

## Pressemitteilung

### Die Start-Ups von früher

#### Wut, Leidenschaft und Ehrlichkeit als Motoren

*Berlin, 02.11.2015* – Ein eigenes Unternehmen gründen, sein eigener Chef sein – ein weit verbreiteter Traum. Auf dem Entrepreneurship Summit am 25. Oktober an der Freien Universität Berlin haben erfolgreiche Gründer den Blick zurück gewagt: Wo sollte der Antrieb liegen, um den Schritt in die Selbstständigkeit vielleicht besser zu meistern?

Ein Beispiel ist „Dialog im Dunkeln“, eine Ausstellungsreihe, in der Menschen in lichtlosen Räumen Alltagssituationen wie einen Park oder eine Bar erleben – nur durch Düfte, Geräusche, den Tast- und Geschmacksinn. Ziel ist es, die Welt blinder Menschen für Sehende begreifbarer zu machen. In mehr als 130 Städten hat das Konzept seit 1988 rund acht Millionen Besucher angezogen. Die Besucher werden dabei stets von Blinden durch die Ausstellung geführt. „Die Idee ist aus Verzweiflung geboren“, sagt Andreas Heinecke. „Blinde Menschen waren lange Zeit Bürger zweiter Wahl, nur weil sie andere Merkmale mitbringen als sehende Menschen.“ Heinecke habe versucht, seine Wut zu kanalisieren und in Veränderung zu verwandeln – also hat er „Dialog im Dunkeln“ gegründet. „In der Dunkelheit findet ein Rollentausch statt. Der Sehende ist hier unterlegen, und das führt zu mehr Verständnis und zu Demut“, so Heinecke. Menschen vom Rand der Gesellschaft mehr in die Mitte zu rücken, das sei sein Motor. Bei der Umsetzung habe er sich an den Grundsatz gehalten: „Man muss sich gegenüber ehrlich sein, was man wirklich kann. Überall da, wo man Defizite hat, muss man andere dazu holen.“

Eine gewisse Wut war auch für Cynthia Barcomi der Antrieb, warum sie Mitte der 1990er Jahre eine Kaffeerösterei in Berlin gründen wollte. „Es gab damals keine Alternative zur industriell gerösteten Kaffeebohne.“ Ihre Motivation: Sie habe einfach nur guten Kaffee trinken wollen. Cynthia Barcomi sei damals keine Kaffeeexpertin gewesen. Aber ihre Eltern hätten ihr beigebracht, dass ein Mensch alles erreichen kann, wenn er es nur wirklich will. Der berufliche Hintergrund spiele dabei nur bedingt eine Rolle. Leidenschaft für eine Idee komme nicht aus einem bestimmten akademischen Werdegang. Sie komme aus einem selbst. Man müsse an sich glauben. Als sie ein zweites Geschäft plante, das sich um Delikatessen und Backprodukte als Ergänzung zum Kaffee drehen sollte, sagte ihre Hausbank, der Zeitpunkt sei dafür nicht der richtige. „Also bin ich zu einer zweiten Bank gegangen und habe gesagt, ich mache das jetzt schon einige Jahre lang, und ich weiß besser, wann der richtige Zeitpunkt ist. Ich habe der zweiten Bank gesagt, dass meine

Hausbank falsch liegt, und ich habe den Kredit bekommen.“ Heute führt sie beide Geschäfte, und der Name „Barcomi's“ ist längst eine Marke.

Konstantin Primbas hat 1995 eine Apotheke gegründet – und im Jahr 2006 zusätzlich die Online-Apotheke Aponeo. Aus dem Keller heraus habe er mit einem kleinen Team den Versand aufgebaut. „Alle von damals sind immer noch dabei“, so Primbas. Und nicht nur sie: 80 Mitarbeiter arbeiten heute für Aponeo, vom Apotheker und pharmazeutischen Fachangestellten über Programmierer bis hin zu Logistik-Kräften. Die Mitarbeiter kommen aus elf Ländern. Das Erfolgsrezept ähnelt dem von Heinecke: Wo Primbas alleine nicht weiter weiß, holt er sich Experten dazu. Ob Buchhaltung, Marketing oder Verpackungstechnik – Primbas setzt dabei grundsätzlich auf Expertise im Haus, auf Angestellte statt Dienstleister. So habe Aponeo beispielsweise kein externes Callcenter, bei dem man nicht wisse, ob die Kunden gut beraten werden. „Es sind unsere eigenen Apotheker und pharmazeutische Fachkräfte, die sich am Telefon für jeden Kunden zehn Minuten Zeit nehmen.“ Das sei viel – man müsse sich vorstellen, wie lange man in einer Eck-Apotheke Zeit hat, wenn die Schlange hinter einem drängelt. „Es darf nicht um den schnellen Verkauf gehen. Es geht darum, dass der Kunde zufrieden ist. Nur dann kommt er wieder.“ Eine Million Kunden habe Aponeo, viele davon seien Stammkunden. Der Umsatz liege bei jährlich 40 Millionen Euro, und das Unternehmen zählt heute zu den Top 7 der Versandapotheken in Deutschland.

### **Bildunterschrift**

Konstantin Primbas (Aponeo), Cynthia Barcomi (Barcomi's), Andreas Heinecke (Dialog im Dunkeln) sowie Katja Ohly-Nauber (Laufmamalaut) und Prof. Günter Faltn (v.l.n.r.).

+++ APONEO bietet als erste Versandapotheke Deutschlands in Berlin die taggleiche Lieferung an. Dies umfasst auch rezeptpflichtige Medikamente – ein Novum. APONEO ist zudem die erste biozertifizierte deutsche Versandapotheke. Das Unternehmen beschäftigt rund 80 Mitarbeiter, überwiegend Apotheker und pharmazeutisch ausgebildete Kräfte. Über 140.000 Produkte hat das Unternehmen im Sortiment – von rezeptfreien und rezeptpflichtigen Medikamenten über homöopathische Artikel bis hin zu Kosmetika. Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.aponeo.de](http://www.aponeo.de). +++

### **Pressekontakt**

APONEO Deutsche Versand-Apotheke  
Traute Sternberg  
PR und Eventmanagement  
Plauener Straße 163-165  
13053 Berlin  
Tel.: 030 31 98 61 – 548  
Fax: 030 31 98 61 – 541  
E-Mail: [t.sternberg@aponeo.de](mailto:t.sternberg@aponeo.de)