

Vom Sprung ins kalte Wasser

Zwei Unternehmensgründer, zwei Generationen: Rolf Beckers, 73 Jahre alt, und Afshin Doostdar, 26 Jahre alt, im Gespräch über Chancen, Risiken und Herausforderungen.

VON HERMANN-JOSEF DELONGE

Ganz kurz kommt die Rede dann noch auf den Tischkicker. Der galt lange als unverzichtbares Erkennungszeichen junger und irgendwie hipper Unternehmen; jedes Start-up, so das Klischee, besitzt einen, zur Entspannung der Belegschaft nach einem langen Arbeitstag oder einfach mal zwischendurch. Die Frage liegt also nahe.

Herr Doostdar, wo steht der Voltfang-Kicker?

Afshin Doostdar lächelt und antwortet: „In der Küche.“

Nun muss man wissen, dass Voltfang, das Unternehmen, das Doostdar gemeinsam mit seinen Kommilitonen Roman Alberti und David Oudsandji im April 2020 gegründet hat, noch gar keine eigenen Büroräume besitzt. Die Küche ist eine Gemeinschaftsküche mit anderen Start-ups; das Voltfang-Team (die drei Gründer plus derzeit fünf Praktikantinnen und Praktikanten) tüfelt in zwei Co-Working-Spaces in der Stadt an der Idee, gebrauchte Elektroautobatterien zu Energiespeichern umzubauen. Die praktische Umsetzung dieser Tüftelei, die Entwicklung von Pilotprojekten findet in einer Lagerhalle statt, die ein Aachener Messebauer den jungen Gründern zur Verfügung gestellt hat. Viel Gelegenheit fürs gemeinsame Kickern gibt es da wohl eher nicht.

Das war es dann auch schon mit den Start-up-Klischees an diesem Vormittag, an dem sich zwei Gründer-Generationen zum Gespräch mit unserer Zeitung treffen: Afshin Doostdar,



Die Energiewende gestalten: Voltfang-Mitgründer Afshin Doostdar. FOTO: LUCAS JONAS

26 Jahre alt, abgeschlossenes Studium an der RWTH zum Wirtschaftsingenieur, Fachrichtung Maschinenbau, seit gut einem Jahr Unternehmer, und Rolf Beckers, 73 Jahre alt, gelernter Radio- und Fernsehtechniker, Gründer und langjähriger Geschäftsführer von Digatron, einem Aachener Unternehmen, das seine Anfänge vor 53 Jahren in einer Garage hatte (doch noch so ein Klischee, man denkt sofort an Bill Gates und Steve Jobs) und das heute Weltmarktführer ist für Test- und Formationsanlagen für die Batterieindustrie. Die Themen: Kann man eine Unternehmensgründung Ende der 1960er Jahre mit einer Unternehmensgründung Anfang der 2020er Jahre vergleichen? Was sind die Unterschiede, was die Konstanten? Warum wirft man sich eigentlich in dieses Abenteuer? Und was muss man mitbringen, um erfolgreich zu sein?

Um mit der letzten Frage anzufangen: eine Portion Glück kann nicht schaden. Sagt Rolf Beckers, wenn er sich an die Zeit erinnert, als er den Schritt in die Selbstständigkeit wagte. Er war damals 20 Jahre alt und arbeitete bei einer Computerfirma. Als die eine Anfrage des Batteriekonzerns Varta ablehnte, ob es nicht möglich sei, ein automatisiertes Testverfahren für die Qualitätssicherung und Weiterentwicklung von Batterien zu entwickeln, griff Beckers zu und stellte das gewünschte Gerät selbst her. Der Kun-

de war begeistert, Beckers funktionierte die Garage seines Elternhauses in Aachen-Verlautenheide zur Werkstatt um und gründete seine eigene Firma.

Bald wurden Tochterfirmen von Varta auf das Konzept aufmerksam, weitere Aufträge folgten. Beckers nutzte die Gunst der Stunde. „Wie die Jungfrau zum Kinde“ sei er zu seinem Unternehmen und der Spezialisierung auf Anlagen für die Batterie-Industrie gekommen, sagt er heute. „Das war genau das richtige Produkt zur richtigen Zeit für den richtigen Kunden.“ Das Erfolgsrezept: Sich auf eine Sache konzentrieren, die aber mit aller Konsequenz verfolgen und richtig gut machen. Eine Nische besetzen, sich nicht verfrachten. Und trotzdem: „Das hätte auch schiefgehen können damals“, sagt Beckers. Ist es aber nicht, im Gegenteil. Digatron sei Anfang der 1970er Jahre „unwahrscheinlich gewachsen“. Heute produziert das Unternehmen mit rund 300 Beschäftigten an Standorten in Aachen, den USA, China, Indien und Italien.

Ob eine solche Gründungs- und Erfolgsgeschichte heute noch möglich wäre? Be-

ckers ist skeptisch. „Ein Konzern wie Varta würde heute doch keinen Einzelkämpfer, wie ich es damals war, beauftragen.“ Für ihn selbst sei damals ein Traum in Erfüllung gegangen: Der Traum, selbstständig und selbstbestimmt arbeiten und gestalten zu können. Der Traum vom Unternehmertum.

Selbstständig und selbstbestimmt

Selbstständig und selbstbestimmt arbeiten können: Afshin Doostdar kann sich gut an ein Praktikum bei einem großen Automobilkonzern erinnern. Da war eher das Gegenteil der Fall. „Ich hatte schnell die Nase voll von den langsamen Strukturen.“ Die Vorstellung, sein eigener Herr zu sein, habe er schon immer im Hinterkopf gehabt, sagt der 26-Jährige. Während des Studiums habe sich dieser Gedanke nur noch verfestigt.

Doch wie und womit? Die zündende Idee kam während eines Urlaubs. Drei Freunde in einem Camper, die nach einer Möglichkeit suchten, ihre Elektrogeräte auch bei abgeschaltetem Motor aufladen zu können. Eine



Blick in die Aachener Produktionsstätte von Digatron Power Electronics.

FOTO: DIGATORON

„Vor uns liegt kein Sprint, sondern ein Marathon.“

Voltfang-Mitgründer Afshin Doostdar



Für jedes Jahr
ein Spitzenpferd:
**Herzlichen
Glückwunsch
zu 75 Spitzenjahren
Aachener Zeitung!**



Die Zeiten waren anders, die Ziele ähnlich: Digatron-Gründer Rolf Beckers (rechts) und Voltfang-Mitgründer Afshin Doostdar.

FOTO: HARALD KRÖMER

Solaranlage auf dem Dach war schnell installiert. Doch wie speichert man den Strom? In gebrauchten Autobatterien!

Es geht um die großen Themen

Das ist das Konzept von Voltfang, dem Start-up der drei jungen Unternehmer. Sie wollen gebrauchte, ausrangierte Elektrobatterien in Speichersysteme integrieren. Die Zielgruppen: private Haushalte und Industrieunternehmen. Doostdar und seinen Kollegen wollen eine nachhaltige Kreislaufwirtschaft fördern. Denn bislang werden Batterien, die nicht mehr genug Leistung für den Einsatz in einem Fahrzeug bringen, einfach entsorgt. Der ökologische Fußabdruck ist verheerend. Voltfang setzt darauf, die Lebenszeit der Batterien mehr als zu verdoppeln. Langfristig soll das Konzept die Energiewende unterstützen und antreiben, wenn alle Voltfang-Einheiten in einem großen virtuellen Kraftwerk miteinander vernetzt werden, aus dem Energie intelligent und bedarfsge-

recht verteilt werden kann.

Es geht also um große Themen, die gerade relevant sind: Elektromobilität, Nachhaltigkeit, Energiewende, Klimaschutz. Das ist mehr als „nur“ eine Geschäftsidee, die drei Voltfang-Gründer sind Überzeugungstäter. Was es allerdings im Detail bedeutet, das alles unternehmerisch umsetzen zu wollen, haben sie in den vergangenen gut zwölf Monaten erfahren (müssen). Afshin Doostdar formuliert es so: „Ob wir uns das alles zu leicht vorgestellt haben? Auf jeden Fall! Ob wir mit dieser Erfahrung trotzdem noch einmal gründen würden? Auf jeden Fall!“

„Das richtige Produkt zur richtigen Zeit für den richtigen Kunden.“

Digatron-Gründer Rolf Beckers

Nicht nur hier stimmen Doostdar und Beckers überein: Was es tatsächlich bedeutet, ein Unternehmen zu gründen, aufzubauen

und dann erfolgreich zu leiten, ist letztlich nur in der Praxis erlernbar. „Wir haben zwar ein sehr gutes Rüstzeug im Studium mitbekommen“, sagt Doostdar. „Und auch später gibt es Coaches und Mentoren. Die Region ist mit ihren Hochschulen und Beratungsangeboten da sehr gut aufgestellt. Aber irgendwann spielen so viele Faktoren eine Rolle, kommen so viele Dinge hinzu, deren Details man am Anfang gar nicht bedacht hat. Darauf kann man sich nicht vorbereiten.“ Finanzierung, Marketing, Buchhaltung, regulatorische Vorschriften, Personalführung, die Arbeit am Produkt, der Kontakt zu potenziellen Kunden, die Verantwortung für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: „Man steht morgens auf und merkt am Abend gar nicht, wie schnell die Zeit vergangen ist. Aber das macht ja auch den Reiz aus.“ Beckers umschreibt es so: „Man muss für seine Sache brennen.“ Auch vor 53 Jahren war das Wasser, in das er als Gründer sprang, eiskalt. „Ich hatte aber schon damals großen Unternehmergeist. Ein Gespür dafür, was er-

folgreich sein kann. Das ist mir immer zugegutekommen.“ Nicht schaden konnte allerdings auch eine gute Sekretärin, ein guter Steuerberater. Dazu ein Fernschreiber – für ein junges Unternehmen, das auch international anerkannt und tätig werden wollte, eine zwar teure, letztlich aber unverzichtbare Investition.

„Ganz organisch“ gewachsen

Digatron ist dann mit den Jahren gewachsen, „ganz organisch, Stück für Stück“, wie Beckers sagt. Natürlich ist auch er bei der Finanzierung seiner Pläne ins Risiko gegangen, aber: „Wir hatten immer ausreichend Liquidität, um unser Wachstum selbst zu finanzieren.“ Das machen die Voltfang-Gründer derzeit auch, selbstverständlich in einem viel bescheideneren Rahmen. Hinzu kommen Preisgelder und Stipendien von lokalen und überregionalen Förderern. Irgendwann allerdings sollen und müssen Investoren mit ins Boot geholt werden. Und

Kunden nachhaltig gewonnen werden. Das sind die neuralgischen Momente, an denen sich entscheidet, ob aus einer guten Idee auch ein gutes Geschäft werden kann.

Der 73-jährige Beckers hat selbst Kontakt zu vielen Start-ups, er weiß, wie die Szene tickt. Beneiden tut er sie nicht. Er weiß, wie schwierig es ist, als junges Unternehmen gerade in Deutschland Kapitalgeber zu finden. „Die Risikobereitschaft der Investoren ist hier im Vergleich etwa zu den USA eher gering. Hier herrscht eine Sicherheitsmentalität, die gute Ideen bisweilen ausbremst. Auch ein Misserfolg ist in USA kein Makel für einen Neuanfang, wogegen hier die Barrieren noch größer werden“, sagt Beckers, der teilweise auch in den USA lebt.

Was dagegen hilft? Auf jeden Fall Beharrlichkeit und Durchhaltevermögen. „Vor uns liegt kein Sprint, sondern ein Marathon“, sagt Afshin Doostdar. Ein Marathon, den Rolf Beckers schon absolviert hat. Auch wenn die Bedingungen beim Start ganz andere waren.

Wir freuen uns, in den vergangenen Jahren den erfolgreichen Weg der Aachener Zeitung begleitet zu haben. Die besten Wünsche zum 75-jährigen Jubiläum und weiterhin viel Erfolg!



WEISS
MACHT DEN UNTERSCHIED

Weiss-Druck GmbH & Co. KG
Hans-Georg-Weiss-Straße 7
52156 Monschau

DYNAMIK IST WEISS



WIR GRATULIEREN

- DRUCKEREIEN
- VERLAGE
- MEDIEN SERVICES

Ins Ziel kommen die Meisten. Es geht aber darum, der Schnellere zu sein. Wenn Ihr nächster großer Druckauftrag mit mehr Dynamik abgewickelt werden muss, sollten Sie vorher mit einer der faszinierendsten Druckereien Deutschlands sprechen. Damit Sie die Zielfahne früher sehen.

www.dynamikistweiss.de
Tel. +49 2472 982-0