

GRÜNDERSTORY

Fünf Minuten von der Idee zum ersten Pitch

Normalerweise steht am Anfang die Idee, dann folgen die Entwicklung des Geschäftsmodells, Zusammenstellung des Teams und dann der erste Pitch. Bei ORDA lief die Gründung andersherum: Janis Marquardt, Christian Feuerbacher und Peter Juras haben gemeinsam am CDTM (Center for Digital Technology and Management) in München studiert und gemeinsam an einer Ernährungs-App für das United Nations World Food Program in Kolumbien gearbeitet. Nach Abschluss des Projekts war den dreien klar: Das Team funktioniert. Sie haben sich entschieden, gemeinsam zu gründen. Doch die Frage war: Welche Geschäftsmodelle haben gute Chancen, zu skalieren?

Die Idee kam im Zug – und wurde sofort an die Sitznachbarin gepitcht

Die Ideenphase der Gründer war in vollem Gange, als Janis sich an einem Wochenende im Winter 2017 auf den Weg zu seiner Familie in die Heimat Regensburg machte. Auf der Zugfahrt schweiften seine Gedanken ab und er dachte zurück an die Studienjahre in Regensburg. Damals arbeitete Janis nebenbei in der Gastronomie und ihm gingen heikle Situationen durch den Kopf, die er damals als Servicekraft und heute aus Sicht des Gastes schon häufig erlebt hat: Ewigkeiten in der Schlange stehen, lange Wartezeiten für die Bestellung und die Bezahlung und oftmals gestresstes Servicepersonal. Für Gäste nicht unbedingt ein schöner Restaurantbesuch, der zum Wiederkommen einlädt. Gastronomen wollen zwar, dass sich ihre Kunden wohlfühlen, haben aber oft selbst zu kämpfen: zu wenig Personal, hohe Betriebskosten und dadurch kleine Margen. Dieses Problem musste doch zu lösen sein – und zwar digital! Sofort machte er sich Gedanken zu verschiedenen Ansätzen und schnell wurde klar: Über eine App könnte man einen Großteil der Prozesse digitalisieren und sowohl für den Gastronomen als auch für den Gast vereinfachen.

Doch das Konzept kann noch so gut sein – der Markt muss es akzeptieren. Und Gast in einem Restaurant war vermutlich jeder Mensch schon mal. Darum entschied er sich für den schnellsten und einfachsten Weg für eine initiale Evaluation des Konzepts: Er fragte seine Sitznachbarin, eine Dame mittleren Alters, ob er ihr seine Idee vorstellen

GRÜNDERSTORY

dürfe. Da ihre Tochter zufällig ein eigenes Restaurant besaß, war sie sofort angetan von der Idee und begann mit Janis zu überlegen, welche weiteren möglichen Potenziale das Konzept für Gastronomiebetriebe bieten könnte.

Proof of Concept: Das reinste Chaos

Zurück in München stiegen die Gründer dann schnell in die weitere Konzeption ein und holten sich noch Anton Schneider ins Boot, der bis dato als Investmentbanker in der Schweiz arbeitete. Langfristig sollte er für die Finanzen zuständig sein. Die Gründer machten sich sofort an die technische Umsetzung und nahmen Kontakt zu Gastronomen auf, um die erste Version zu testen. Ziel war es, dass die User über die App „ORDA“ ihre Bestellungen vom Tisch aus aufgeben und diese digital an Restaurants übermitteln können. Je nach Gastronomiekonzept können sie die Bestellung nach Zubereitung entweder am Counter abholen oder bekommen die Speisen und Getränke vom Service-Personal an den Tisch geliefert. Zur Lokalisierung von Gästen an den Tischen nutzten die jungen Gründer damals noch Bluetooth bzw. NFC-Technologie (Near Field Communication).

Das Problem: Da ältere Smartphones nicht über NFC oder Bluetooth am Tisch geortet werden konnten, mussten manche Gäste die Tischnummern manuell eingeben, damit die Kellner die Speisen und Getränke richtig zuordnen konnten. Kurz vor einem großen Event eines Kunden fiel auf: Sämtliche Tische wurden verschoben, um dem Andrang der vielen Gäste standzuhalten – die ORDA-Bestellungen konnten also unmöglich akkurat zugeordnet werden. Der daraus resultierende erste Nachteinsatz vor dem Event, in dem die Gründer alle Tische neu beziffern mussten, lehrte sie vor allem eins: So ist ORDA nicht nutzerfreundlich und auch nicht skalierbar.

Die logische Konsequenz: Die Gründer entwickelten ein neues Konzept und arbeiteten in einigen schlaflosen Nächten mit Hochdruck an einer neuen technischen Lösung. Statt der manuellen Lokalisation werden die Tische nun mit QR-Codes versehen. Diese können ganz einfach selbst vom Personal programmiert werden.

GRÜNDERSTORY

Erste Finanzierungsrunde erfolgreich abgeschlossen: Millioneninvestment gesichert

ORDA läuft und hat sich bereits in Fast-Casual-Ketten wie Dean & David oder Kaimug sowie in vielen Cafés, Burgerläden und anderen Restaurants etabliert. Um den Markt möglichst schnell und effizient zu erobern und das Ziel von 300 Restaurants bis Ende 2019 zu erreichen, entschieden sich die Gründer für eine Fremdfinanzierung. Im September 2018 haben sie die Seed-Finanzierungsrunde in Millionenhöhe erfolgreich abgeschlossen und im ersten Schritt damit begonnen, ein hochkarätiges Team aufzubauen.