

wissen|leben

Die Beilage der Uni-Zeitung
für Alumni, Freunde und Förderer



Die Revolutionäre des Busmarktes

Vier WWU-Alumni gründen Startup für Online-Tickets in Chile

- › Damals an der WWU Münster
- › Geänderter Name – neues Logo
- › Münster-Krimi von Christoph Güsken
- › Meine Zeit an der WWU Münster
- › Alumni weltweit

- › Der Alumni-Verein Private Wealth Management e. V. stellt sich vor
- › Kleine Baumschule
- › Gemeinsam bewegen – Hochschulsport Münster



Die vier Gründer bei ihrer ersten Finanzierungsrunde in Santiago de Chile (v. l. n. r.: Lennart Sönke Ruff, Julian Valentin Deutschle, Simon Josef Narli und Tilmann Alexander Heydgen).
(Foto: Nicolás Ignacio Mora Guarda)

Raus aus der Komfort-Zone

Vier WWU-Alumni gründen Startup in Chile



Lennart Sönke Ruff, Simon Josef Narli und Tilmann Alexander Heydgen studierten Volkswirtschaftslehre, Julian Valentin Deutschle Betriebswirtschaftslehre an der WWU Münster. Sie lernten sich bereits am ersten Tag der Orientierungwoche der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät im Wintersemester 2009/2010 kennen. Nach dem Examen 2013 reisten sie mit dem Rucksack durch Südamerika und entdeckten eine Marktlücke für den Online-Verkauf von Fernbustickets in Chile. Aus dieser Idee ging im Jahr 2014 die Fahrkartenplattform Recorrido.cl hervor. Seitdem leben die vier WWU-Alumni in Chile und führen dort ihr Unternehmen.

Für die Gründung von Recorrido.cl wurden Sie vier in der deutschen Presse als „Stars“ der chilenischen Start-up-Szene gefeiert. Wie fühlt sich das an?

Lennart Ruff: Positive Nachrichten sind natürlich immer erfreulich und ermutigend, vor allem wenn diese auch noch aus dem Heimatland kommen. Wie andere Unternehmer aber auch, standen und stehen wir ständig vor neuen Herausforderungen, die es zu überwinden gilt. Als Stars fühlen wir uns daher nicht, denn wir wissen, dass wir das Erreichte vor allem harter Arbeit und Durchhaltevermögen zu verdanken haben. Nur durch die kontinuierliche Arbeit an uns

selbst und dem eigenen Unternehmen werden wir auch in Zukunft weiter erfolgreich sein.

Woher kommt Ihr Bezug zu Chile?

Simon Narli: Das Ganze fing damit an, dass ich immer den Traum hatte, nach dem Studium eine Backpacking-Tour durch Südamerika zu machen. Mit Lennart und einem weiteren Kommilitonen bin ich im März und April 2013 für sechs Wochen von Quito in Ecuador über Peru und Bolivien bis nach Santiago de Chile gereist. Wir haben dabei die Vor- und Nachteile der jeweiligen Länder kennengelernt. Zu Chile hatte ich eine weitere persönliche Verbindung: In Münster habe ich während des Studiums ein Jahr lang einen

chilenischen Austauschstudenten, Nicolas, betreut. Da wir danach immer noch freundschaftlichen Kontakt hatten, hat Nico uns in Santiago de Chile sehr herzlich empfangen und uns sein Land vorgestellt.

Wie haben Sie in Chile den Bedarf für eine Plattform wie Recorrido.cl entdeckt?

Simon Narli: Als Reisende waren wir natürlich auf die Busse angewiesen. Dabei haben wir festgestellt, dass der Online-Verkauf von Bustickets in allen Ländern, die wir bereist haben, sehr rückständig ist. In Chile kam hinzu, dass die nötige Infrastruktur vorhanden ist: Die meisten Einwohner verfügen über Internet und Smartphones, und es ist ein relativ modernes Land mit einer Bevölkerung, die technisch nach westlichen Standards strebt.

Was genau bietet Recorrido.cl an?

Lennart Ruff: Recorrido.cl ist eine Vergleichs- und Buchungsplattform für Fernbusreisen in Chile und Argentinien. Ähnlich zu Flugbuchungsportalen bereiten wir die Angebote verschiedener Busunternehmen für Endnutzer übersichtlich auf. Der Nutzer kann auf unserer Seite ein Angebot auswählen, einen Sitzplatz aussuchen und die Ticketbuchung direkt auf unserer Website abschließen. Dafür ist unsere Website auf technischer Ebene mit den Verkaufs-

„Als Stars fühlen wir uns nicht, denn wir wissen, dass wir das Erreichte vor allem harter Arbeit und Durchhaltevermögen zu verdanken haben.“

systemen der Busunternehmen verknüpft. Wir bieten aber auch eine sogenannte „Whitelabel-Solution“ für Busunternehmen an, die bislang noch keinen eigenen Online-Ticketverkauf haben. Damit können die Unternehmen mit sehr geringem Aufwand eine Website unter eigenem Namen erstellen.

Wie finanziert sich die Plattform?

Lennart Ruff: Unser Geschäftsmodell ist kommissionsbasiert. Das bedeutet, dass wir pro verkauftem Ticket einen Anteil am Ticketpreis erhalten. Das gilt auch für die „Whitelabel-Solution“, die wir den Busunternehmen zur Verfügung stellen.

Julian Deutschle: Die Startfinanzierung war eine besondere Herausforderung in Chile. Die Venture Capital-Szene ist hier nicht so entwickelt wie in den USA oder in Europa. Deshalb muss man trotz hervorragender Wachstumsraten vergleichsweise viel Kraft in die Investorensuche stecken. Nach nur knapp einem halb Jahren trägt sich Recorrido.cl selbst, und jede weitere externe Finanzierung ist ausschließlich für Wachstum und Expansion vorgesehen.

Eine Firma im Ausland zu gründen ist sicher nicht einfach. Wie lief die Gründung ab?

Julian Deutschle: In Chile zu gründen war für uns natürlich neu. Die rechtlichen Hürden sind mit Deutschland nicht zu vergleichen, das schließt Visum und Arbeitserlaubnis ein. Dennoch haben wir frühzeitig die Weichen für langfristiges Wachstum gestellt, zum Beispiel mit der Rechtsform des Unternehmens: Wir haben anstelle der „Limitada“ (GmbH) direkt eine „Sociedad por Acciones“ (Aktiengesellschaft) gegründet.

Gab es landesspezifische Probleme bei der Gründung?

Julian Deutschle: Mit den passenden rechtlichen Kenntnissen sind wir auf keine ernsten Probleme gestoßen. Was uns nur anfangs ein wenig verwundert hat, war die Pflicht zur Anwesenheit eines Notars bei der Unterschrift eines jeden Vertrags, auch bei Arbeitsverträgen oder Verträgen mit Busunternehmen.

Dabei halfen Ihnen Ihre sicher guten Spanisch-Kenntnisse entscheidend weiter, oder?

Simon Narli: Leider nein. Am Anfang musste ich die gesamte Gruppe sowohl im Alltag als auch bei unseren ersten Geschäftsbeziehungen mit meinem dreijährigen Schulspanisch über Wasser halten. Dabei gingen nicht nur sämtliche Geschäfts-Mails, sondern auch alle privaten WhatsApp-Nachrichten mit den ersten Kontakten vor Ort über meinen Schreibtisch. Mittlerweile hat sich das natürlich alles geändert: Wir alle sprechen inzwischen perfektes „Chilenisch“, eine besondere Form des in Spanien gesprochenen Castellano.

Lennart Ruff: Auch mit unseren Mitarbeitern sprechen wir Spanisch – das ist für den Arbeitsalltag und die Koordination sehr wichtig. Das Sprechen der Landessprache wird natürlich auch als Zeichen der Integration gewertet und hilft bei der Überwindung von Missverständnissen. Unter uns Gründern kommunizieren wir weiterhin auf Deutsch, denn wir möchten unsere Muttersprache nicht verlernen, auch wenn uns schon jetzt gelegentlich deutsche Wörter nicht mehr einfallen.

Wie konnten Sie die chilenischen Busunternehmen überzeugen, bei Ihrer Vergleichsplattform mitzumachen?

Lennart Ruff: Wir standen strategisch vor einem „Henne-oder-Ei-Problem“: Sollten wir zunächst versuchen, die Busunternehmen von unserer Idee einer Vergleichsplattform zu überzeugen, um diese dann in einem nächsten Schritt beim Endkunden bekannt zu machen? Oder sollten wir zuerst Endkunden gewinnen, um danach die Busunternehmen durch unsere Nutzerzahlen zu überzeugen? Wir haben uns bei der Entwicklung unseres Prototyps für den zweiten Weg entschieden und im Mai 2014 eine Website veröffentlicht, auf der wir die Preise verschiedener Busunternehmen miteinander verglichen haben. Die Buchung des Tickets wurde aber noch auf der Website des jeweiligen Busunternehmens durchgeführt. Diese Entscheidung hat sich als richtig erwiesen: Der Prototyp zählte bereits über 80.000 Nutzer pro Monat. Ende des Jahres 2014 konnten wir das zweitgrößte Busunternehmen Chiles zur Integration in unsere Plattform und zum direkten Ticketverkauf auf Recorrido.cl überzeugen.



Fernbusse der Firmen „Talca, París y Londres“ und „EME Bus“. (Foto: recorrido.cl)

