

1 Bewertung ★★★★★

[Merken](#) [Drucken](#) [Senden](#)

28.06.2007

**Bringdienste**

## Wie Brötchen Geld bringen

von Anke Brillen

Lange ist es her, dass Eier, Milch und Brötchen bis vor die Haustür geliefert wurden. Nun ist zumindest der Brötchendienst wieder da: Brötchenbursche heißt der Bringdienst von Jörg Stulga aus Ochtrup, der Bäckereien in ganz Deutschland neue Umsätze bringt. Sein Lieferservice ist ein Beispiel, dass viele Geschäftsideen auch ohne große Anfangsinvestitionen laufen.



„Brötchenbursche“ heißt der Lieferservice von Jörg Stulga aus Ochtrup. Der Jungunternehmer hat bereits 2 000 Kunden und expandiert kräftig.

FRANKFURT. Das Auslieferungssystem basiert auf einem Internetserver, auf dem Kunden rund um die Uhr ihre Bestellungen eingeben können. Etwa 2 000 Kunden bedient Stulga heute. Vor fünf Jahren startete der Wirtschaftsingenieur mit 60 Brötchen sein Auslieferungsgeschäft. „Die Kreissparkasse Nordhorn hat mir einen großzügigen Kontokorrent eingeräumt, weil ich Aktien als Sicherheiten hatte“, berichtet Stulga. Ein Existenzgründerdarlehen brauchte er nicht. Sein Bringdienst ist ein Beispiel, dass viele Geschäftsideen auch ohne große Anfangsinvestitionen laufen.

Ganz ohne Kapital ging es jedoch nicht: Um seinen Service zu testen, finanzierte Stulga Brötchen-Gratislieferungen aus eigener Tasche vor – und gewann auf diese Weise schnell Kunden. Nach drei Monaten erreichte er bereits

die Gewinnschwelle. Seine Kalkulation: Er verdient pro Brötchen 15 Prozent am Ladenverkaufspreis und 50 Cent Liefergebühr. Auch für die Bäcker rechnet sich das Geschäft, weil es für sie mit keinerlei Verwaltungsaufwand verbunden ist: „Wir werben die Kunden und erstellen die Tourenliste - der Bäcker muss nur noch ausliefern“, sagt Stulga.

Lieferdienste sind in Deutschland eine Wachstumsbranche. Eine Marktstudie der Unternehmensberatung Weiner und Partner in Berlin beziffert das durchschnittliche Umsatzwachstum jährlich auf 8,1 Prozent. Aber auf sechs Neugründungen pro Jahr kommt eine Insolvenz: „Bei Lieferdiensten braucht es eine gewisse Umsatzgröße, um Logistik wie den Fuhrpark und die personelle Infrastruktur vorzuhalten. Das Problem sind hohe Fixkosten bei stark schwankenden Umsätzen“, sagt Christian Weiner. „Start-ups scheitern außerdem oft daran, dass schnell steigendes Wachstum nicht aus den Gewinnen finanziert werden kann.“

Der Unternehmensberater, der auf die Entwicklung von Businessplänen und die Finanzoptimierung bei mittelständischen Unternehmen spezialisiert ist, rät daher zu Kooperationen.

Diesen Weg ist Stulga gegangen. Mit seinem Kooperationsmodell reduziert er seine Fixkosten gegen null. Statt einen eigenen Fuhrpark zu unterhalten, konzentriert er sich auf die Kundenakquise und rechnet seinen Partnern vor, wie sie mit einem Auslieferungsfahrer mit eigenem Fahrzeug Gewinne einfahren können.

Lesen Sie weiter auf Seite 2: *Kleinteiligkeit als großer Vorteil*

1 2  
[Kompletten Artikel lesen](#)

[Nächste Seite](#)

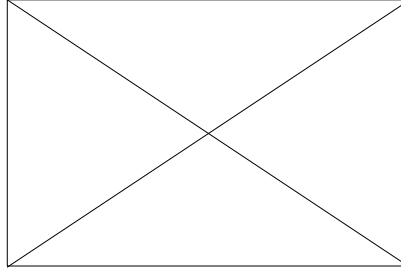
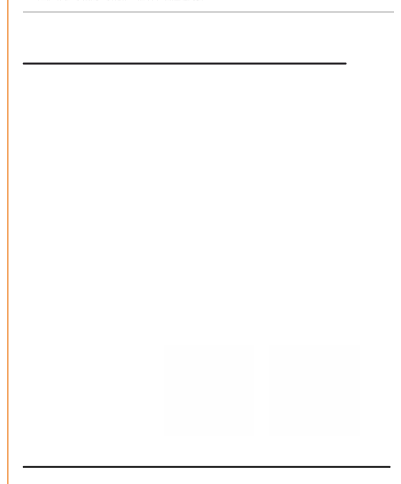
Artikel bewerten: ★★★★★

[Nutzungsrechte erhalten](#)[Als Favorit hinzufügen](#) [Bookmarks:](#)**BLICKPUNKT MITTELSTAND RUBRIKEN**[Nachrichten + Trends](#)[Strategie + Wachstum](#)[Finanzierung](#)[Macher des](#)[Mittelstandes](#)**ZULETZT BESUCHT / GESUCHT**[Wie Brötchen Geld bringen](#)**BLOGKOMMENTARE ZU DIESEM ARTIKEL**[Twingly Blog-Suche](#)

Bloggen Sie über diesen Artikel und verlinken Sie ihn, damit Ihr Kommentar hier erscheint.

[Pingen Sie Ihren Blog an Twingly, so dass wir ihn finden.](#)

Anzeige

**Handelsblatt Video****Handelsblatt Audio**

IT-PODCAST

[Die Spielkonsole als Mediacenter](#)