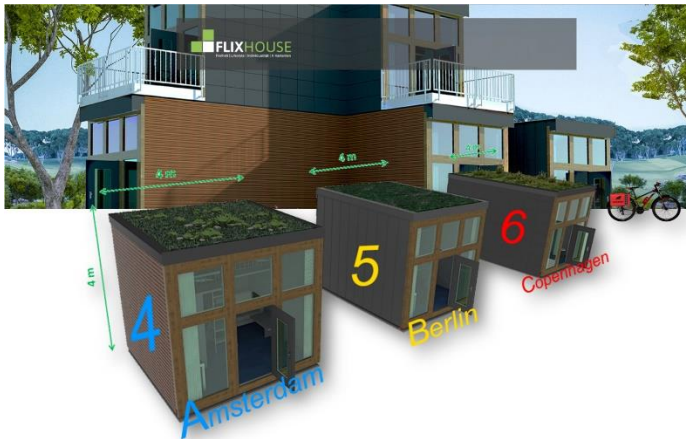


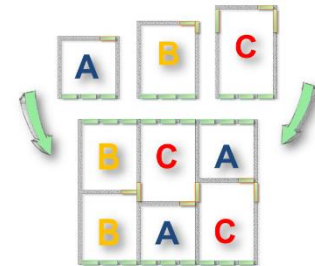
Erfolgsgeschichte: Das wandelbare Haus Flixhouse mit europaweit verankertem Geschäftsmodell

Das „Tiny House Movement“, die Bewegung für sehr kleine Häuser, spielt seit über 20 Jahren durch, wie wir mit weniger Raum um uns herum auskommen können. Nachhaltiger leben und Kosten sparen sind zwei der Gründe, warum die Idee Architekten und Designer weltweit begeistert. Heute ist die



Bewegung in verschiedenen Bereichen angekommen, am stärksten im Tourismus, denn eingeschränkt wohnen fällt für eine begrenzte Zeit leichter. Aber der Impuls hat noch mehr In Gang gesetzt. Tiny Houses sind oft standardisierte Module, und wenn man diese kombiniert, kann man Häuser beliebig wachsen und wieder schrumpfen lassen. Sie können sich wandelnden Lebensumständen und sogar neuen Orten anpassen.

Eines der interessantesten Unternehmen, das sich dem flexiblen und preiswerten Wohnen widmet, ist Flixhouse aus Potsdam. Es bietet sehr kostengünstige Häuser an, die aus drei Grundmodulen zusammengesetzt werden. Die vorgefertigten, montagefreundlichen Fertigelemente bestehen aus massivem Brettschichtholz. Die Bausätze benötigen keine Materialbearbeitung und können in Eigenregie oder durch zahlreiche lokale Dienstleister sehr schnell errichtet werden. Man kann ein Modul einzeln aufstellen, als Mini-Ferienhaus oder Büro im Garten, man kann aber auch Module kombinieren und sogar übereinander packen, so dass größere Häuser entstehen.



Der „Tiny-House-Moment“

Marius Jast, in Polen geboren, in Berlin zuhause und jetzt in Potsdam für Flixhouse als Produktentwickler arbeitend, hatte seinen persönlichen „Tiny-House-Moment“ vor einigen Jahren. Er bekam ein zweites Kind und in seinem Ferienhaus war nicht mehr genug Platz. „Ich arbeitete dort auch und dachte, ich kaufe ein schönes kleines Freiluftzimmer für den Garten als mein Büro. Doch damals gab es mobil nur Stahl-Container. Oder richtig bauen, mit viel Zeitaufwand, Dreck, Lärm und Kosten.“ Jast hatte die Vision von einem Produkt, das er gerne kaufen wollte, aber so am Markt nicht fand: Ein typischer Gründungsanlass.



Er vertiefte sich in seine Vision des Freiluftzimmers, skizzierte erste Vorstellungen und holte Angebote ein. Die Preise waren, wie er formuliert, „utopisch“, da sie als Einzelbestellungen behandelt wurden.



Doch je mehr er sich mit dem Projekt beschäftigte, desto mehr Ideen entwickelte er für mögliche Nutzungen. Das beflügelte ihn. Durch erste Pilotprojekte –Übernachten in Freiluftbädern, Freizeitparks oder an den schönsten Stellen des Radweges von Berlin nach Usedom – lernten Jast und Björn Gottschalkson, der Geschäftsführer von Flixhouse, in der Folge viel über die Stolperfallen der Geschäftsidee. Einige waren rechtliche Fragen: Wie kann

man Eigenentwicklungen schützen, so dass sie nicht einfach nachgebaut werden können? Welche Genehmigungsarten braucht man wo für den Aufbau? Aber die größte Herausforderung erkannte Jast in Fragen der Produktion und Logistik, also wie und wo die Objekte erstellt werden sollen und wie die Häuser geliefert und aufgebaut werden.

Flixhouse sucht Partner in ganz Europa

Um die Häuser kostengünstig anzubieten, was unüblich für die Baubranche, aber Alltag in der Möbelindustrie ist, werden Flixhouse-Objekte nun dezentral mit den jeweiligen Produzenten der einzelne Gewerke hergestellt. Um das Haus dann vor Ort aufzubauen, benötigt man – will man nicht selber Hand anlegen – Firmen vor Ort. Da Flixhouse als wichtigste Zielmärkte Skandinavien und die Alpenregion, für die kleinen Homeoffice-Module im Garten aber auch ganz Europa sieht, war klar, das Geschäftsmodell funktioniert nur, wenn man sofort groß denkt und europaweit Partner hat.

Jast hatte schon in früheren Jahren mit dem Enterprise Europe Network (EEN) zusammengearbeitet, verschiedene Kooperationsbörsen besucht und an Business-Plan-Workshops teilgenommen. Bei der Suche nach Geschäftspartnern aber wurde das EEN jetzt zum unverzichtbaren Unterstützer: „Wenn ich in einem Unternehmen anrufe und frage, ob sie für uns nach Vorgaben etwas abseits der Großhandelsnormen produzieren können, höre ich in der Regel von sehr beschäftigten Produktionsleitern ein Nein. Aber wenn ich über das Kooperationsprofil, das man beim EEN anlegen kann, vorgehe, erreiche ich Ansprechpartner, die ein offenes Ohr für uns haben, die selber auf der Suche nach Innovationen und neuen Geschäftsideen sind, man hört mir zu.“ Schon 25 Unternehmen haben sich auf das Flixhouse-Kooperationsprofil beim EEN gemeldet.

EEN: Community von innovativen Unternehmen

Jetzt, im Sommer 2020, steht man kurz vor dem Start des Verkaufs. Ein Konfigurations-Online-Shop, in dem der Kunde zum eigenen Architekten wird, wird aufgebaut, mit einer Crowdfunding-Kampagne wird man die ersten kleinen, nachhaltigen und flexiblen Module europaweit an verschiedenen Orten bauen, so dass man eine Flixhouse-Lösung dann endlich besichtigen kann. Der Druck auf die Immobilienpreise und der Trend zum nachhaltigen Bauen spielen dem Anbieter in die Karten. Für die weiteren Schritte in Deutschland und Europa wird das Enterprise Europe Network als die stärkste europaweite Community von Unternehmen, die international denken und ihr Geschäft auf nicht ausgetretenen Wegen entwickeln wollen, weiter zur Seite stehen.

