



Pit Green: Mit der ersten „Tipp-Golf-Figur“ der Welt haben die Darmstädter Oliver Johannson, Oliver Bauscher und ihre Kollegen den Nike Play Award gewonnen

„Aus einer echten Schnapsidee wurde ganz unerwartet ein Erfolg, der schneller war als wir“

die Dinge“, gesteht Czarnetzki. „Bei der Wahl meiner Geschäftspartner hätte ich sorgfältiger sein müssen. Außerdem habe ich den Markt unterschätzt.“ Das Elbetaxi war zwar beliebt, aber das im Unterhalt teure Unternehmen rechnete sich vier Jahre lang nicht. Schließlich konsultierte er einen Unternehmensberater. Im nächsten Sommer geht der Sportbootfan mit einem erfolgsversprechenderen Konzept an den Start: Auf seinem „VIP Skipper“ lädt er zahlungskräftigere Kunden zu exklusiven Events auf dem Wasser ein.

Eine Schnapsidee wird zum Erfolgsmodell
Manchmal müssen Ideen wie Jan Czarnetzki überdacht werden. In anderen Fällen schlagen sie auf Anhieb ein. Pit Green heißt die weltweit erste „Tipp-Golfer-Figur“, die Axel Hildenbrand, Oliver Johannson, Matthias Lenz und Jörg Meister erfunden haben. Aus dem Draht

eines Sektverschlusses entwarfen die vier Industrie- und Grafikdesigner den Prototypen des Spielers. Dass aus der Schnapsidee ein Erfolgsmodell wurde, dafür sorgte der Nike Play Award, den die vier Freunde mit ihrem Pit Green gewannen. Mund-zu-Mund-Propaganda und die Schnelligkeit des Internet regten die Nachfrage nach dem neuen Freizeitspaß an. „Plötzlich ging alles ziemlich schnell“, erinnert sich Oliver Bauscher, der Pressesprecher der Rutan GmbH, die Pit Green seit 2003 vertreibt. „Pit war der Katalysator dafür, dass wir unsere Angestelltenverhältnisse gekündigt und uns voll auf unsere Geschäftsidee konzentriert haben.“ In den ersten anderthalb Jahren galt es Schritt zu halten mit dem Tempo der Expansion. „Wir sind schließlich weder Patentanwälte noch Kunststoffexperten, also mussten wir uns bei der Entwicklung von Pit in ganz neue

Bereiche einarbeiten.“ Die enge Freundschaft der GmbH-Betreiber beschreibt Bauscher als ambivalent: „Man weiß um die Stärken der anderen und kann sich wunderbar ergänzen. Das kann aber auch bedeuten, dass auf Empfindlichkeiten des anderen mehr Rücksicht genommen wird, als es unter reinen Geschäftspartnern der Fall wäre.“ Mittlerweile reisen die vier Erfinder mit Pit Green rund um die Welt, finden Vertriebspartner in den USA, Asien und Afrika und haben eine internationale Tipp-Golf-Liga ins Leben gerufen.

Abends beim Feierabendbier kam Karin Bönsch und ihrem Schwager Uwe Bönsch die Idee für ihre Dienstleistung mit dem populären Namen „Harry holt den Wagen“. Die Münchner fanden die Lösung für die häufig drängende Frage: Wer bringt nach dem zweiten oder dritten Drink mich und mein Auto sicher

„Risikobereit und ausdauernd muss man sein. Und vor allem einen verlässlichen Partner haben“



Stephan Unger, Philipp Schneider aus Stuttgart