

Businessplan



Aufbau eines Netzwerks an geprüften Technikern und einer Hotline – der HELFERLINE – zur Vermittlung dieser Techniker an Privathaushalte mit technischen Problemen aller Art. Der Kundenkontakt wird benutzerfreundlich über eine Hotline abgewickelt, die Entsendung der (selbstständigen) Techniker und die Auftragsabwicklung funktionieren über eine mobile App. Die Techniker („Helferlein“) agieren direkt beim Kunden vor Ort und das besonders schnell und günstig.

Gründer:

Dr. Clemens Schmidgruber

Alexander Niederhofer, LL.B.

Janko Glavic

Lorenz Edtmayer

Dr. Georg Riedl

Vorbemerkung

Der ursprüngliche Business Plan der HELFERLINE GmbH ist mittlerweile bereits mehrere Jahre alt. Die Gründer haben ihn damals beim österreichweiten Businessplan-Wettbewerb von i2b und Erste Bank eingereicht und gewannen damit nicht nur den Sieg in der Kategorie „Dienstleistung, Gewerbe, Handel“, sondern holten auch den Gesamtsieg:



So gelungen der ursprüngliche Businessplan auch gewesen sein mag, ist er doch für eine Crowdfunding-Kampagne mehrere Jahre später nur mehr begrenzt geeignet. Auf Basis des Original-Businessplans wurde daher eine aktualisierte Version erstellt, in der bereits viele der ursprünglichen Annahmen durch Tatsachen ersetzt werden konnten und alle Kapitel in Hinblick auf die neuen Vorhaben und Ziele aktualisiert wurden.

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung	2
Inhaltsverzeichnis	3
Executive Summary	4
Die Idee	4
Das Unternehmen	4
Die Vermarktung	5
Die Finanzen	5
Das Potential	5
Dienstleistungsbeschreibung	6
Leistungsbeschreibung & Entwicklungsstand	6
USP, Stärken & Schwächen	7
Innovationsgrad & Technologie, Leistungserbringung	8
Schutzrechte	9
Wertschöpfungskette & Leistungserstellung	9
Markt & Wettbewerb	10
Marktgröße und -wachstum	10
Marktanteil & Zielgruppen	10
Wettbewerbsanalyse	11
Konkurrenzanalyse	12
Eintrittsbarrieren	13
Marktpositionierung	13
Marketing & Vertrieb	14
Marketingstrategie & Kommunikationskanäle	14
Vertriebskanäle	15
Preisgestaltung	16
Unternehmen & Management	17
Management & Gründungsteam	17
Informationen zum Unternehmen	18
Organisationsstruktur	18
Umsetzungsplanung und Mittelverwendung	19
Erfolgs- und Finanzplanung	20
Derzeitige Finanzierung und Organisation des Rechnungswesens	20

Executive Summary

Die Idee

Nie mehr Ärger mit der Technik!

Das Internet geht nicht? Der Drucker spinnt schon wieder? Die Eltern bräuchten Hilfe bei ihrem neuen Smartphone oder die Großmutter mit ihrem Fernseher? Jeder ärgert sich gelegentlich über lästige Probleme mit der Technik - oder kennt zumindest genügend Leute, die immer wieder Hilfe bei der Bedienung ihrer Geräte benötigen. Um die Lösung dieser Schwierigkeiten musste man sich bislang meistens selbst kümmern oder gutmütige Verwandte und Freunde um Hilfe bitten.

Das gehört mittlerweile der Vergangenheit an: Das Start-Up HELFERLINE hat ausgehend von Wien in ganz Österreich und darüber hinaus ein Netzwerk aufgebaut, das talentierte Technikexperten mit hilfeschuchenden Anwendern zusammenführt. Besonders niedrige Kosten ermöglichen es erstmals auch jedem privaten Haushalt (und nicht, wie bisher, nur Firmen), jederzeit technischen Support direkt zu Hause zu erhalten.

Um diese äußerst niedrigen Kosten zu ermöglichen, beschäftigt das Unternehmen nicht einige wenige Mitarbeiter hauptberuflich, sondern hat ein Netzwerk aus hunderten technisch versierten Helferlein aufgebaut, die über eine App – ähnlich Uber oder Fiverr – vermittelt werden. Dies senkt die Lohnnebenkosten gegen Null und erspart die Abrechnung teurer Wegzeiten, da durch das große Netzwerk stets Techniker in Kundennähe sind. Zudem kann für jedes Problem ein passender Spezialist geschickt werden und auch Einsätze am Abend oder Wochenende sind ohne Aufpreis möglich. Eine professionelle Support-Hotline und ein Notdienst für besonders dringende Fälle ergänzen das Dienstleistungsangebot.

Das Unternehmen

Das Unternehmen wurde als GmbH gegründet. Das Gründerteam ist ideal aufgestellt: Ein Jurist (Ideengeber Clemens Schmidgruber), ein Betriebswirt (Alexander Niederhofer) und ein Techniker (Janko Glavic) ergänzen sich mit ihren Kompetenzen, zusätzlich haben sich von Beginn an zwei erfolgreiche Business-Angels (Lorenz Edtmayer und Georg Riedl) an dem Startup beteiligt. Die Unternehmensanteile befinden sich immer noch zu 95% in der Hand der Gründer, ein erster Investor (Karl Michael Riedl) erhielt 2018 5 % der Anteile zu einer Bewertung von 4 Millionen Euro.

Der Unternehmenssitz befindet sich seit April 2018 in der Wiener Porzellangasse. In den vergangenen Jahren wurde HELFERLINE nicht nur für den besten Businessplan (siehe oben) ausgezeichnet, sondern auch bereits zu „Austria's Next Top-Startup“ gekürt, gewann den „Heute We-Start-Up“-Award, wurde beim 4Gamechanger-Festival prämiert und erhielt u.a. den „Constantinus“-Award. In den vergangenen Jahren konnten bereits über 10.000 zahlende Kunden akquiriert werden, knapp 30.000 Vor-Ort-Einsätze wurden erbracht und mehr als 2 Millionen Euro Umsatz erwirtschaftet.

Die Vermarktung

Hinsichtlich Kundenakquise werden zwei parallele Ansätze verfolgt: Zum einen der Abschluss umfassender Kooperationsverträge mit großen Unternehmen, die ihre Kunden an HELFERLINE weiterleiten (Beispiel: A1 oder Magenta – dort rufen jeden Tag tausende Kunden mit technischen Problemen an, nicht alle davon können aber an der Hotline gelöst werden oder wurden von den Telekomaniern verursacht. Daher leiten sie diese Kunden an HELFERLINE weiter, sparen sich dadurch Kosten und sorgen dennoch für eine hohe Kundenzufriedenheit, da die Probleme rasch und günstig von einem sympathischen Helferlein behoben werden.)

Zum anderen werden Kunden natürlich auch direkt angesprochen: Die meisten davon finden online über SEO und SEA zu HELFERLINE (der hohe Online-Anteil wurde anfangs unterschätzt, die Suche nach Dienstleistern im Internet ist aber selbst für technisch wenig versierte Anwender in den letzten Jahren immer selbstverständlicher geworden). Parallel dazu werden klassische Kanäle genutzt (Inserate in zielgruppenspezifischen Printmedien, Radiospots, Türhänger, ...), nicht zuletzt, um die Markenbekanntheit weiter zu erhöhen.

Die andere Seite der Plattform, die Techniker, wurden und werden sowohl online (Job-Gruppen, Karriereplattformen, Hokify, ...), als auch durch Plakate an technischen Universitäten und Fachhochschulen angeworben. Für den Bewerbungsprozess gibt es eine eigene Karriere-Website.

Die Finanzen

Da es sich um ein Dienstleistungsprodukt handelt, waren für die Gründung nicht viele Mittel erforderlich, die ersten Investitionskosten haben sich auf die Entwicklung von App, Backend, Datenbank und Website sowie die Einrichtung der Hotline beschränkt und konnten von den Gründern aufgebracht werden. Die Company ist „gebootstrapped“, auch die Investitionskosten der Folgejahre konnten über Förderungen, Preisgelder und den Cashflow finanziert werden. Bislang gab es erst eine Finanzierungsrunde, ein Privatinvestor investierte Ende 2018 EUR 200.000,-.

Das Dienstleistungsprodukt ist fertig entwickelt und funktioniert erwiesenermaßen, mehr als 10.000 Kunden haben dafür gezahlt. Mit der nun anstehenden Finanzierungsrunde, gepaart mit der aws-Hebelung, soll das Wachstum signifikant beschleunigt werden. Der Großteil des aufgenommenen Kapitals fließt demgemäß in Marketing, der Rest in weitere Automatisierungen und Teamausbau.

Das Potential

Die HELFERLINE Geschäftsidee bietet die Chance, eine bisher kaum ausgefüllte Marktlücke zu schließen und eine bislang zumeist kostenlos erbrachte Dienstleistung zu kommerzialisieren, da das Geschäftsmodell erstmals Preise ermöglicht, die für jeden Haushalt leistbar sind. Obwohl die Digitalisierung unseres Alltags immer weiter voranschreitet, hat bislang kaum jemand ein Konzept gefunden, um all den Menschen, die im Umgang mit technischen Geräten gelegentlich Schwierigkeiten haben, einen kostengünstigen Hilfsservice zu bieten. Daher ist das Wachstumspotential enorm und soll mit der aktuellen Finanzierungsrunde endlich umfassend gehoben werden.

Dienstleistungsbeschreibung

Leistungsbeschreibung & Entwicklungsstand

So gut wie jeder kennt genügend Leute, die regelmäßig ein Problem mit Computer, Handy, etc. haben oder ärgert sich vielleicht selbst gelegentlich über eine technische Schwierigkeit. Sei es eine Kleinigkeit, wie Probleme mit der Internetverbindung und dem Drucker, oder ein größeres Unterfangen wie das Neueinrichten eines SmartHome-Systems – man stößt bei modernen technischen Geräten schnell an seine Grenzen oder wäre froh, sich mit Tätigkeiten dieser Art überhaupt nicht erst befassen zu müssen.

Für all diese kleinen Ärgernisse gibt es seit einigen Jahren eine smarte Lösung: HELFERLINE. Ein Unternehmen, das bei Anruf oder Knopfdruck rasch und vor allem günstig Techniker ('Helferlein') vermittelt, die direkt zum Kunden nach Hause kommen und alle Probleme unkompliziert lösen.

Das Besondere an HELFERLINE ist dabei das Techniker-Netzwerk: um besonders niedrige Preise anbieten zu können, setzt das Unternehmen nicht auf einige wenige Angestellte, sondern auf ein großes Netzwerk aus geprüften Technikern jeden Alters, die bei Anruf an den Kunden weitervermittelt werden. Das Ganze funktioniert so simpel wie eine Taxi-Vermittlung: Der Kunde meldet sich bei HELFERLINE, schildert sein Problem und dieses wird in eine Datenbank eingespeist. Alle Helferlein sehen daraufhin in einer App, wo der nächste Auftrag wartet und können selbst entscheiden, ob sie Zeit und die nötigen Skills für die Bearbeitung des Auftrags haben. Jeder Bewerber wird vorab im persönlichen Gespräch theoretisch und praktisch auf sein Wissen geprüft und nur dann für einen oder mehrere Leistungsbereiche zertifiziert, wenn er die Tests erfolgreich meistern konnte. So kann – trotz niedriger Preise – eine besonders hohe Qualität und Professionalität bei der Auftragsabwicklung gewährleistet werden. Das hohe Wissen der Techniker ermöglicht es sogar, den Kunden eine Lösungsgarantie anbieten zu können: Ein Einsatz muss nur dann bezahlt werden, wenn das Problem behoben werden konnte. Durch die große Zahl an Helferlein entfallen lange Wegzeiten und teure Anfahrtskosten. Abgerechnet wird direkt zwischen Kunden und Techniker, HELFERLINE erhält eine Provision für die Vermittlung.

Da das Unternehmen bereits im März 2016 als gegründet wurde, ist die Entwicklung aller Bereiche der Dienstleistung und des Unternehmens weit fortgeschritten. Der Kern des Geschäftsmodells (die Vermittlung von Technikern per App) ist seit mehreren Jahren voll funktionstüchtig und wurde zehntausendfach erprobt: Knapp 30.000 Vor-Ort-Einsätze wurden über die App bereits abgewickelt, 99% der Kundenprobleme konnten gelöst werden, die Zufriedenheit (abgefragt nach jedem Auftrag per SMS) liegt bei 4,9 von 5 möglichen Sternen. Trotzdem gibt es immer noch Bereiche, in denen Verbesserungen und Automatisierungen möglich sind und so stehen einige große Projekte an, die in Folge der aktuellen Finanzierungsrunde umgesetzt werden sollen: Dazu gehört die Entwicklung einer eigenen Kunden-App (bisher ist die App ja nur für Techniker da), einer speziellen Software zur dezentralen Erbringung von Fernwartungen mittels Crowd, die Entwicklung von Voice-Bots zur Anrufabwicklung (zumindest Outbound für Terminbestätigungen) uvm.

USP, Stärken & Schwächen

Das Projekt HELFERLINE stellt in seinem Geschäftszweig in Österreich eine komplett neue Idee dar, die sich schon von der Konzeption her deutlich von ansatzweise ähnlichen Dienstleistungen abgrenzt: Wie oben beschrieben, gibt es zwar andere Unternehmen, die professionelle IT-Lösungen für Firmen offerieren und kleine Elektrogeschäfte und Ein-Mann-Betriebe, die teilweise ihren Kunden vergleichbare Dienstleistungen anbieten; eine stadtweite (oder gar österreichweite) Betreuung von Privatkunden hat sich bisher aber nicht etablieren können. Erst durch das neuartige Konzept von HELFERLINE (Vermittlung von Aufträgen an selbstständige Techniker über eine innovative App) ist ein solcher Service für Privathaushalte erstmals ausreichend günstig und für ein Unternehmen rentabel geworden. Möglich wurde dieses Geschäftsmodell erst durch die tiefgreifende Verbreitung von Smartphones. Welche neuen Businesskonzepte diese Verbreitung von Smartphones und Apps ermöglicht, haben Unternehmen wie *UBER* bereits eindrucksvoll demonstriert. Im Bereich der technischen Dienstleister nützt HELFERLINE diese neuen Möglichkeiten und kreierte damit ein landesweites Netzwerk, das es in dieser Form in Österreich nach wie vor nicht gibt.

Die Alleinstellungsmerkmale im Einzelnen

-) Gezielte Ausrichtung auf Privathaushalte
-) Besonders günstige, für jeden Haushalt leistbare Preise
-) Lösungsgarantie: Bezahlt werden muss nur, wenn das Problem behoben werden konnte
-) Keine weiten Anfahrtswege, keine Anfahrtskosten
-) Qualitätssicherung durch ausführliches Testen der Bewerber im Vorfeld
-) Alle Techniker haben einen Gewerbeschein und einen makellosen Strafregisterauszug
-) Keine Beschränkung auf PCs oder Handys, behandelt werden technische Probleme aller Art
-) Umsatz durch die Vermittlung von IT-Dienstleistungen, nicht deren direktes Bereitstellen
-) Maximum an Flexibilität für die Helferlein: Sie allein entscheiden, wann und wieviel sie arbeiten.

Die größte Stärke des Konzepts liegt unzweifelhaft im Fokus auf das Netzwerk-Modell. Die Liste an Vorteilen, die dieses gegenüber lauter festen Mitarbeitern bringt, ist beinahe endlos. Eine Auswahl: Durch die Vielzahl an Technikern und deren Einteilung in Technik-Kategorien (Windows, Apple, Drucker, TV, ...) kann für jedes Problem ein passender Spezialist geschickt werden; dadurch ist die Lösungsquote so hoch, dass den Kunden eine Lösungsgarantie angeboten werden kann: Bezahlt werden muss nur, wenn das Problem vollständig behoben werden konnte. Für die selbstständigen Techniker fallen naturgemäß keine Lohnnebenkosten an, aber fast noch wichtiger: Die Auslastung ist kein Problem – ein Angestellter müsste permanent von einem Kunden zum nächsten fahren, hätte nur ein begrenztes Zeitkontingent für jeden Kunden oder würde Verspätungen anhäufen. Zudem: Fast alle Techniker sind Kleinunternehmer, daher spart sich der Endkunde die Umsatzsteuer und die Kosten sinken um weitere 20%. Durch den Rückgriff auf Selbstständige können auch Termine am Abend oder Wochenende ohne Aufpreis angeboten werden – vielen Technikern ist das sogar lieber, da sie untertags z.B. an der Uni oder FH sind. Ebenfalls besonders wichtig: Da die Techniker selbstständig sind, haben sie ein hohes Eigeninteresse daran, beim Kunden etwas zu verrechnen (anstatt aus Kulanz einfach zum nächsten Kunden zu fahren); je freundlicher sie sind und je mehr Probleme sie vor Ort identifizieren, umso mehr verdienen sie am Ende. Die Liste lässt sich beliebig fortsetzen: Aufgrund des Netzwerk-Modells sind die Techniker auf das ganze Land verteilt, was Anfahrtszeiten und Anfahrtskosten spart, die Dienstleistung ist viel leichter skalierbar, Kunden erhalten exakte Termine und müssen sich nicht einen Halbttag freihalten usw.

Abgesehen davon darf auch die generell günstige Kostenstruktur des Unternehmens nicht übersehen werden: Fast alle Kosten steigen nur variabel mit einer steigenden Auftragsanzahl, ab einem höheren Auftragsvolumen treten zudem etliche Skaleneffekte hinzu. Gibt es einmal weniger Aufträge (Stichwort Covid-19), sind die laufenden Kosten überschaubar. Nicht zuletzt diese Vorteile haben es möglich gemacht, dass HELFERLINE lange Zeit mit geringsten externen Mitteln ausgekommen ist und erst eine Finanzierungsrunde iHv 200.000 Euro abschließen musste, um über 2 Millionen Euro (Plattform-)Umsatz zu erwirtschaften.

Hinsichtlich etwaiger Schwächen muss ein Punkt angeführt werden, den das Unternehmen aber mit allen Vermittlungsbetrieben teilt: Die mögliche Anfälligkeit der Helferlein für 'Schwarzarbeit' an der Zentrale vorbei. Diesem Problem wird auf zweierlei Arten begegnet: Zum einen durch Abschreckung – im Vermittlungsvertrag sind hohe Vertragsstrafen vorgesehen, zudem wissen die Techniker, dass „Mystery Shopping“-Überprüfungen durchgeführt werden. Auf der anderen Seite wird es den Technikern möglichst leicht gemacht, Folgeaufträge anzulegen (zwei Klicks in der App) und Stammkunden aufzubauen: Kunden, die denselben Techniker vom letzten Mal möchten, können dies bei der Buchung angeben und in diesem Fall erhält nur das gewünschte Helferlein die Benachrichtigung über den Auftrag.

Innovationsgrad & Technologie, Leistungserbringung

Das Projekt HELFERLINE schließt eine riesige Marktlücke im Dienstleistungssektor: Es bündelt das Potential technisch geschickter Personen und eröffnet ihnen eine einfache Zuverdienstmöglichkeit neben Studium oder Job. Den potentiellen Kunden wiederum bietet es erstmals einen zuverlässigen Hilfsdienst bei technischen Problemen, der nicht nur herausragend günstig, rasch und professionell ist. Dies alles wird ermöglicht durch ein innovatives Netzwerk-System, das einer klassischen Firmenstruktur mit einigen wenigen, festangestellten Mitarbeitern in jeder Hinsicht überlegen ist. Möglich wurde dieses Geschäftsmodell erst durch die laufenden Innovationen auf dem Elektronik- und Mobilfunksektor und der daraus resultierenden Smartphone-Verbreitung, die ein solches Netzwerk-Konzept mit selbstständigen Technikern überhaupt erst möglich machen.

Technologisches Herzstück sind die eigens entwickelte App und das Backend, über die sämtliche Aufträge angelegt, ausgespielt, vermittelt und abgewickelt werden. Bei der Entwicklung wurde ein dualer Ansatz verfolgt: Backend, Datenbank und Website wurden von Co-Founder Janko Glavic unter Zuhilfenahme interner Mitarbeiter programmiert, die App wurde extern durch die Agentur ‚Tailored Apps‘ entwickelt und wird von dieser auch laufend weiterentwickelt.

Die Erbringung der eigentlichen technischen Dienstleistung erfolgt – wie schon ausführlich dargelegt – durch die externen, selbstständigen Techniker. Die Leistung von HELFERLINE liegt in der Entwicklung und dem Betrieb der Plattform sowie der Anwerbung beider Nutzergruppen für diese Plattform – eine ewige Aufgabe: Der Menge an akquirierten Kunden muss stets eine passende Menge an qualifizierten Technikern gegenüberstehen – sind es zu wenige, müssen Kunden zu lange auf Termine warten und die Zufriedenheit sinkt, sind es zu viele, müssen die Techniker um die wenigen Aufträge streiten, ihre Frustration steigt und sie springen im schlimmsten Fall ab.

Schutzrechte

Alle Rechte an der Software liegen beim Unternehmen. HELFERLINE verfügt über so gut wie alle relevanten Domains, selbst „helferline.com“ und „helferlein.com“ konnten im Lauf der Jahre anderen Unternehmen abgekauft werden. Die markante Telefonnummer „0800 400 470“ ist nicht nur in Österreich, sondern auch in Deutschland und der Schweiz gesichert. (Das Dienstleistungsmodell an sich ist nicht patentierbar.)

Wertschöpfungskette & Leistungserstellung

Wie oben geschildert, liegt die Hauptleistung von HELFERLINE im durchgehenden Betrieb der Plattform und allen für das Funktionieren dieser Plattform erforderlichen Tätigkeiten: Dazu gehören insbesondere die Entwicklung und permanente Weiterentwicklung der Plattform durch interne und externe Programmierer, das Suchen, Anwerben, persönliche Testen und Onboarden der Techniker, die Akquise von Kunden und Partnern sowie das administrative Handling der Aufträge: Rechnungsversand im Namen der Techniker, Provisionsabrechnung mit den Technikern, Qualitäts- und Zufriedenheitsmanagement, Reporting an Kooperationspartner uvm.

Alle aufgezählten Leistungen werden durch interne, fest angestellte Mitarbeiter erbracht, lediglich bei der Entwicklung der App wird nach wie vor auf die bewährten Leistungen des Partners ‚Tailored Apps‘ zurückgegriffen. Zusammenfassend lässt sich also sagen: Die „nach außen hin“ sichtbare Dienstleistung – das Lösen technischer Probleme – wird von externen, selbstständigen Technikern erbracht, die zuvor aufwändig getestet und durch einen umfassenden Vermittlungsvertrag eng an das Unternehmen gebunden werden; die eigentliche Leistung von HELFERLINE besteht darin, diesen Technikern eine Vielzahl an Kunden zu vermitteln und im Hintergrund dafür zu sorgen, dass die Aufträge bei gleichbleibend hoher Qualität abgewickelt werden können und sich der Techniker um nichts anderes kümmern muss, als das technische Problem des Kunden zu lösen. Das Akquirieren der Kunden, Vereinbaren von Terminen, Verschicken der Rechnungen uvm. wird von internen HELFERLINE-Mitarbeitern erledigt.

Markt & Wettbewerb

Marktgröße und -wachstum

Die Berechnung der Marktgröße ist nicht ganz trivial, da es, wie beschrieben, kaum vergleichbare Anbieter und noch dazu im B2C-Bereich keine passenden Marktforschungsdaten gibt. Für die Berechnung wurden daher zwei unterschiedliche Ansätze gewählt, die zu einem sehr ähnlichen Ergebnis gelangen: Für den ersten Ansatz wurde der TAM aus allen Einwohnern gebildet, die über 40 Jahre alt sind, Computer und/oder TV & Co besitzen, nicht unterhalb der Armutsgrenze leben und nicht permanent Zugang zu gratis Hilfe mit PC & Co haben (oder zwar Zugang hätten, ihre Kinder/Enkel aber nicht permanent um Hilfe fragen wollen). Für die Berechnung des SAM wurde zudem eine regionale Einschränkung hinzugefügt: Gewertet werden nur Haushalte in Ballungsräumen (zB Städte über 200.000 Einwohner + deren Umland und/oder Landeshauptstädte) – in Österreich 540.000 Haushalte. Geht man nun für den SOM von 6,5% (konservativem) Marktanteil für HELFERLINE aus, entspräche das allein in Österreich rund 35.000 Kunden, von denen HELFERLINE derzeit bereits über ein Drittel akquiriert hat. Legt man diese Zahlen auf den D.A.CH.-Raum um, ergibt sich ein Markt von 600 Millionen Euro, fügt man fünf weitere europäische Länder hinzu, beträgt die Marktgröße bereits über 1 Milliarde Euro, wovon HELFERLINE realistische 6,5 % (entspricht rund 65 Millionen Euro Jahresumsatz) erreichen kann.

Als zweite Berechnungsmethode wurde ein Vergleich mit dem US-Anbieter Geeksquad angestellt: Geeksquad verfolgt in den USA ein vergleichbares Geschäftsmodell und erzielt dort mit Technik-Dienstleistungen für Privatpersonen rund 600 Millionen Euro Umsatz pro Jahr – fast 2 Euro pro Einwohner. Das Unternehmen besteht seit 20 Jahren und hat daher einen besonders hohen Marktanteil – aber selbst wenn man Geeksquad einen Marktanteil von 30% zugestehen würde, hieße das, dass der Gesamtmarkt mehr als dreimal so groß (über 6 Euro pro Einwohner) wäre. Mit 6 Euro umgelegt auf den D.A.CH.-Raum (100 Mio Einwohner) gelangt man wieder zu den 600 Millionen Euro Marktgröße für den D.A.CH.-Raum bzw. 1 Mrd. Euro unter Berücksichtigung fünf weiterer EU-Länder.

1 Milliarde mag viel klingen, aber allein in Deutschland beträgt der Markt für B2B-IT-Dienstleistungen mehr als 40(!) Mrd. Euro. Beide Märkte (B2C und B2B) unterliegen zudem signifikanten Wachstumsraten von jährlich ca. 4%.

Marktanteil & Zielgruppen

Wie oben geschildert, verfügt HELFERLINE in Österreich bereits jetzt über einen Marktanteil von 2,2%. Das Ziel ist nun, diesen bestehenden Marktanteil in Österreich weiter zu erhöhen (von 2,2% auf zumindest 6,5%) und diesen Marktanteil in weiterer Folge auch in anderen Ländern zu erreichen. In Österreich wurde bewiesen, dass selbst mit geringsten Mitteln die Erreichung eines Marktanteils von 2,2% möglich ist. Erste Gehversuche in deutschen und Schweizer Städten haben gezeigt, dass das Geschäftsmodell dort genauso gut funktioniert und sowohl genügend Kunden, als auch Techniker akquiriert werden können.

Als Zielgruppen wurden insbesondere folgende drei Kohorten identifiziert:

Zielgruppe 1: Technisch komplett Unbedarfte

Besitzen gar keinen Computer oder können ihn, wenn doch, so gut wie überhaupt nicht bedienen. Auch der Umgang mit dem Mobiltelefon bereitet größere Schwierigkeiten. Hilfe durchaus auch bei Bedienung von Fernseher oder Stereoanlage erforderlich.

Nutzen: Zum einen rasche und preisgünstige Hilfe vor Ort bei Fragen zu technischem Gerät.

Anfertigen von einfachen Anleitungen. Zudem Kaufberatung und Hilfe bei verwandten Tätigkeiten (Glühbirne wechseln, ...). Neben dem praktischen Nutzen auch mentale Hilfe: "es gibt jemanden, der im Notfall stets helfen kann", "ich brauche keine Angst zu haben, etwas zu 'verstellen', löschen, etc."

Diese Zielgruppe eignet sich auch besonders für Up- und Cross-selling-Aktivitäten bis hin zum Abschluss einer Mitgliedschaft / eines Abos, um die HELFERLINE-Services laufend nutzen zu können.

Zielgruppe 2: Technisch wenig Versierte

Besitzen Computer, Smartphone etc. und können deren wesentliche Funktionen nutzen (Internet surfen, E-Mails und WhatsApp schreiben, Fotos importieren etc.), stoßen aber an ihre Grenzen, sobald unerwartet ein Problem auftaucht oder es um die Installation neuer Equipments geht.

Brauchen zudem Hilfe/Beratung beim Kauf neuer Geräte (WLAN, PC, TV, ...).

Nutzen: Professionelle und preisgünstige Hilfe vor Ort. Bei ausreichenden Kenntnissen auch Unterstützung via Support-Hotline und Fernwartung. Kaufberatung und Installation neuer Geräte.

Erweiterter Nutzen: Man ist nicht mehr auf die Hilfe von Kindern, Enkeln & Co angewiesen, die ein Problem vielleicht schon mehrfach erklärt haben und vor denen es daher unangenehm ist, wegen derselben Problematik wieder um Erläuterungen zu bitten.

Zielgruppe 3: Technisch Versierte mit Zeitmangel

Haben viele Geräte und können diese auch bedienen. Wollen sich aber aus Zeitgründen nicht mit lästigen Problemen oder der Installation neuer Geräte (Stichwort SmartHome) auseinandersetzen.

Nutzen: Primär Zeitersparnis. Kunde gibt seine Wünsche bekannt, HELFERLINE realisiert technische Lösungen nach seinen Vorstellungen, sodass er sich um nichts kümmern muss. Bei Bedarf auch mit Express-Service (bereits in fünf Städten verfügbar, Aufpreis 49€).

Wettbewerbsanalyse

Als Mitbewerber kommen am ehesten die erwähnten Computer-Servicedienste und Handy-Shops in Frage. Diese richten zwar ebenfalls an Private, verlangen aber zumeist höhere Preise und erreichen in der Regel nur einen lokal stark begrenzten Kundenkreis. Insbesondere Handy-Shops werden als wenig seriös wahrgenommen und schneiden auch bei Konsumententests regelmäßig katastrophal ab. Computer-Hilfsdienste für Private gibt es in großer Zahl. Diese sind aber fast allesamt Ein-Mann-Betriebe, deren Geschäftsmodell nicht skalierbar ist und die ihre ohnehin höheren Preise (ca. 80 - 140€ pro Stunde) bei der Beschäftigung von einem oder mehreren Angestellten nicht halten könnten. Dies zeigt das Beispiel des IT-Dienstleisters „extendIT GmbH“, der in Wien ebenfalls ein Rund-um-Service für technische Probleme von Privatkunden bietet; hier kostet die Einsatzstunde inkl. Anfahrt allerdings rund 200 Euro – mehr als das Dreifache einer Einsatzstunde von HELFERLINE. Aus diesem Grund richten sich professionelle IT-Unternehmen in der Regel an Firmenkunden, während Privatpersonen außen vor bleiben.

Nicht in Österreich, aber im Ausland gibt es einige Anbieter, die ähnliche Plattform-Modelle wie HELFERLINE verfolgen. Dazu gehört in Deutschland etwa die ‚DTB‘ (Deutsche Technikberatung), die aber bereits mehrheitlich von *MediaMarkt* akquiriert wurde oder ‚Mila‘ in der Schweiz, ebenfalls bereits akquiriert, diesfalls von der *Swisscom*. Beide eint, dass es um sie seit der Übernahme sehr ruhig geworden ist und sie primär als verlängerter Service-Arm der neuen Eigentümer dienen. Aus Schweden stammt der potentielle Konkurrent ‚TechBuddy‘, der auch bereits in Spanien aktiv ist, in den USA gibt es neben ‚Geeksquad‘ noch ‚HelloTech‘ – ein weitaus jüngeres Unternehmen als Geeksquad, das (mit reichlich Venture Capital ausgestattet) bereits bewiesen hat, dass IT-Dienstleistungen mit Plattform-Modell skalierbar und ein perfekter Venture-Case sind.

Schließlich kommen als Konkurrenz noch jene Websites und Apps in Frage, die sich auf die allgemeine Vermittlung von Personen für kleine Hilfsdienste spezialisiert haben (‘www.fragnebenan.com’, ‘www.appjobber.de’). Diese unterscheiden sich allerdings in zweifacher Weise vom Konzept von HELFERLINE: Zum einen haben sie meist ganz andere Tätigkeiten, wie Rasenmähen oder Einkaufen, im Fokus. Vor allem aber wird die gesamte Vermittlung – für das Unternehmen natürlich einfacher – über eine Website bzw. App abgewickelt. Das besondere an HELFERLINE ist aber gerade, dass technisch weniger versierte Kunden oder Kunden, deren Internet nicht funktioniert, einfach zum Telefonhörer greifen können und nicht selbst mühsam einen Auftrag auf einer solchen Vermittlungs-Plattform erstellen müssen, die nicht kuratiert wird.

Konkurrenzanalyse

Die größte Konkurrenz für das Dienstleistungsangebot von HELFERLINE sind weniger andere Unternehmen, als technisch versierte Kinder, Enkel und Bekannte, die bisher für viele oft die einzige und letzte Rettung bei technischen Problemen darstellen und zumeist kostenlos helfen. Allerdings hat nicht jeder eine große Familie oder viele technik-begeisterte Freunde; zudem werden diese oft nur deshalb um Hilfe gebeten, da es bislang für die meisten schlicht keine Alternative dazu gibt.

Existiert hingegen ein etabliertes Service-Angebot wie HELFERLINE, ist man zum einen nicht mehr auf die Hilfe und Zeit von Freunden und Verwandten angewiesen; die Hemmschwelle, gerade für ältere Leute, denen ein wiederholtes Hilfeersuchen vielleicht unangenehm ist, sinkt; zugleich sinkt auch die Bereitschaft der bisherigen technischen Helfer, ihre Zeit für lästige Probleme zu opfern, wenn es eine einfache und kostengünstige Alternative gibt, die Hilfesuchende in Anspruch nehmen können. Schon jetzt ist es so, dass Techniker bei HELFERLINE oft von erwachsenen Kindern gebucht werden, weil sie gerade örtlich oder zeitlich nicht in der Lage sind, ihren oftmals betagten Eltern zu helfen.

Die angesprochenen Computer-Reparateure und PC-Doktoren sind im Regelfall teurer, nur auf gewisse Fachgebiete spezialisiert, haben einen stark begrenzten Einzugskreis und eingeschränkte Öffnungszeiten. Die mit HELFERLINE vergleichbaren, ausländischen Anbieter sind oft nur per App buchbar, müssen im Regelfall im Voraus per Kreditkarte bezahlt werden, bieten nur vorgefertigte Pakete (z.B. Einrichtung eines neuen Druckers) an und sind vor allem weitaus weniger streng bei der Auswahl und Qualitätskontrolle ihrer Techniker. Fast überall kann man sich als Techniker mit wenigen Klicks registrieren und muss maximal einen Online-Test absolvieren. HELFERLINE überprüft bei jedem Techniker persönlich die technische Qualifikation und soziale Kompetenz. Der so aufgebaute Stamm an handverlesenen Technikern ist ein nicht zu unterschätzendes Asset.

Eintrittsbarrieren

Die Markteintrittsbarrieren wirken auf den ersten Blick niedrig bzw. löst der Einsatz des Netzwerk-Modells im Grunde sogar strukturelle Markteintrittsbarrieren auf, die andere bisher vermutlich vom Markteintritt abgehalten haben (insb. absolute Kostenvorteile durch das Techniker-Netzwerk).

Bei näherer Betrachtung – und wenn man insbesondere an potentielle ausländische Konkurrenten denkt – gibt es, gerade in Österreich, aber doch einige Markteintrittsbarrieren: Das strenge Gewerberecht macht es erforderlich, dass alle selbstständigen Techniker einen eigenen Gewerbeschein lösen – ein hoher Aufwand, wobei HELFERLINE die diesbezüglichen Unterstützungsmaßnahmen gegenüber den Technikern mittlerweile perfektioniert hat.

Das Aufsetzen der Plattform mit dem perfekt funktionierenden Zusammenspiel aus App, Backend, Datenbank und Buchungs-Sites hat Jahre in Anspruch genommen. Für die Kundenakquise sind große Kooperationspartner erforderlich, die Kunden mit technischen Problemen weiterleiten. Hier hat HELFERLINE, insbesondere in Österreich, bereits Kooperationsverträge (oft Exklusivvereinbarungen) mit praktisch allen relevanten Playern (A1, Magenta, Drei, MediaMarkt, Emporia usw.) geschlossen, die etwaigen Konkurrenten somit nicht zur Verfügung stünden.

Marktpositionierung

Gegenüber den bestehenden Dienstleistern (PC-Doktoren, Handyshops & Co) positioniert sich HELFERLINE als seriöser, vertrauenswürdiger und professioneller Anbieter, der trotz diverser Vorzüge nicht teurer ist, als die Konkurrenz. Da Regionalität wichtig ist, gibt es für jedes Bundesland eigene Landing-Pages. Kunden profitieren zudem von einer stark erweiterten zeitlichen Verfügbarkeit – Einsätze sind auch abends, an Wochenenden oder Feiertagen ohne Aufpreis möglich. Als Kunde ist man nicht auf die Fähigkeiten eines Technikers angewiesen, sondern erhält von HELFERLINE für jedes Problem den passenden Spezialisten zur Seite gestellt.

Gegenüber sonstigen Vermittlungsplattformen und möglichen ausländischen Konkurrenten grenzt sich HELFERLINE durch den besonderen Fokus auf Kundenservice und Qualität ab. Kunden können jederzeit per Anruf buchen und müssen sich – gerade wenn sie technisch nicht so versiert sind – nicht mit einer App oder Onlinebuchung herumschlagen. Neue Techniker können sich nicht einfach selbst dem Netzwerk hinzufügen, indem sie eine App herunterladen und einen Online-Test absolvieren, sondern werden im Vorfeld auf Herz und Nieren überprüft mit dem Anspruch, sie auch zur eigenen Oma schicken zu können. Die Plattform wird gewissenhaft kuratiert – für jeden eingemeldeten Auftrag wird auch tatsächlich ein Techniker gefunden, der Kunde bleibt nicht sich selbst überlassen. Dass sich dieser Fokus auf Qualität auszahlt, beweisen auch die umfassenden Partnerschaften: Magenta etwa würde im Vor-Ort-Service nicht zu 100% auf HELFERLINE setzen, wenn die Qualität der Dienstleistung mangelhaft wäre.

Marketing & Vertrieb

Marketingstrategie & Kommunikationskanäle

Die an dieser Stelle aufgelisteten Maßnahmen und Strategien betreffen ausschließlich die Direktansprache von Kunden und Technikern. Wie oben erläutert, erfolgt zudem ein wesentlicher Teil der Kundengewinnung nicht direkt, sondern über Kooperationspartner (wie Magenta oder MediaMarkt) – diesbezügliche Details werden weiter unten unter „Vertriebsstrategie“ erörtert.

Bei der Direktansprache sind große Städte, sowohl was die "technisch Bedürftigen", als auch die potentiellen Helferlein betrifft, der primäre Zielmarkt für das Konzept von HELFERLINE. Auf Seite der technisch wenig Versierten ist die wichtigste und finanziell bedeutendste Zielgruppe jene der älteren Bewohner mit einem Alter von etwa 60+ und einem nicht unterdurchschnittlichen Einkommen.

Bei dieser Zielgruppe haben sich zum einen Inserate und Spots in zielgruppentypischen Medien bewährt: Inserate in Printmedien mit Fokus auf ältere Personen („Unsere Generation“, „Ab5zig“), Radiospots auf Klassiksendern wie „Radio Klassik“ und Inserate in Regionalmedien. Es hat sich gezeigt, dass etwa ein Inserat in der Kleinen Zeitung (die primär in der Steiermark und Kärnten erscheint) wesentlich mehr Wirkung entfaltet, als ein Inserat in der bundesweit erscheinenden „Presse“.

Nach der aktuellen Finanzierungsrunde wird erstmals auch genügend Kapital zur Verfügung stehen, um TV-Werbung auszuprobieren. Abgesehen von den direkten Werbe- und Brand Building-Effekten, werden TV-Spots hoffentlich auch stark vertrauensbildend wirken: Bei IT-Dienstleistungen ist Vertrauen ein wesentlicher Faktor (eine fremde Person kommt zu einem nachhause und werkt an privaten Computern/Handys/etc.) – wenn man einen Anbieter im TV sieht, kommt dieser einem gleich wesentlich seriöser vor (vgl. die Wirkung von Radio- und TV-Spots der Online-Apotheke „Shop-Apotheke“ – viele Kunden schrecken davor zurück, Medikamente im Internet zu bestellen, aus Angst vor Fälschungen, Betrug etc.; kennt man einen Anbieter aus dem Fernsehen, wird dieser als ungleich seriöser und vertrauenswürdiger wahrgenommen).

All diese Inserate und Spots wirken sich natürlich auch stark positiv auf die Performance im SEO- und SEA-Bereich aus: Je bekannter HELFERLINE dadurch wird, desto eher stoßen Internetnutzer auf die Serviceleistung bzw. suchen aktiv danach. Anfangs wurde durchaus unterschätzt, wie viele, selbst ältere Personen, Suchmaschinen verwenden, um passende Dienstleister bei Technikproblemen zu finden – zudem hat sich dieser Anteil über die Jahre natürlich noch einmal deutlich erhöht. Mittlerweile liegt ein klarer Fokus auf einem perfekten SEO- und SEA-Ergebnis und wird ein nicht geringer Teil des Werbebudgets für Onlinekampagnen ausgegeben. Die genauen Marketingausgaben können dem Finanzplan entnommen werden, größere TV-Kampagnen sind gesondert ausgewiesen.

Auf Seite der Techniker sind die idealen Kandidaten jene Personen, die über ein hohes technisches Geschick und gleichzeitig eine hohe Sozialkompetenz verfügen (Probleme nicht nur lösen, sondern auch verständlich erklären können) und beruflich oder schulisch nicht ausgelastet sind und sich nebenbei etwas dazuverdienen möchten. Diese werden einerseits durch Plakate an technischen Universitäten und Fachhochschulen rekrutiert, andererseits durch gezielte Postings in Online-Jobbörsen, schwarzen Brettern, Jobgruppen auf Facebook u.ä. Für den Bewerbungsprozess gibt es eine eigene Karriere-Website (helferline.com/jobs).

Vertriebskanäle

Der (Direkt-)Vertrieb der Dienstleistung erfolgt einerseits über eine zentrale Telefonhotline – diese verursacht zwar einen gewissen Personalaufwand, ein Gutteil der primären Kundenzielgruppe ist es aber noch nicht gewohnt, Dienstleister online zu buchen, die Hotline ist daher integraler Bestandteil des Konzepts. Alle übrigen Kunden haben natürlich die Möglichkeit, online zu buchen.

Telefonisch oder über das Onlineformular werden das Problem des Kunden, seine Daten und zwei bis vier mögliche Zeitfenster abgefragt, innerhalb derer jemand zuhause ist, um ein Helferlein zu empfangen. Anschließend wird das Problem inklusive Zeitfenstern über die Smartphone-App an alle (für diese Problemkategorie in Frage kommenden) Helferlein ausgespielt – den regionalen Umfang der Benachrichtigungen (z.B. nur Graz) können die Techniker in der App selbst bestimmen. Der erste Techniker, der einen Termin innerhalb der angegebenen Zeitfenster bestätigt, erhält den Auftrag. Daraufhin wird der Kunde entweder vollautomatisch per SMS oder per Anruf informiert, zu welchem genauen Termin das Helferlein kommt.

Neben dem „Direktvertrieb“ findet ein wesentlicher Teil der Kunden über Kooperationspartner zu HELFERLINE. Diese Kooperationen können ganz unterschiedlich ausgestaltet sein: Telekom-Provider freuen sich etwa, dass sie Kunden mit technischen Problemen an HELFERLINE weiterleiten können und sich nicht immer selbst um die Problemlösung kümmern müssen – die meisten leiten Kunden sogar kostenlos weiter, ohne eine Provision dafür zu verlangen. Andere Unternehmen, wie MediaMarkt oder Geizhals, wollen ihre Dienstleistungsumsätze steigern. MediaMarkt etwa kooperiert gleich auf mehreren Ebenen: So kann man etwa in allen 50 Standorten die Dienstleistung von HELFERLINE kaufen, online wird bei vielen Produkten gleich die Einrichtung des Produkts durch ein Helferlein mit-angeboten und durch Schnüren von Bundles (TV kaufen + Kalibrierung durch HELFERLINE gratis erhalten) soll der Absatz von Produkten gesteigert werden.

An dieser Stelle muss natürlich auch der erste HELFERLINE Service-Shop auf der Wiener Josefstädter Straße erwähnt werden: Dieser wurde Mitte 2020 eröffnet und ist vor allem auf Hardware-Reparaturen spezialisiert. Der Grund für die Eröffnung war, dass immer mehr Kunde wissen wollten, wo sie sich mit defekter Hardware hinwenden sollen (Laptop mit Wasserschaden, zerbrochenes Handy-Display usw.). Anstatt die Kunden immer weg- bzw. weiterzuschicken, wurde 2019 begonnen, Hardware-Reparaturen selbst anzubieten – anfangs testweise in einem Teil des Büros in der Porzellangasse. Da das Serviceangebot sehr gut angenommen wurde, machten sich die Gründer auf die Suche nach einem eigenen Geschäftslokal und wurden im 8. Bezirk fündig. Der Shop ist eine ideale Ergänzung zum Vor-Ort-Service: Kunden mit Hardware-Schäden werden vom Vor-Ort-Service an den Shop verwiesen, für Kunden mit Problemen zuhause wird gleich vor Ort ein Termin für einen Hausbesuch vereinbart. Kunden kommen nicht nur aus Wien, sondern auch aus Niederösterreich und sogar dem Burgenland extra angereist, darüber hinaus können defekte Geräte natürlich auch per Post an den Service-Shop gesendet werden. Wie auch im Vor-Ort-Service hebt sich der Shop vor allem durch Qualität und Professionalität von den oftmals zweifelhaften Handyshops der Konkurrenz ab. Eigene „Beratungs-Lounges“ bieten zudem eine attraktive Service-Alternative für jene Kunden, die trotz aller vertrauensbildenden Maßnahmen lieber in ein Geschäft gehen, als jemanden zu sich nachhause zu holen und ermöglichen zudem spontane Schnelltermine ohne vorhergehende Terminvereinbarung.

Preisgestaltung

Derzeit wird ausschließlich pro Auftrag verrechnet – primär verrechnet der Techniker direkt mit dem Kunden, teilweise wird die Dienstleistung über Kooperationspartner in Form von Gutscheinen (insb. „POSA-Karten“) abgewickelt. Die Standardpreise wurden zum Jahreswechsel 2021/22 erstmals erhöht. Der Preis pro begonnener Viertelstunde beträgt nun EUR 17,- (statt vormals EUR 14,-), verrechnet wird immer mindestens eine halbe Stunde (EUR 34,-). Die Anfahrt ist in allen Landeshauptstädten gratis, außerhalb fallen Anfahrtskosten an, die sich anhand der Entfernung zur nächstgelegenen Landeshauptstadt berechnen (Beispiel: Wenn eine Adresse 30km von Wien entfernt liegt, fallen EUR 30,- Anfahrtskosten an; diese erhält 1:1 der Techniker). Firmenkunden zahlen einen erhöhten Tarif von EUR 24,- pro Viertelstunde. Mit Kooperationspartnern gibt es teils abweichende Preismodelle (bei MediaMarkt kostet die Stunde zB EUR 79,- statt EUR 68,-, dafür ist die Anfahrt an jeder beliebigen Adresse in Österreich im Preis enthalten).

Die hier geschilderten Tarife betreffen die Preisgestaltung nach „außen“, Einnahmen generiert HELFERLINE ja aber eigentlich über die Provisionen der Techniker. Von den genannten EUR 17,- pro Viertelstunde erhält HELFERLINE EUR 8,- brutto bzw. EUR 6,67 netto, bei Firmenkunden-Aufträgen sind es EUR 9,58 netto. Zusatzeinnahmen kommen u.a. aus dem Verkauf von Premium-Services, wie dem bereits oben erwähnten Express-Service (EUR 49,- für den Kunden, der Techniker erhält meistens EUR 10,- als Bonus, für HELFERLINE verbleiben rund EUR 30,- netto).

Im Service-Shop werden pro Werkstatt-Viertelstunde EUR 24,- verrechnet, die Beratungs-Viertelstunde kostet EUR 19,-. Das ist etwas mehr als im Vor-Ort-Service – im Service-Shop sind aber auch nur fest angestellte Mitarbeiter tätig mit entsprechend höheren Kosten, zudem fallen ja auch Kosten für Miete, Energie, Reinigung etc. an. Die Einnahmen des Service-Shops zählen zur Gänze zum Innenumsatz, ebenso wie jene der Fernwartung (EUR 1,81 pro Minute abzgl. USt und Gebühren).

Für die Zukunft ist die Umsetzung eines Abo-/Mitgliedschafts-Modells geplant („der ÖAMTC für Technikprobleme“). Vorgesehen ist, dass Mitglieder für einen monatlichen Fixpreis ein (limitiertes) Kontingent an Vor-Ort-Service-Einsätzen und Fernwartungs-Minuten nutzen können und darüber hinaus weitere Vorteile erhalten, etwa eine kostenlose Antiviren-Software, einen Passwort-Manager u.ä. Eine solche Mitgliedschaft wäre auch ein ideales Geschenk – beispielsweise gemeinsam mit dem ersten Smartphone für die Großmutter. Der Verkauf (primär an bestehende Kunden) würde über eigene Sales-Mitarbeiter erfolgen, die genaue Preisgestaltung ist noch offen.

Unternehmen & Management

Management & Gründungsteam

Das Gründungsteam besteht aus fünf Personen und vereint die technischen, organisatorischen, betriebswirtschaftlichen und juristischen Kompetenzen der Gründer sowie die jahrelange Erfahrung der Business-Angels zu einem schlagkräftigen Unternehmerteam:

Dr. iur. Clemens Schmidgruber – CEO

Clemens ist studierter Jurist und ein Organisationstalent. Neben seinem Studium der Rechtswissenschaften (Schwerpunktausbildung Computer und Recht) organisierte er Events für über 1.000 Personen und führte ein zehnköpfiges Organisationsteam. Er hegte schon lange den Wunsch, sich als Unternehmer selbstständig zu machen und entwickelte die Idee für das Projekt HELFERLINE. Bei diesem übernimmt er die Position des Gesellschafter-Geschäftsführers und kümmert sich neben dem Auf- und Ausbau des Unternehmens – gemeinsam mit Dr. Georg Riedl – um alle juristischen Angelegenheiten.

Alexander Niederhofer, LL.B. – Prokurist und CMO

Als leidenschaftlicher Kundenbetreuer und Marketing-Genie ist Alexander vor allem für die Bereiche Marketing, Vertrieb und Community-Management zuständig. Alexander hat jahrelange Erfahrung im Bereich IT-Support für Privatpersonen und hat vor der Gründung von HELFERLINE Österreichs größte Computer-Schule für Senioren mit-aufgebaut (SeniorenColleg).

Janko Glavic – CTO

Janko steht kurz vor Abschluss seines Masters an der TU und arbeitet seit vielen Jahren sowohl selbstständig, als auch unselbstständig im IT-Bereich. Als Programmier-Talent kann er wesentliche Teile der benötigten Software selbst entwickeln, als Profi im Bereich Netzwerk-Architektur und B2B-Kundenbetreuung ist er wichtiger 2nd- und 3rd-Level-Ansprechpartner bei komplexeren Projekten. Außerdem koordiniert er die Zusammenarbeit mit Tailored Apps (Entwicklung der Android-App).

Lorenz Edtmayer – Business Angel

Lorenz ist nicht nur Serial-Founder und -Investor, sondern wurde auch bereits zum ‚EY Entrepreneur of the Year‘ gekürt. Mit seinem Unternehmen ‚Tailored-Apps‘ (österreichischer Marktführer im Bereich mobile Applikationen) ist er seit der ersten Stunde im Startup-Bereich vorne mit dabei und hilft jungen Unternehmern vor allem mit seinen Kontakten. Mit seinem Unternehmen ‚Darwins Lab‘ berät er Firmen punkto Digitalisierung, außerdem ist er einer der Co-Founder des ‚Brutkastens‘.

Dr. iur. Georg Riedl – Business Angel

Als erfahrener Rechtsanwalt, spezialisiert auf die Bereiche Gesellschaftsrecht, Mergers & Acquisitions, Privatstiftungsrecht und Steuerrecht, berät Georg HELFERLINE vor allem in juristischen Fragen und hilft den jungen Gründern durch seine zahlreichen Kontakten. Georg hat bereits in mehrere höchst erfolgreiche Startups investiert und u.a. den Aufbau und Verkauf des Zahlungsdienstleisters paysafecard begleitet.

Informationen zum Unternehmen

Das Unternehmen trägt den Firmenwortlaut „HELPERLINE“ und wurde in Form einer gründungsgeförderten GmbH errichtet. Die Firmenbucheintragung erfolgte am 18. März 2016. Der Firmensitz befindet sich seit April 2018 in der Porzellangasse 50 in 1090 Wien.

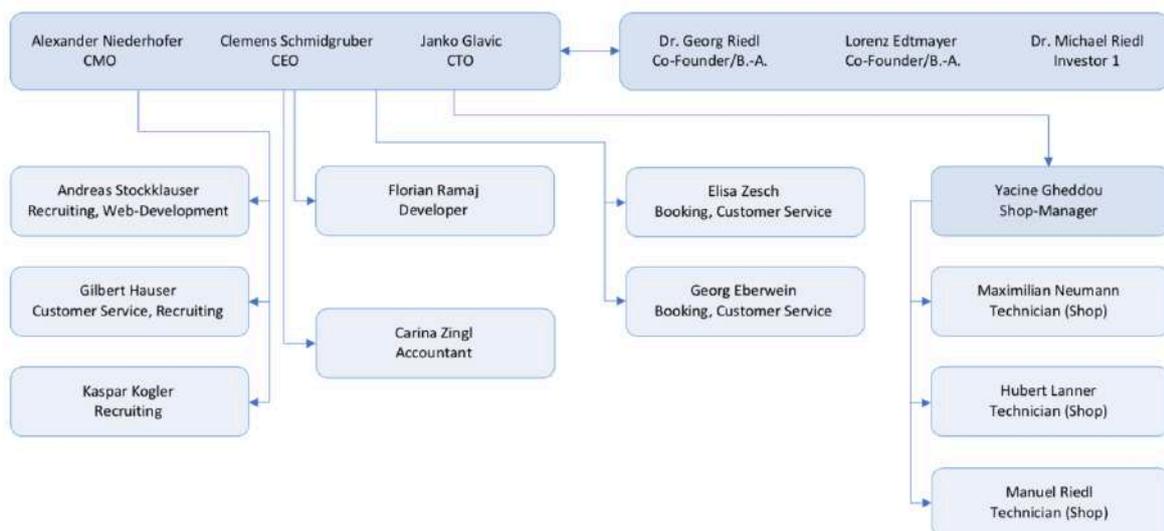
Die Eigentumsverhältnisse stellen sich aktuell wie folgt dar: 61,75 % der GmbH-Anteile werden von Ideengeber Clemens Schmidgruber gehalten, 19 % sind im Besitz von CMO Alexander Niederhofer. Janko Glavic und die zwei Business Angels halten jeweils 4,75 %, der erste Investor (Karl Michael Riedl) hält die restlichen 5 % der Anteile.

In den vergangenen Jahren wurde HELPERLINE nicht nur für den besten Businessplan (siehe oben) ausgezeichnet, sondern auch bereits zu „Austria's Next Top-Startup“ gekürt, gewann den „Heute We-Start-Up“-Award, wurde beim 4Gamechanger-Festival prämiert und erhielt u.a. den „Constantinus“-Award. Auch im Rahmen diverser Förderanträge wurde das Unternehmen immer wieder intensiv geprüft (u.a. von FFG, aws, Wirtschaftsagentur Wien, ...). All diese Überprüfungen fielen stets positiv aus, alle Förderanträge wurden bewilligt. In Summe wurden HELPERLINE bislang rund 200.000 € an Fördergeldern (nicht rückzahlbare Zuschüsse) zugesprochen.

Die umfassenden Kooperationsvereinbarungen mit namhaftesten Unternehmen aus dem Telekommunikations- und Elektronikhandelsbereich wurden oben bereits thematisiert.

In den vergangenen Jahren konnten bereits über 10.000 zahlende Kunden akquiriert werden, knapp 30.000 Vor-Ort-Einsätze wurden erbracht und mehr als 2 Millionen Euro Umsatz erwirtschaftet.

Organisationsstruktur



Umsetzungsplanung und Mittelverwendung

Das Unternehmen wurde schon vor mehreren Jahren gegründet und konnte bereits beweisen, dass die ursprünglichen Annahmen zutreffend waren, dass das Geschäftsmodell funktioniert und die Dienstleistung auf beiden Seiten der Plattform begeistert aufgenommen wird. Davon zeugen nicht nur die zahlreichen gewonnenen Wettbewerbe und Preise, sondern auch die Zufriedenheit der Kunden und die erzielten Umsätze in Millionenhöhe.

Das Geschäftsmodell der HELFERLINE GmbH hat sich bereits bewährt und der weitere Fortbestand hängt nicht von der erfolgreichen Umsetzung einer oder mehrerer Finanzierungsrunden ab.

Aber: Um in den kommenden Jahren signifikant wachsen zu können und wesentliche neue Produktinnovationen auf den Markt bringen zu können, benötigt es zusätzliche Mittel.

Mit der nun anlaufenden Crowdfunding-Kampagne sollen Mittel iHv mind. 500 TEUR aufgestellt werden; diese Summe wird durch das aws-Programm „Eigenkapital hebeln“ (vormals „Double Equity“) noch einmal verdoppelt werden. Die Gesamtsumme von 1 Million EUR wird für die stark erweiterten Marketing- & Sales-Maßnahmen zur Skalierung des Geschäfts und Hebung des Marktpotentials, den Zukauf von Drittleistungen für die Umsetzung der geplanten technischen Features, die zu mehr Usability, User Engagement und Kosteneffizienz führen werden, und schließlich den Personalausbau für die Bewältigung der Kundenanfragen verwendet werden.

Erfolgs- und Finanzplanung

Für die detaillierte Finanzplanung inkl. Plan-Gewinn- und Verlustrechnung, Plan-Bilanz sowie umfassender Personalplanung darf auf den separaten Finanzplan verwiesen werden. Auf die in der Vergangenheit liegenden Gründungskosten wird an dieser Stelle ebenfalls nicht eingegangen, bei Bedarf können die entsprechenden Stellen im ursprünglichen Businessplan nachgelesen werden.

Zur Qualität der beigestellten Unterlagen und Zahlen sei angemerkt, dass die Buchhaltung und das Reporting sowie die Erstellung der Jahresabschlüsse seit 2017 durch die Firma Deloitte erfolgen. Der Finanzplan wurde in enger Abstimmung mit externen Spezialisten von Minted erstellt.

Derzeitige Finanzierung und Organisation des Rechnungswesens

Das Unternehmen finanziert sich derzeit fast ausschließlich aus dem laufenden Cashflow. In der Vergangenheit wurden auch andere Finanzierungsquellen genutzt, um größere Innovationsvorhaben umzusetzen: So wurde der Service-Shop in der Josefstädter Straße mithilfe eines Investitionskredits iHv EUR 100.000,- realisiert (aktuell zu ca. 80% zurückgezahlt), wesentliche technische Features mithilfe des ersten Investments iHv EUR 200.000,- umgesetzt. Um kurzfristige Finanzierungslücken im laufenden Betrieb zu schließen, steht ein Betriebsmittelkredit iHv EUR 90.000,- zur Verfügung, der derzeit (vor Abschluss der Finanzierungsrunde) größtenteils ausgenutzt wird. Außerdem haben aufgrund der starken Auftragsschwankungen während der Covid-19-Pandemie mehrere Gesellschafter in den vergangenen 1,5 Jahren Darlehen zur Verfügung gestellt, die sich aktuell auf exakt EUR 100.000,- summieren und zuletzt in partiarische Gewinndarlehen umgewandelt wurden, damit sie ebenfalls mit dem aws-Programm verdoppelt werden können. Eine Rückzahlung dieser Darlehen ist somit innerhalb der nächsten zehn Jahre nicht vorgesehen.

Die Buchhaltung (Erfassen der Belege, Rechnungserstellung, Rechnungskorrektur), wird von einer internen Teilzeit-Mitarbeiterin erledigt, die Verbuchung der Belege, das (monatliche) Reporting und die Erstellung des Jahresabschlusses übernimmt die Deloitte Tax Wirtschaftsprüfung GmbH. Die Beauftragung von Deloitte für diese Tätigkeiten mag auf den ersten Blick für ein junges Startup unnötig kostspielig wirken, HELFERLINE hat aber eine besonders günstige Startup-Pauschale („YesTech“) zugesprochen bekommen, sodass für Accounting und Tax Compliance bis vor kurzem lediglich Kosten von EUR 500,- pro Quartal anfielen. Der monatlich von Deloitte erstellte, umfassende Report entspricht in seiner Gliederung einem Jahresabschluss, eine Kurzfassung davon ergeht jeden Monat an alle Gesellschafter.

GuV	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
Umsatzerlöse	508 358	915 989	1 833 922	3 990 930	7 927 015	12 852 212	18 269 697	25 439 602	35 353 441	48 942 828	66 245 334	87 321 170
GESAMTERLÖSE (Betriebsleistung)	508 358	915 989	1 833 922	3 990 930	7 927 015	12 852 212	18 269 697	25 439 602	35 353 441	48 942 828	66 245 334	87 321 170
Leistungszukauf Techniker (auch B2B) & USt	31 895	54 969	160 876	334 915	849 248	1 587 327	2 735 324	3 141 418	4 134 187	5 580 500	7 501 425	9 958 204
Vor-Ort-Service (Callcenter, Rechnungsversand, Gut	79 644	14 266	14 211	26 756	39 295	60 836	60 478	88 175	127 290	179 857	246 556	326 820
Provisionen an Dritte	6 260	6 467	14 800	24 400	60 000	112 400	144 800	164 000	183 200	212 800	240 800	270 400
Wareneinsatz (Shop, B2B, ...)	80 274	119 203	201 977	336 224	612 395	955 167	1 286 541	1 691 720	2 235 342	2 979 534	3 880 934	4 949 142
COGS	198 074	194 904	391 865	722 295	1 560 938	2 715 730	4 227 143	5 085 313	6 680 018	8 952 692	11 869 715	15 504 566
DB 1	310 285	721 085	1 442 058	3 268 636	6 366 077	10 136 482	14 042 554	20 354 289	28 673 423	39 990 136	54 375 619	71 816 604
Personalaufwand	309 042	495 152	1 012 462	1 780 813	3 534 247	5 901 414	7 874 054	10 379 873	14 419 577	19 058 667	24 611 064	31 689 759
DB 2	1 242	225 933	429 596	1 487 822	2 831 829	4 235 068	6 168 500	9 974 416	14 253 846	20 931 469	29 764 555	40 126 845
Werbung / Marketing	44 979	343 000	590 000	970 000	1 200 000	1 320 000	1 680 000	2 520 000	3 500 000	4 800 000	6 000 000	7 200 000
Techniker-Recruiting (exkl. Gehälter u. Marketing)	3 763	6 258	11 989	17 671	31 196	58 246	88 000	125 870	182 674	250 298	358 496	493 744
Miete (Büro, Shops) + Energie, Reinigung	51 783	57 600	144 000	144 000	180 000	301 714	405 122	520 631	691 202	960 638	1 299 707	1 627 505
IT & Software (Hosting, Lizenzen, Mail, ...)	5 800	13 769	25 510	43 132	86 437	141 901	182 209	233 110	308 436	398 531	512 826	644 965
Gebühren, KU, Versicherung	7 456	15 370	33 890	75 322	164 534	252 141	370 281	527 856	747 537	1 053 329	1 456 373	1 960 413
Steuerberatung & Consulting	7 603	16 488	22 007	31 927	63 416	102 818	146 158	203 517	282 828	391 543	529 963	698 569
Sonstiges	13 919	9 160	18 339	47 891	95 124	192 783	274 045	381 594	601 009	832 028	1 324 907	1 746 423
Rückstellungen (Dotierung/Auflösung)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
sonstige Kosten Gesamt	135 304	461 644	845 735	1 329 945	1 820 707	2 369 603	3 145 815	4 512 578	6 313 685	8 686 366	11 482 272	14 371 620
EBITDA	- 134 061 -	235 711 -	416 138	157 878	1 011 122	1 865 465	3 022 685	5 461 838	7 940 161	12 245 102	18 282 283	25 755 225
Afa	-	19 510	33 796	62 367	73 796	90 939	90 939	91 429	114 286	125 714	174 286	240 000
EBIT	- 134 061 -	255 221 -	449 934	95 510	937 326	1 774 526	2 931 746	5 370 410	7 825 875	12 119 388	18 107 997	25 515 225
in Prozent	-26%	-28%	-25%	2%	12%	14%	16%	21%	22%	25%	27%	29%
Finanzaufwand	4 842	23 363	37 136	26 499	26 375	133 477	48 161	18 090	15 519	13 056	11 771	11 689
Finanzerfolg	- 4 842 -	23 363 -	37 136 -	26 499 -	26 375 -	133 477 -	48 161 -	18 090 -	15 519 -	13 056 -	11 771 -	11 689
EGT	- 138 903 -	278 584 -	487 070	69 011	910 951	1 641 049	2 883 585	5 352 320	7 810 357	12 106 332	18 096 226	25 503 536
außerordentliche Erträge	66 371	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Jahresüberschuss vor Steuer	- 72 532 -	278 584 -	487 070	69 011	910 951	1 641 049	2 883 585	5 352 320	7 810 357	12 106 332	18 096 226	25 503 536
in Prozent	-14%	-30,4%	-26,6%	1,7%	11,5%	12,8%	15,8%	21,0%	22,1%	24,7%	27,3%	29,2%
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-	-	-	-	-	343 457	720 896	1 338 080	1 952 589	3 026 583	4 524 057	6 375 884
Jahresüberschuss nach Steuer	- 72 532 -	278 584 -	487 070	69 011	910 951	1 297 592	2 162 688	4 014 240	5 857 767	9 079 749	13 572 170	19 127 652
in Prozent	-14%	-30,4%	-26,6%	1,7%	11,5%	10,1%	11,8%	15,8%	16,6%	18,6%	20,5%	21,9%
Gewinn/Verlustvortrag	- 359 999 -	432 531 -	711 115 -	1 201 636 -	1 178 173 -	349 274	804 139	2 699 212	6 322 933	11 575 384	19 750 322	32 047 315
Bilanzgewinn	- 432 531 -	711 115 -	1 198 185 -	1 132 625 -	267 222	948 318	2 966 828	6 713 451	12 180 701	20 655 133	33 322 492	51 174 967

Cash Flow	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
Jahresüberschuss nach Steuer	- 72 532 -	278 584 -	487 070	69 011	910 951	1 297 592	2 162 688	4 014 240	5 857 767	9 079 749	13 572 170	19 127 652
Afa	-	19 510	33 796	62 367	73 796	90 939	90 939	91 429	114 286	125 714	174 286	240 000
Auflösung v. Zuschüssen (-)	66 371	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cash Flow aus dem Ergebnis	- 138 903 -	259 074 -	453 274	131 378	984 747	1 388 531	2 253 627	4 105 669	5 972 053	9 205 463	13 746 456	19 367 652
Bestandsveränderung	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Forderungen L&L	10 167 -	18 320 -	36 678 -	79 819 -	158 540 -	257 044 -	365 394 -	508 792 -	707 069 -	978 857 -	1 324 907 -	1 746 423
Forderungen sonst.	5 084 -	9 160 -	18 339 -	39 909 -	79 270 -	128 522 -	182 697 -	254 396 -	353 534 -	489 428 -	662 453 -	873 212
Verbindlichkeiten L&L	6 596	6 604	17 070	31 361	57 818	90 729	131 935	164 623	223 852	305 328	411 122	539 737
Verbindlichkeiten sonst.	6 668	13 131	24 752	41 045	67 633	101 707	147 459	191 958	259 874	352 781	467 040	597 524
Aktive Rechnungsabgrenzung	330	330	854	1 568	2 891	4 536	6 597	8 231	11 193	15 266	20 556	26 987
Passive Rechnungsabgrenzung	508	916	1 834	3 991	7 927	12 852	18 270	25 440	35 353	48 943	66 245	87 321
Operating Cash Flow	- 140 712 -	266 232 -	465 489	86 479	877 423	1 203 716	1 996 603	3 716 269	5 419 337	8 428 963	12 682 946	17 945 612
aktivierte Eigenleistungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Investitionen (-)	-	100 000 -	200 000 -	80 000 -	120 000	-	140 000 -	160 000 -	180 000 -	540 000 -	540 000 -	200 000
Investing Cash Flow	-	100 000 -	200 000 -	80 000 -	120 000	-	140 000 -	160 000 -	180 000 -	540 000 -	540 000 -	200 000
Cash available for debt repayment	- 140 712 -	366 232 -	665 489	6 479	757 423	1 203 716	1 856 603	3 556 269	5 239 337	7 888 963	12 142 946	17 745 612
Ausschüttungen an Gesellschafter	-	-	-	3 451 -	45 548 -	82 052 -	144 179 -	267 616 -	390 518 -	605 317 -	904 811 -	1 275 177
Gesellschafterdarlehen	80 000	-	-	-	48 310 -	130 000	-	-	-	-	-	-
langfr. Kredite / DEQ	15 553	684 447	277 966	68 894	5 904 -	137 993 -	134 104 -	122 439 -	122 439 -	117 255 -	61 220 -	3 888
Einzahlung v. Zuschüssen	66 371	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Financing CF (incl. Dividends)	130 818	684 447	277 966	65 443	99 762 -	350 045 -	278 283 -	390 055 -	512 957 -	722 572 -	966 031 -	1 279 065
Net Change in Cash	- 9 894	318 215 -	387 523	71 922	657 661	853 671	1 578 320	3 166 214	4 726 379	7 166 391	11 176 915	16 466 546
Beginning Cash Balance	45 369	35 475	353 690	33 833	38 089	695 750	1 549 422	3 127 742	6 293 956	11 020 335	18 186 726	29 363 642
Ending Cash Balance	35 475	353 690	33 833	38 089	695 750	1 549 422	3 127 742	6 293 956	11 020 335	18 186 726	29 363 642	45 830 188