

OSTTHÜRINGER Zeitung

Internetagentur aus Jena mit klarer Vision: Mindestziel 300 Mitarbeiter

16.01.2016 - 07:38 Uhr

Die Jenaer Internetagentur dotSource feiert am Montag ihr zehnjähriges Bestehen. Im OTZ-Interview kündigt mit Christian Otto Grötsch einer der Gründer rasantes weiteres Wachstum an, obwohl der Abschied vom ICE schmerzt.



Die dotSource-Gründer und Geschäftsführer Christian Otto Grötsch (links) und Christian Malik. Foto: Tino Zippel

Haben Sie sich bei der Gründung träumen lassen, dass Ihr Unternehmen einmal unter den Top 50 der deutschen Internet-Agenturen steht?

Die Ausgangslage war 2005 eine andere. Ich hatte meinen Master in der Tasche und suchte einen Job. Damals befanden sich die E-Commerce-Unternehmen in Jena noch immer in der Schockstarre, weil 2001 der Neue Markt zusammengebrochen war. Bei den großen Unternehmen herrschte noch ein Einstellungsstopp.

Wie kam es zur Entscheidung, sich selbstständig zu machen?

Der Gründergeist in der Towerbyte hat uns animiert. Ich habe meine Geschäftspartner Christian Malik und Carsten Gwosdz überredet, ihre Jobs zu kündigen und die Agentur zu gründen.

Hatten Sie gleich Aufträge?

Zunächst haben wir uns selbst in Projekte vermietet, aber zumindest am Freitag als Geschäftsführer-Team zusammengearbeitet. So ist auch die Idee entstanden, Preisbock.de zu entwickeln. Auf dieser Seite haben wir jeden Tag nur ein Produkt angeboten und haben es damit sogar in die nationalen Fernsennachrichten geschafft. Außerdem haben wir Newskraft entwickelt, eine Website, die alle Blogs und Neuigkeiten aus dem Umkreis des eigenen Wohnsitzes zusammenträgt.

Und warum haben Sie die beiden Projekte nicht mehr weiterverfolgt?

Wir hatten schließlich drei Geschäftszweige und sind 2009 zur Einsicht gekommen, dass wir uns auf einen konzentrieren müssen. Wir haben auf das gesetzt, was wir am besten können. Wir sind keine Händler, sondern Digitalexperten. Deshalb fiel die Entscheidung für die Internetagentur, mit der wir 2008 bereits große Kunden wie Otto, Plus oder Swarovski gewonnen hatten. Heute bauen wir nicht nur Onlineshops, sondern unterstützen Unternehmen bei der Digitalisierung von Vertrieb und Marketing.

Wie viele Kunden betreuen Sie?

Aktuell 50 Unternehmen, denen wir helfen, die wichtige Digitalisierung zu bewältigen und die neuen Möglichkeiten für sich zu nutzen. Weitere neue Projekte sind bereits in Arbeit.

Wer ist die Zielgruppe?

Unternehmen, die mindestens einen Jahresumsatz von zehn Millionen Euro erwirtschaften. Das reicht aber bis hin zu Kunden, die jährlich deutlich die Milliarden-Marke beim Umsatz überbieten.

Wie groß ist Ihre Belegschaft?

Wir haben 120 Mitarbeiter. In der Vergangenheit haben wir stark darauf gesetzt, unsere Fachkräfte selbst auszubilden und so das Wachstum zu realisieren. Aber inzwischen sind wir so bekannt, dass wir zusätzlich Bewerbungen von erfahrenen Köpfen bekommen. Wir spielen in der Champions League – da muss das Personal passen.

Heißt das, dass Sie nicht mehr ausbilden?

Doch, aber nicht mehr im Umfang wie einst. Wir beschäftigen neun Berufsakademie-Studenten, bilden Bürokauffrauen und Fachinformatiker aus oder betreuen Masterarbeiten.

Angesichts der Mitarbeiterzahl: Schlafen Sie ruhig ob der Verantwortung?

Ja, ich schlafe gut. Ich stamme aus einer Unternehmerfamilie mit vier Generationen Glasermeistern – es ist normal für mich, unternehmerisch tätig zu sein.

Haben Sie Vorbilder?

Neben den Intershop-Pionieren Stephan Schambach und Karsten Schneider auch Udo Böttcher, der in Jena aus dem Nichts einen großen Versandhandel für Büroartikel aufgebaut hat. Alle haben neue Wirtschaftszweige in Jena begründet, die es vorher hier nicht gab.

Planen Sie, das Unternehmen zu verkaufen?

Nein, wir stehen mit Mitte 30 in der Blüte unserer Unternehmerschaft. Wir haben einen Beirat eingerichtet, in dem uns erfahrene Experten mit ihrem Rat beim weiteren Wachstum zur Seite stehen.

Wie groß soll die Agentur in zehn Jahren sein?

Wir streben an, mindestens 300 Mitarbeiter zu beschäftigen. Wir planen bereits, weitere 400 Quadratmeter für Büroräume herzurichten. Zunächst liegt aber der Fokus darauf, den Umsatz pro Mitarbeiter weiter zu stärken. Unser Ziel ist es, zeitnah zweistellige Millionenbeträge pro Jahr umzusetzen.

Sie haben ein Büro in Berlin gegründet. Wird dort das Wachstum realisiert?

Wir wollen in Jena weiter wachsen, nicht zuletzt wegen der exzellenten Fachkräfte vor Ort. Modernes Arbeiten im Team funktioniert am besten, wenn alle an einem Standort vereint sind. Aber uns schmerzt der Wegfall der ICE-Anbindung.

Warum?

Zum einen brauchen wir eine gute Bahnanbindung von Leipzig, Gera, Erfurt oder Saalfeld, damit unsere Mitarbeiter schnell zum Arbeitsplatz kommen. Zum anderen sitzen unsere Kunden überwiegend nicht in Ostdeutschland. Die Flughäfen sind weit entfernt, so dass wir zumindest eine gute Fernzuganbindung benötigen.

Welche Konsequenzen ziehen Sie daraus?

Unseren diesjährigen Kundentag werden wir in Berlin ausrichten, damit unsere Kunden leichter anreisen können. Wir schließen nicht aus, auswärtige Kompetenzzentren einzurichten. Experten für Design oder Onlinemarketing sind beispielsweise eher in Leipzig oder Berlin zu finden.

Haben Sie ein Wunschprojekt, das Sie gern realisieren wollen?

Wir haben bereits Großunternehmen wie Würth oder Hagebau als Kunden. Aber leider gehört die Jenoptik AG, die nur ein paar Meter von uns entfernt sitzt, nicht dazu. Dem Jenaer High-Tech-Konzern bei der Digitalisierung zu helfen, wäre eine reizvolle Aufgabe.

Zahlen und Fakten

Die Internetagentur dotSource sitzt in einem Bürogebäude in der Goethe Galerie in Jena.

Das Unternehmen betreut 50 Kunden, darunter den Schulbuchverlag Cornelsen, den Armaturenhersteller Grohe, den Schraubenhersteller Würth, den Versandhändler Baur und die Messe Düsseldorf.

Die Agentur beschäftigt aktuell 120 Mitarbeiter.

Das Geschäftsjahr 2015 schloss dotSource mit einem Jahresumsatz von rund sechs Millionen Euro ab und verzeichnete damit ein Umsatzwachstum von 20 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Seit der Gründung im Jahr 2006 verzeichnet dotSource bereits zehn Ausgründungen, bei denen sich ehemalige Mitarbeiter mit eigenen Geschäftsideen selbstständig gemacht haben.

Tino Zippel / 16.01.16 / OTZ

ZOR0013346849

