Eschert, Ehrenvorsitzender des KCP und erster Olympiasieger der DDR-Mannschaft, unter dem Gelächter der zahlreichen Gäste. Eschert stellte den Klub und seine Geschichte vor. Der Kanu-Club Potsdam ist einer der erfolgreichsten Kanusportclubs der Welt: KCP – das sind 50 Jahre Kanurensport, 103 Olympiasieger und Weltmeistertitel sowie 81 Silber- und 75 Bronzemedailles bei Welt- und Europameisterschaften. Bei strahlendem Sonnenschein ging es nach der kurzen Begrüßung direkt an die

Paddel und zum Inselhotel Hermannswerder, wo ein kühler Cocktail unter schattigen Bäumen gereicht wurde. Die kurze Pause verkürzte den Rückweg zum ebenfalls weltmeisterlichen Grillbüffet.

Mit Weltmeistern und Olympiasiegern ging es um die Insel Hermannswerder. An Land ging es (für einige) ähnlich wackelig zu: Auf dem Segway-Parcour, den das Beteiligungsunternehmen Yoo-ve aufgebaut hatte, versuchten sich nicht nur die Jüngsten. Spannung – im wörtlichen Sinne – bescherte das Bogenschießen. Hier kam es auf Konzentration und Atmung an. An der Torwand des Sommerfests konnte der Sportstudio-Rekord von Rudi Völler (5 Treffer) nicht gebrochen werden, einige Talente wurden allerdings gesichtet. Auch der Weltmeistergrill und das Espressomobil erfreuten sich großer Beliebtheit. Bilder der Veranstaltung unter:

www.mbg-bb.de/Galerie

Im vergangenen Jahr noch vom sicheren Deck der „MS Lichtenberg“ beobachtend, wie sich die Ruderer bei der Wannsee-Regatta

„Rund um Wannsee“ ins Zeug



Auf Kurs
MBG und KCP vereinbaren eine Zusammenarbeit: Kurs Olympia 2016.

>INHALT

The unbelievable
Machine Company Seite 2
Der digitale Stiff Seite 3
Sommer, Sonne, Strandsandale . Seite 4

>The unbelievable Machine Company



Das Wort Hosting hört Ravin Mehta gar nicht gern. Er bevorzugt Web Operations. Das ist keine Wortklauberei, es ist eine Frage der Unternehmensphilosophie. Hosting, so Mehta, ist ein Preiskampfmärkte, der über ein paar Gigabyte mehr Speicherplatz reguliert wird. „Unser Ansatz ist ein anderer.“ Auch deshalb bezeichnet er sein Unternehmen als Manufaktur – feine Handarbeit, präzise abgestimmt auf die Wünsche seiner Kunden. Wenn der Erfolg einer Internetseite lebenswichtig ist, zählt Qualität, nicht Quantität. Mehtas Kunden wollen die sichere, fehler- und unterbrechungsfreie Funktion ihrer Software – zum Beispiel ein Shopsystem – im Web. Denn das ist Voraussetzung für deren wirtschaftlichen Erfolg. Verfügbarkeit, Erreichbarkeit, Schnelligkeit und Sicherheit sind „Killerkriterien“. Sie entscheiden wesentlich darüber, ob ein Kunde des Online-Shops zufrieden ist und wiederkommt.

2008 gründete Ravin Mehta die The unbelievable Machine Company (*um). Heute schmücken Kundenlogos die gesamte Bürowand, darunter das der Deutschen Post, des Musikersenders MTV, der Vermiet-

plattform erento oder des Telefonkonzerns Nokia. Das Unternehmen konzipiert nach den Bedürfnissen seiner Kunden die IT-Infrastruktur, stellt die benötigte Hardware – Rechner und Server – zusammen, prüft deren Leistung und Geschwindigkeit in Belastungstests, tuned – wie im Motorsport – das System auf optimale Leistung und betreibt – hosted – die Seiten in einem Hochsicherheitsrechenzentrum. „Unsere Kombination aus Beratung und Betrieb von IT-Strukturen mit Hunderten von Servern ist in Deutschland einmalig“, sagt Mehta. Beim neuen Trend Cloud Computing war das Unternehmen bereits 2008 einer der ersten Anbieter in Deutschland. „Da haben wir Pionierarbeit geleistet“, erklärt der Firmenchef. Cloud Computing wird zunehmend interessant für Unternehmen, die große Datenmengen transferieren oder lagern müssen und dafür keine umfangreiche eigene IT-Infrastruktur anschaffen wollen. Sie mieten Speicherplatz – sogenannte Enterprise-Cloud-Systeme – auf einem – oder vielen – von *um für diesen Zweck zur Verfügung gestellten Servern.



men, die große Datenmengen transferieren oder lagern müssen und dafür keine umfangreiche eigene IT-Infrastruktur anschaffen wollen. Sie mieten Speicherplatz – sogenannte Enterprise-Cloud-Systeme – auf einem – oder vielen – von *um für diesen Zweck zur Verfügung gestellten Servern.

Mit Medien hat Ravin Mehta schon sein ganzes Berufsleben zu tun. Im Tonstudio hat er gearbeitet, einen Musikverlag betrieben, Informatik studiert und lange Zeit diverse Managerpositionen bei einem frühen Internet-Vorzeigeunternehmen bekleidet. Heute baut Mehta mit seinem Unternehmen The unbelievable Machine Company „un glaubliche Maschinen“, damit das Geschäft seiner Kunden – Betreiber großer und sehr komplexer Webseiten – im weltweiten Netz reibungslos läuft.

Und auch wenn Cloud – zu deutsch Wolke – luftig und schwebend klingt, gibt es einen tatsächlichen Ort für diese Daten. Mehtas „Cloud“ steht in Amsterdam und Berlin, in einem sogenannten Tier 4-Zentrum, ein Rechenzentrum der Sicherheitskategorie 4, der höchsten Stufe. Hier hat das Unternehmen bei einem Spezialanbieter Flächen gemietet, in denen die Server stehen. 40 bewaffnete Posten sorgen für die physische Sicherheit, achten auf die ununterbrochene Stromversorgung, Lüftung oder Kühlung. Auch die „Einreisebestimmungen“ scherzt Mehta, seien hier härter als in bestimmten Ländern.

Der Bau dieser „un glaublichen Maschinen“ ist ein investitionsintensives Geschäft. Die Verträge mit seinen Kunden sind meist langfristig. Der Umsatz komme kontinuierlich, aber verteilt über den vereinbarten Zeitraum. Technik und Service müssten aber vom ersten Tag an bereitgestellt werden. Das bedeutet Vorfinanzierung. „Wir haben immer ein Kapitalbeschaffungsthema“, sagt Mehta. Deshalb hat die Hausbank den Kontakt zur MBG hergestellt, die seit 2011 das Wachstum des Unternehmens unterstützt.

www.unbelievable-machine.com

Ravin Mehta,
Gründer und
Geschäftsführer

>MELDUNGEN



>AIBIS: DER DIGITALE STIFT

Fußballfan und Software-Entwickler:
Geschäftsführer und Gründer
Jürgen Busacker

Mehrsprachig mit Beyo-App

Seit kurzem vertreibt die Deutsche Telekom über ihren App-Store eine Übersetzungs-Anwendung, mit der fotografierte Texte einer fremden Sprache in Sekundenschnelle übersetzt und auf dem Handy-Display angezeigt werden. Die Software dafür liefert das Potsdamer Beteiligungsunternehmen beyo GmbH. Geschäftsführer Cüneyt Göktekin freut sich über den Erfolg. „Derzeit erkennt die Anwendung 200.000 deutsche Wörter und übersetzt diese unter anderem ins Russische, Italienische, Türkische oder Französische.“ Ziel von beyo ist es, dass Hersteller von Mobilfunkgeräten die Anwendung künftig auf ihren Geräten ab Werk mitliefern. Erfolgsversprechende Gespräche laufen bereits.

www.beyo.me

Unternehmer mit großem Herz

Seit drei Jahren schon spendiert er jedes Jahr rund 20 000 Euro – zehn Prozent des Gewinns seines Berliner MBG-Unternehmens Alupur. Uwe Pfeumer ist der wichtigste Sponsor der Tee- und Wärmestube in Werder. Als Uwe Pfeumers 1995 gegründete Firma Gewinne erwirtschaftete, war für ihn klar, dass er für soziale Zwecke spenden würde. Vor drei Jahren dann zog Pfeumer nach Werder und wurde auf die Tee- und Wärmestube aufmerksam. „Alle erfolgreichen Unternehmer sind in der Pflicht“, findet Pfeumer.

www.alupur.de

Europaweite Bootsüberführungen mit neuem Spezialauflieger

Mit einem neuen, luftgefederten Spezialauflieger hat heller Nautical Services seinen Fuhrpark für Yachttransporte und Bootsüberführungen erweitert. Mit der Fachabteilung Nautical Services hat sich das MBG-Unternehmen heller Lackiererei GmbH auf Lackierung, Veredelung und Refit von Motoryachten und Segelyachten spezialisiert. Der Tiefbettauflieger mit lenkbarer Hinterachse steht für Transport und Überführung von Segelyachten und Motorbooten bis 18 Meter Länge und 25 Tonnen Gewicht zur Verfügung. Die versicherten, europaweiten Yachttransporte sind besonders interessant für Kunden, die ihre Yacht einem Refit unterziehen wollen: In Verbindung mit einer Yachtlackierung führt heller Nautical Services die Überführung in der Regel kostenlos durch.

www.goodlack.de



Mobile Computing, sagt Jürgen Busacker, sei – neben Fußball natürlich – sein größtes Hobby. Darum hat sich der Softwareentwickler bereits 1997 in Hamburg auf diesem Gebiet selbständig gemacht und für die Logistikbranche u.a. Software zur Sendungsverfolgung entwickelt. Seit 2005 forscht und entwickelt Busacker mit seinem Unternehmen AIBIS auch in Potsdam auf dem Gebiet der Telemedizin. Zwar sei ein Patient kein Packstück – wie Busacker in anfänglichen Gesprächen immer wieder zu hören bekam, aber es gibt viele „schöne Synergien“. Denn wie in der Logistik, geht es auch in der Telemedizin um die Transparenz aller Prozesse.

Die AIBIS® unterstützt ihre Kunden mit mobilen Lösungen, um Durchlaufzeiten zu optimieren. Zeitkritische und wichtige Informationen werden vor Ort digital erfasst, per Funk an das Backoffice weitergegeben und fließen sofort in andere betriebliche Prozesse ein. 2005 gründet Jürgen Busacker in Potsdam sein Unternehmen zur Forschung auf dem Gebiet der Telemedizin. Erstes Produkt aus Potsdam ist der digitale Stift skaiforms. Denn ohne Papier-Formulare geht es nicht immer. Bestimmte Arbeitsabläufe erfordern den Umgang mit Stift und Papier. Wer die handschriftlichen Einträge auf dem Papier in digitaler Form auf dem PC benötigt, musste bislang zwangsläufig abtippen oder scannen. Beide Vorgänge sind fehleranfällig und arbeitsintensiv.

Der digitale Stift ist neben einer normalen Kugelschreibermine und einer Infrarot-Kamera mit einem Speicher, einer Bluetooth-Schnittstelle ausgestattet. Durch die integrierte Kamera nimmt der Stift die durchgeführte Bewegung auf dem bedruckten Papier auf. Dafür legt die AIBIS-Software auf den vom Kunden erstellten Formularen ein Raster an. Neben der Erfassung der Koordinaten zur genauen Aufzeichnung der Handschrift, die später ebenfalls digitalisiert und in für den Computer lesbare Zeichen umgewandelt werden, fügt der digitale Stift Eckdaten zu den handgeschriebenen Informationen hinzu, beispielsweise die genaue Zeit und die Identität des Schreibers.

Selbst in der Türkei, wo Busacker ein Tochterunternehmen gegründet hat, kommen die digitalen Stifte zum Einsatz. In der Devlet Hastanesi-Klinik in Mersin oder den Universitätskliniken Erzurum und Gaziantep füllen Ärzte und Pfleger



mit diesem Stift verschiedene Formulare im medizinischen Umfeld aus und optimieren damit zahlreiche Prozesse im Krankenhaus.

In einem aktuellen Forschungsprojekt geht es um das Daily Care Journal, ein Pflegejournal, das auf eine durchgängige Betreuungs- und Pflegedokumentation abzielt, in der alle medizinischen, pflegerischen und alltäglichen Leistungen, die einer der Pflegenden erbracht hat, festgehalten werden. Um die Dokumentation mit Hilfe technischer Lösungen so einfach wie möglich zu machen und jedem Pflegenden seinen individuellen Zugriff zu ermöglichen, werden die Informationen und Daten genau dort erfasst und angezeigt, wo sie anfallen: In der Wohnung des Pflegebedürftigen. Als technische Endgeräte werden für die Eingabe ein digitaler Stift und für die Anzeige der Informationen ein Tablet PC genutzt, auf dem eine spezielle Software installiert ist. Dieser Gesundheitsmanager verbindet Pflegebedürftige mit dem Arzt, dem Pflegedienst oder der Klinik. Sogar Brötchen bestellen kann man damit.

www.aibis.de

Schreibgerät mit Köpfchen:

Der digitale Stift von AIBIS findet sogar in Krankenhäusern der Türkei Anwendung.

> SOMMER, SONNE, STRANDSANDALE



Nicht nur Sandalen:
Hochwertiges Schuhwerk aus Japan, Kanada, England, Schweden oder Spanien gibt es im Laden an der Zossener Straße in Berlin-Kreuzberg.



2.500 Kilometer garantierte Laufleistung, rutsch- und wasserfest, ein Herstellungsrezept, das wie ein Staatsgeheimnis gehütet wird – das sind die technischen Daten des Produktes, das Markus Zielniok verkauft. Sommer, Strand und lateinamerikanische Rhythmen sein Image. Sie heißen Blossom, Baroque oder Alamo-ava Animal. Eine Sohle, zwei Schlaufen, etwas Farbe – fertig sind die Havaianas. Mehr als 200 Millionen Paar in etwa 400 verschiedenen Designs kommen jedes Jahr neu auf den Markt. Dass sie in Deutschland immer beliebter werden, hat auch mit Markus Zielniok und seinem Internetportal strandsandale.de zu tun.

Schon die alten Ägypter trugen Zehensandalen. Die Japaner trugen die Zori-Sandale, eine Reisstrohsohle mit Stoffschlaufen. Davon inspiriert kommt 1962 das erste Paar Havaianas auf den Markt, ganz in Naturkautschuk und – erstaunlich – als Arbeitsschuh. Ende der 1990er Jahre begann der Siegeszug der Sommersandale um die Welt. Zur Fußballweltmeisterschaft in Frankreich tragen sie eine kleine brasilianische Flagge auf der Schlaufe. Bald darauf lässt der Pariser Modemacher Jean-Paul Gaultier seine Models in Havaianas über den Laufsteg laufen. Im Jahr 2000 gibt es die Sandale schon in über 60 Ländern. In Deutschland aber schläft der Vertrieb vor ein paar Jahren wieder ein.

Vier Tonnen Havaianas

Er selbst sei bei Schuhen „Bedarfskäufer“, sagt Markus Zielniok. Auch beruflich hatte er nichts mit Schuhen zu tun, er ist IT-Experte. Wie er zu den Schuhen kam? Zielnioks Frau kommt aus Brasilien, Heimat der Sandale, in der jährlich 140 Millionen

Paar verkauft werden. Das Produkt ist klasse, sagt er, in Brasilien eine Marke wie Coca-Cola. So entstand 2007 die Idee, die Schuhe in Deutschland zu verkaufen. Mit einem Lastwagen führen beide nach Düsseldorf und holten sich die Restbestände des damaligen Vertriebsunternehmens, um sie anschließend auf den Märkten Berlins zu verkaufen. In vier Monaten „baut“ Zielniok seinen Webshop www.strandsandale.de auf und verkauft schon 2009 etwa vier Tonnen Havaianas, das sind ca. 10.000 Paar.

Stiefel vom Hoflieferanten

Seinen Job als IT-Experte wollte Zielniok eigentlich nicht aufgeben, der Online-Shop war ursprünglich eine Idee für seine Frau. Inzwischen verkaufen, verpacken und versenden zehn Mitarbeiter in Hochzeiten bis zu 3.000 Paar Schuhe im Monat. Lange nicht mehr nur die brasilianische Strandsandale. Jedes Jahr kommen zwei bis drei neue Marken hinzu – schwedische Kinderschuhe, japanische Sneaker, kanadische Pajar Boots oder Gummistiefel der Marke Hunter, Hoflieferant der englischen Königin. Bei der Auswahl legt Zielniok größten Wert auf die Kompetenz der Hersteller.

Wachsen mit der MBG

Im Mai hat das Unternehmen in den Gewerbehöfen an der Zossener Straße in Berlin seine neuen Räume bezogen. Früher hat hier ein Industrieunternehmen gesessen. Die 150 Quadratmeter in Schöneberg waren schon lange zu klein – das Büro auf der gegenüber liegenden Straßenseite, einige Keller als Lager. Hier ist nun alles auf einer Etage: Der Showroom, die Büros und die Fotoecke zum Ablichten der Modelle. Das Lager ist um ein Vielfaches gewachsen. Anfänglich haben Freunde und Familien bei der Finanzierung geholfen. „Das geht heute nicht mehr.“ Die MBG begleitet das schnelle Wachstum des Unternehmens. „Wenn das so weitergeht“, sagt Zielniok, „dann reicht der Platz hier nur noch drei Jahre.“

www.strandsandale.de



IMPRESSUM

Herausgeber:
Mittelständische Beteiligungsgesellschaft
Berlin-Brandenburg GmbH
Schwarzschildstraße 94
14480 Potsdam
Verantwortlich: K. Göbel, M. Schulz

Redaktion und Gestaltung:
Brille und Bauch, Agentur für
Kommunikation KG, Potsdam

WIE SIE UNS ERREICHEN:
...wenn sich Ihr Unternehmen
in Berlin befindet:

Mittelständische Beteiligungsgesellschaft
Berlin-Brandenburg GmbH
Geschäftsstelle Berlin
Schillstr. 9, 10785 Berlin
Telefon: 030/31 10 04-0
Telefax: 030/31 10 04-55
E-Mail: berlin@mbg-bb.de

...wenn sich Ihr Unternehmen
in Brandenburg befindet:

Mittelständische Beteiligungsgesellschaft
Berlin-Brandenburg GmbH
Schwarzschildstraße 94
14480 Potsdam
Tel.: 0331/649 63 0
Fax: 0331/649 63 21
E-Mail: brandenburg@mbg-bb.de

