



aventure

NEWSLETTER
DER MBG BERLIN
BRANDENBURG
NR. 58
1/2018

>**IDEE & KAPITAL:** metacrew group, Berlin & Osnabrück



PALAST DER BOXEN

Perfekter
Mädelsabend
Die Barbara-Box
gehört dazu.

Tobias Eismann, der sich selbst als Informationsjunkie bezeichnet, hat jahrelang Unternehmen digitalisiert. Für Verlage wie das Handelsblatt entwickelte er Strategien, um Abo-Kunden für bezahlte Inhalte zu gewinnen. Seit 2013 geht er mit metacrew auch einen anderen Weg und verkauft Boxen mit Schokolade oder Beauty-Produkten im Monatsabo. Eismann arbeitet dazu mit Marken wie Lindt & Sprüngli oder Brigitte von Gruner + Jahr zusammen, vertreibt aber auch eigene Boxen. 2016 hat das Beteiligungsunternehmen mehr als 500.000 Boxen verschickt.

SPANNENDES GESCHÄFTSMODELL

Mit seinen Konzepten für nachhaltige und begeisternde Endkundenansprache pflegt und stärkt das Berliner und Osnabrücker Unternehmen metacrew group Markenbeziehungen. „Unsere Boxen sind ein spannendes Geschäftsmodell, sowohl für Endkunden als auch für die herstellenden Unternehmen“, erklärt Tobias Eismann, CEO der metacrew group. Metacrew zählt zu den FOCUS Wachstumschampions 2018 und hat beim Deloitte Fast 50 Wettbewerb 2017 den 2. Platz belegt. Mit diesem Award zeichnet Deloitte jährlich die Technologie-Unternehmen aus, die am schnellsten wachsen.

BRIGITTE, PINK & LUXURY BOX

An den Standorten Osnabrück und Berlin sind in der Unternehmensgruppe über 70 Mitarbeiter aktiv und versorgen Monat für Monat zehntausende von Abonnenten mit Boxen. Die Pink Box, die BRIGITTE Box, die Luxury Box und einige mehr gehen von hier aus zu den Kundinnen und Kunden.

KLASSIKER UND RARITÄTEN

Der Lindt Schokoladen Club dürfte der größte deutsche Club von Schokoladenliebhabern sein. Seit Oktober 2009 klingelt bei den Schoko-Liebhabern der Postbote neun Mal im Jahr mit einer wunderbaren Box, deren Inhalt aus sorgfältig ausge-

[weiter auf Seite 3](#)

> **IDEE & KAPITAL:** UniCaps, Frankfurt/Oder

VERY BERRY, TEETOX & GOOD NIGHT



Sie sind klein, bunt und handlich. Kaffeekapseln liegen im Trend und haben doch ein Imageproblem; sie verursachen Berge von Aluminium- und Plastikmüll. Ein Start-up aus Frankfurt/Oder füllt nicht Kaffee sondern Bio-Tee in Kapseln – und löst nebenher das Abfallproblem. Die UniCaps GmbH hat ein Produkt zwischen Tradition und Moderne entwickelt, das vollen Teege-nuss und zugleich „Convenience“ und Nachhaltigkeit verspricht. Geschäftsführer Dirk N. Tillmann erklärt, wie er zum Tee und der Tee in die Kapsel kam.

ALTERNATIVE ZUM TEEBEUTEL

Kapsel in die Maschine einlegen, Start drücken, etwa 30 bis 40 Sekunden warten – fertig. Die Handhabung ist die gleiche wie beim Kaffee. Doch wer zu den kleinen Weißen von UniCaps greift, bei dem tropfelt leckerer Bio-Tee in die Tasse. „Wir sind die Alternative zum Teebeutel“, sagt Dirk N. Tillmann, Gründer und Geschäftsführer von UniCaps. Seine Firma bietet „ein Lifestyleprodukt für Menschen, die Wert auf guten Tee, Bequemlichkeit und Nachhaltigkeit legen.“ Die Teekapseln passen in Nespresso-Systeme, Dolce Gusto und weitere sollen folgen.

BIO UND KOMPOSTIERBAR

UniCaps verfolgt ein klares Konzept und will mehr, als nur Tee in Kapselform vertreiben. Der Unterschied zur Konkurrenz: Das Start-up verwendet weder Plastik noch Aluminium, die Teezutaten sind bio-zertifiziert, die Kapseln werden CO2-neutral hergestellt und können nach dem Gebrauch einfach auf den Komposthaufen im Garten geworfen werden. „In Anbetracht der weltweiten Müllproblematik wollen wir im Sinne der Nachhaltigkeit einen kleinen Beitrag leisten“, erklärt Tillmann. „Die Kombination aus Bio-Tee, unserer Aroma Technology – einem speziellen Zerkleinerungsverfahren – und den kompostierbaren Kapseln ist das Besondere an unseren Produkten“, sagt er.

VOM KAPSELERFINDER GELERNT

Bevor Dirk N. Tillmann 2016 UniCaps gründete, verantwortete er als CEO beim Schweizer Unternehmen Tpresso SA das operative Geschäft. Dass die Firma dem Erfinder der Kaffeekapsel, Éric Favre, gehörte, „war ein besonderes Glück und eine Ehre“, sagt Tillmann. Die Erfahrungen aus dieser Tätigkeit brachte er bei UniCaps mit ein. Der Umzug nach Frankfurt/Oder wurde von der MBG und der ILB mitfinanziert. Das Kapital floss unter anderem in Maschinen, die Produktentwicklung und den Online-

shop. „Wir sind mittlerweile 20 Teammitglieder und wachsen weiter“, freut sich Tillmann, „es ist eine sehr interessante Zeit für uns.“

GUTE RESONANZ

Im November 2017 öffnete der deutsche Onlineshop, der Bio-Teekapseln für Nespresso-Maschinen unter der Eigenmarke My Teacup vertreibt. Zwölf „Klassiker“ gibt es hier zu kaufen sowie vier selbstentwickelte Spezial-Tees. „Das Feedback unserer Kunden und Distributionspartner ist sehr positiv“, sagt Tillmann. Zu den Verkaufrennern zählen Very Berry – eine Früchteteemischung aus Hibiskus, Hagebutte und Süßholz –, Good Night – der Tee, der sanfte Träume bescheren soll – und Pfefferminztee. Auch mit dem Lebensmitteleinzelhandel, mit Amazon, verschiedenen Hotels und Bürodienstleistern bestehen Vertriebskooperationen. „Perspektivisch möchten wir My Teacup als Marke für nachhaltige Teekapseln europaweit etablieren“, sagt Tillmann über die weiteren Pläne der Firma. Auch USA, Kanada oder die Emirate seien potenzielle Märkte. „Tee ist nach Wasser das zweitbeliebteste Getränk auf der Welt“, weiß er, „wir können uns geografisch also in alle Richtungen erweitern.“

Der Herr der Kapseln „Ich schätze einen guten Tee“, sagt Dirk N. Tillmann, „trinke aber ebenso gern Kaffee.“



Auf Knopfdruck Tee. Aus der Kapsel in die Tasse – alles biologisch.

 www.unicaps.eu
www.my-teacup.de

wählten Schokoladenspezialitäten besteht. Verpackt in einer hübschen Geschenkbox erhalten Mitglieder monatlich (außer im Sommer zwischen Juni und August wegen der zu hohen Temperaturen) eine Auswahl von Köstlichkeiten. Das sind teilweise Highlights und Klassiker, Neuerscheinungen sowie auch Raritäten, die auf dem deutschen Markt nicht zu bekommen sind.

MÄDELSABEND

Eine Einladung zum Mädelsabend ist die BARBARA BOX. 20.000 Stück werden jedes Jahr versendet. Die selbstbewusste Stimme des gleichnamigen Magazins prägt die Auswahl der Produkte für die Box. Alle drei Monate kann sich die Abonentin auf sechs bis zehn liebevoll ausgewählte Produkte zu neuen Trends aus Beauty, Food und Lifestyle und das aktuelle BARBARA-Magazin freuen.

AUS KUNDEN FANS MACHEN

Box-Konzepte sind ein spannender Baustein von E-Commerce-Strategien, weil sie für regelmäßige Umsätze sorgen und gleichzeitig hochgradig emotional von den Kunden wahrgenommen werden.

Sie bereiten den Weg, aus Kunden Fans einer Marke zu machen. Auch den digitalen Verkaufskanal können Unternehmen auf diesem Weg erschließen.

Auf der Suche nach etwas Besonderem und Emotionaler für eine

Marke, kann ein individuelles Boxkonzept genau das Richtige sein. Metacrew ist in diesem Segment marktführend in Deutschland. 2018 soll der Umsatz auf mehr als 20 Millionen Euro wachsen.



www.metacrew.de
www.boxpalast.de



Foto: Karoline Wolf

NEUER GESCHÄFTSFÜHRER

Am 1. Februar 2018 hat Steffen Hartung die Geschäftsführung der Mittelständischen Beteiligungsgesellschaft Berlin-Brandenburg von Waltraud Wolf übernommen. Wolf verabschiedet sich als Gründungsgeschäftsführerin nach 30 Jahren in den Ruhestand. Steffen Hartung war nach Stationen bei der Dresdner Bank, dem Deutscher Sparkassen- und Giroverband und der Genossenschaftsbank, sieben Jahre lang Geschäftsführer der Bürgschaftsbank und MBG in Mecklenburg-Vorpommern. Seit 2014 sitzt er zudem im Vorstand des Verbands Deutscher Bürgschaftsbanken.

> NEWS & MBG-UNTERNEHMEN



UMWELTVERTRÄGLICH

IceGuerrilla versendet seine Eisvariationen jetzt in biomassenbilanzierter Styropor, einer umweltfreundlichen Version des herkömmlichen Styropors. Ein spezielles Verfahren ersetzt die fossilen Rohstoffe, die eigentlich zur Herstellung nötig sind, durch erneuerbare Ressourcen.

„Nun wird unser Qualitätseis in einer hochwertigen Verpackung ausgeliefert, die nicht nur gut kühlt, sondern auch Umwelt und Klima hilft“, sagt Ralf Schulze, Gründer und Geschäftsführer von IceGuerrilla. Kunden des MBG-Unternehmens können sich auf der Webseite ihr eigenes Lieblingseis zusammenstellen und bequem nach Hause liefern lassen.

www.iceguerrilla.de

LASERLICH

Geyer Umformtechnik hat in eine neue Laserbeschriftungsanlage investiert. Der Faserlaser kann Gravuren und Beschriftungen auf Edelstahl, Aluminium und diverse Kunststoffe aufbringen, das Ergebnis ist abrieb- und wischfest sowie resistent gegen Reinigungschemikalien. Geyer Umformtechnik ist spezialisiert auf Metallverarbeitung, Mechatronik und feinmechanischen Gerätebau. Das MBG-Unternehmen aus Berlin-Lichtenrade ist Partner für Unternehmen des Maschinen- und Anlagenbaus, der Medizin- und Telekommunikationstechnik. www.geyer-ut.de

FEIERLICH

BSS heavy machinery feiert sein zehnjähriges Jubiläum. Ende 2007 gründeten die Brüder Dirk und Ralf Schönbohm das MBG-Unternehmen, das gebrauchte Baumaschinen wie Bagger, Kipper, Kräne und Walzen an- und verkauft. Seit 2014 werden auch Neuanlagen vertrieben. BSS ist weltweit aktiv und gewährleistet seinen Kunden Aufbau, Einweisung, Wartung und Beratung. „Wir sind stolz auf unsere Firmenentwicklung und das tolle Team, das wir aufgebaut haben“, sagt Geschäftsführer Ralf Schönbohm.

www.bss-trading.com

ALLES BLECH

Was am Ende aus all den geschnittenen, geschweißten, geformten und gebogenen Metallteilen wird, weiß Maik Piotraschke manchmal gar nicht. „Wir bauen alles aus Blech“, sagt der 39-jährige Geschäftsführer der ProBlech, „von Signalgehäusen über Kleinteile für Maschinenbau und Medizintechnik bis zur Fahrstuhllinnenverkleidung.“ 2015 hat Maik Piotraschke das Unternehmen von seinem Vater übernommen. Dass es dazu kommen konnte, ist auch einer Beteiligung der MBG zu verdanken.

SCHNEIDEN, BIEGEN, SPANEN

Gegründet wurde die ProBlech GmbH im Jahr 1999. Als Zulieferer für den Schienenfahrzeug- und Gehäusebau starteten in Hohenschönhausen sieben Mitarbeiter, darunter Vater Bernd Piotraschke, mit einem überschaubaren Maschinenpark. Hier, wo sich vor der Wende das Werk für Signal und Sicherheitstechnik – ein Reichsbahnzulieferbetrieb – befand, baute der Siemens-Konzern ein neues Werk für seine Vorfertigung, also das Schneiden, Schweißen, Spanen, Biegen und Umformen von Blech, das für die diversen Siemensprodukte benötigt wurde.

Nachdem sich Siemens und auch der nachfolgende Gesellschafter zurückzogen, schlug die Geburtsstunde von ProBlech. Heute gehören rund 40 qualifizierte und gut geschulte Mitarbeiter zum festen Team, die hochwertige Dienstleistungen im Bereich der Blechverarbeitung für die Industrie, das Handwerk oder auch private Kunden erbringen. Einer der treuesten Kunden: Siemens.

KONZEPT FÜR UMZUG UND ÜBERNAHME

Reibungslos ging das, bis 2014 die Kündigung für das Gelände in Hohenschönhausen einflatterte. 600.000 Euro Kosten verursacht ein Umzug, eine stolze Summe. Mit Hilfe der Hausbank und der MBG wird ein Konzept für Umzug und gleichzeitige Übernahme des Geschäfts durch Maik Piotraschke erarbeitet. Der hatte zwar einen Bauberuf erlernt, wollte aber immer zur Bundeswehr. Nach 14 Jahren dort unterhielten sich Vater und Sohn trotzdem über eine mögliche Übernahme.

SPRUNG INS KALTE WASSER

Als Geschäftsführer sollte Sohn Maik einsteigen. Es kam alles anders: nachgeholtes Abitur, duales Studium und gleichzeitig der Sprung ins kalte Unternehmer-Wasser. Erste Herausforderung: Ein Umzug innerhalb eines Jahres, bei laufender Produktion. „Die Geschwindigkeit war brisant“, erinnert sich Maik Piotraschke. „Reibungslos ging das nicht immer.“ Sogar der Strom in die neue 4.000 Quadratmeter-Halle in Berlins Norden musste neu verlegt werden.



IMPRESSUM



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

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
Schwarzschildstr. 94
14480 Potsdam
Tel.: 0331/649 63 0
Fax: 0331/649 63 21
E-Mail: brandenburg@mbg-bb.de

Redaktion und Gestaltung: Publicious, Berlin, www.publicious.de, Fotos: Unternehmen (soweit nicht anders gekennzeichnet)