

# «Dem Papierchaos ein Ende setzen»

Eine neue App namens Docomondo soll das Chaos im Ablagesystem beenden, wie Gründer Philipp Luder aus Liechtenstein verspricht.

Dorothea Alber

Rechnungen stapeln sich seit Tagen irgendwo in der Wohnung. Der Papierberg wächst bei manchen sogar über Wochen. Genau hier soll die App Docomondo helfen und Struktur in das private Ablagesystem bringen. Das Ziel: Nie wieder Dokumente verlegen und Fristen verpassen, sondern den lästigen Papierkram im Handumdrehen erledigen. Philipp Luder, der diese Idee entwickelt hat, spricht über seine Ambitionen.

## 1 Die Geschäftsidee, die hinter dem Start-up steht

Ob Geburts- und Heiratsurkunde, Pass oder Rechnungen, Versicherungen und Verträge sowie Garantiescheine – alle wichtigen Dokumente sollten immer fein säuberlich geordnet und vor allem griffbereit sein. Nur wo? Philipp Luder ist auf die Idee gekommen, diese Dokumente digital abzulegen und dafür eine App zu programmieren. Mit der Kamera des Smartphones wird das Dokument gescannt oder ein bereits vorhandenes PDF importiert. Die Vorlage wird automatisch geschärft, der Kontrast erhöht und etwaige Verzerrungen werden korrigiert. Die integrierte automatische Texterkennung (OCR) wandelt die Inhalte in einen durchsuchbaren Volltext um. Um das Dokument später schnell zu finden, enthält die App eine Volltextsuche. Zuerst wurde ein Prototyp entwickelt. Seit August steht die App zum Download bereit, die bis heute 4000-mal heruntergeladen wurde.



Der Liechtensteiner Philipp Luder (l.) mit seinem Team von Docomondo.

Bild: pd

## 2 Die Gründer: Wer steht hinter Docomondo?

Philipp Luder hat das Unternehmen gegründet. Er stammt dabei aus einer Unternehmerfamilie, die sechs Gastronomiebetriebe betreibt – darunter

den Subway in Vaduz. Luder hat Betriebswirtschaft und Entrepreneurship an der Universität Liechtenstein studiert.

Weil ihm der technische Hintergrund für das Programmieren fehlt, hat er sich Unterstützung bei Program-

mier-Profis aus Berlin geholt. Die erste Version der App wurde über mehrere Monate hinweg von 300 Testern aus der DACH-Region auf Herz und Nieren geprüft, bevor die App dann im August lanciert wurde. Inzwischen beschäftigt der junge Unternehmer einen

eigenen Entwicklungsleiter sowie einen Programmierer.

## 3 Der Markt: Wen wollen die Gründer erreichen?

Bevor Luder mit seiner Geschäftsidee startete, hat er 1500 potenzielle Kunden befragt. «70 Prozent davon hatten keine Lust auf den Papierkram», sagt er. Seine Schlussfolgerung: Es bestehe ein echtes Bedürfnis. Zielgruppe sind vorerst vor allem Privatpersonen.

## 4 Wie wird sich das noch junge Unternehmen finanzieren?

Das Start-up ist zu 100 Prozent eigenfinanziert. «Wir sind nicht auf externe Investoren angewiesen», sagt Luder. Da der Betrieb und die Weiterentwicklung einer «komplexen Software» kostenintensiv sind, musste sich der Gründer für ein Bezahlmodell entscheiden. «Jeder kann die App 30 Tage lang völlig kostenlos und unverbindlich testen und so einfach und ohne versteckte Kosten herausfinden, ob Docomondo zu ihm passt», so Luder.

## 5 Wo sehen die Gründer das Potenzial für ihr Start-up?

«Der Markt ist riesig», sagt der Gründer des jungen Unternehmens. Eine Desktop-Version für Mac-OS und Windows gibt es bereits und verspricht zusätzliche Chancen. Wichtig für den Erfolg ist auch die Sicherheit der Daten. «Es wird grösster Wert auf Datenschutz- und Sicherheit gelegt.» Die Betreiber der App haben keinen Zugriff auf persönliche Daten und Dokumente, die Nutzer speichern.

# «Unsere Geschenke passen in jedes Milchfach»

Die Gründer des Start-ups Petitpeu wollen Schenken einfach machen. So sieht ihre Geschäftsidee aus.

## 1 Die Geschäftsidee hinter dem Start-up Petitpeu

Wer jemandem unkompliziert eine Aufmerksamkeit zukommen lassen möchte, hatte in der Schweiz und Liechtenstein bisher zwei Möglichkeiten: eine Postkarte oder Blumen. Für Gründerin Stephanie Ospelt war das oft zu wenig oder zu unpersönlich. Daher hat sie einen kleinen Onlineshop aufgebaut. «Eine aus über 30 lokalen, fairen und handgemachten Aufmerksamkeiten wählen – von Turicum Gin bis Seedballs – online auswählen, Karte designen und schreiben und ab die Post», erklärt Ospelt die Idee.

## 2 Die Gründer: Stephanie Ospelt und Tobias Zimmermann

Diese Idee kam Stephanie Ospelt während eines Dilemmas: Im Dezember 2019 suchte sie für eine Person eine kleine Aufmerksamkeit, wurde jedoch online nicht fündig. Also beschloss sie, selbst eine Lösung für ihr Problem zu finden. Heute stehen hinter Petitpeu zwei Menschen: Stephanie Ospelt ist Eventmanagerin im Impact Hub Zürich und Tobias Zimmermann betreibt den Drucksalon am Lochergut mit. Sie haben sich zwar erst im Januar 2020 kennengelernt, wussten aber, dass Petitpeu gemeinsam umgesetzt werden wollte.

## 3 Der Markt: Wen wollen die Gründer erreichen?

In erster Linie setzen die Gründer auf Privatpersonen, die nach der Devise «ich habe an dich gedacht» eine kleine

Aufmerksamkeit verschenken wollen – zum Beispiel zum Geburtstag. Aber auch B2B sieht Ospelt einen Markt. «Als individualisierbares Kunden- oder Mitarbeitergeschenk mit oder ohne Branding», erklärt sie.

## 4 Wie wird sich das Unternehmen finanzieren?

Petitpeu ist laut Ospelt eine nicht allzu ressourcenintensive Idee, welche die Gründer selbst finanziert haben. Von Vorteil sei die Zusammenarbeit mit dem Drucksalon in Zürich, welcher Druck und Lager bereitstellt.

## 5 Wo sehen die Gründer das Potenzial für ihr Start-up?

«Petitpeu füllt eine Lücke im Schweizer und Liechtensteiner Markt – online und unkompliziert», ist Stephanie Ospelt überzeugt. Den Fokus setzt sie auf Qualität und Regionalität. Es gehe nicht darum, irgendwelche Geschenke zu platzieren, sondern das Schenken zu einem bewussten Akt zu machen und damit auch lokale Produzenten zu stärken. Das Sortiment wird laufend erweitert. Bald werden die Teemischungen «Self Care», «Calm me» und passend zur Jahreszeit «Immune Support», sowie Scrunchies und ein Baby-Aromaspray verkauft. «Wir sind ständig auf der Suche nach tollen Schweizer und Liechtensteiner Produkten, die sich gut als kleine Aufmerksamkeit versenden lassen», sagt sie. Die Box ist mit Absicht nur zehn mal zehn Zentimeter gross, damit es bei einer kleinen Aufmerksamkeit bleibt und sie in jedes Milchfach passt.



Die Liechtensteinerin Stephanie Ospelt gründete Petitpeu zusammen mit Tobias Zimmermann.

Bild: pd

## 6 Wie will das Start-up die Logistik stemmen?

«Wir haben das Glück, dass Tobias den Drucksalon in Zürich mitleitet. Dieser hat sich erst vergrössert und hat somit genügend Platz, um sämtliche Aufmerksamkeiten und Verpackungsmaterialien zu lagern und schnell zu verschicken, da sie sowieso jeden Tag Druckereiaufträge per Post versenden müssen», sagt Ospelt. «Wir können deswegen ganz einfach die Karten direkt im Drucksalon ausdrucken und Tobias packt die «Böxli» anschliessend und versendet sie.» (dal)

aterialien zu lagern und schnell zu verschicken, da sie sowieso jeden Tag Druckereiaufträge per Post versenden müssen», sagt Ospelt. «Wir können deswegen ganz einfach die Karten direkt im Drucksalon ausdrucken und Tobias packt die «Böxli» anschliessend und versendet sie.» (dal)

## Neugründungen in Liechtenstein boomen trotz Corona

«Die Daten für die typischen Rechtsformen der Start-ups zeigen in Liechtenstein keine negativen Auffälligkeiten.» So beschreibt Timo Bereuter vom Handelsregister in Liechtenstein die Situation während der Coronazeit. Bei den Rechtsformen der Einzelfirma, GmbH, Anstalt oder AG gab es in den ersten sechs Monaten des Jahres 2020 im Vergleich zum Vorjahr insgesamt keinen grossen Einbruch. Fast 300 Unternehmen wurden als potenzielle Start-up-Rechtsformen in dieser Zeit gegründet. Für Start-ups wird häufig die Rechtsform GmbH gewählt. Hier gibt es auch in diesem Jahr in Liechtenstein eine steigende Tendenz. Bis Ende September erhöhte sich die Anzahl um 85 Gesellschaften. Nachdem die Gründungen wegen der Corona-Schutzmassnahmen in den Monaten März, April und Mai auch in der Schweiz merklich zurückgegangen waren, steigen die Zahlen seit Juni im Vergleich zum Vorjahr jeweils im zweistelligen Prozentbereich. Im September gab es eine Zunahme von 18 Prozent bei den Neugründungen im Vergleich zum Vorjahr. Im August lag der Zuwachs bei 17,9 Prozent. Der Rückgang aus der Zeit des Lockdowns wurde in den folgenden Gründungsstarken Monaten mittlerweile mehr als aufgeholt, wie das IFJ Institut für Jungunternehmen erhoben hat. Insgesamt wurden in den ersten drei Quartalen über 33 600 neue Firmen eingetragen, was gegenüber dem Rekord aus dem Vorjahr einem Plus von 2,5 Prozent entspricht. Spitzenreiter unter den Kantonen ist Zug mit knapp 14 Firmengründungen pro 1000 Einwohnern. (dal)