

Thema **Next Generation****ALLE ARTIKEL**

GRÜNDERSZENE

Der Zauberwürfel für den Restauranttisch



Glauben an ihr Produkt: Die Gründer Igor Suslov (links) und Daniel Pasternak.

Samstag, 12. Mai 2018 / von Bernhard Brügger

München. Die Kerze auf dem Restauranttisch war gestern. Ein digitales Pendant in Würfelform haben die Gründer Igor Suslov und Daniel Pasternak entworfen. Der Ordercube kann aber deutlich mehr als gemütliches Ambiente liefern. Er erleichtert dem Gast die Bestellung und dem Servicepersonal die Arbeit. Auf Basis von Bluetooth LE verfügt das System über eine Schnittstelle zu allen gängigen mobilen Endgeräten.

Wenn ein Gast eine Bestellung aufgeben möchte, betätigt er den Touch-Sensor vom Ordercube, der daraufhin seine Farbe verändert. Mit Hilfe der frei definierbaren Farbverläufe erkennt das Servicepersonal nicht nur, welcher Gast bestellen möchte. Es wird auch signalisiert, wer am längsten wartet. Die Ordercube-App ermöglicht es, dass Farbwechsel und Zeitintervalle individuell einstellbar sind. Sie liefert dem Gastronomen darüber hinaus Statistiken, um den Betrieb weiter zu optimieren.

Eine zündende Erfahrung

Die Idee zum Ordercube kam Igor Suslov und Daniel Pasternak an einem Freitagabend in einem gut gefüllten und zugleich sehr unübersichtlichen Restaurant. „Wir haben vergeblich 30 Minuten auf den Kellner gewartet und sind dann gegangen“, erinnert sich Igor Suslov, der vor der Gründung mit Daniel Pasternak eine digitale Werbeagentur leitete. Angetrieben von dieser Erfahrung beschäftigten sich die beiden 27-Jährigen mit dem Problem, für das sie unbedingt eine Lösung finden wollten.

Und so kreierten sie einen akkubetriebenen Acrylglas-Würfel mit Leuchtvorrichtung, der gleichzeitig als Kerzenersatz dient. Der Ordercube ist laut Igor Suslov ein Gerät, das somit keinen zusätzlichen Platz auf einem Restauranttisch einnimmt. „Unser System ist diebstahlgeschützt, bietet einen Helligkeitssensor für verschiedene Tageszeiten und viele weitere Features“, so Igor Suslov. Ferner sei Ordercube das einzige Rufsystem mit einer Schnittstelle auf Bluetooth-LE-Basis zu Tablet und Smartphone. Die größte Herausforderung sei es gewesen, ein robustes, flexibles und schnelles Bluetooth-Mesh-Netzwerk für die Kommunikation der Cubes untereinander sowie mit der App dazustellen. „Dies haben wir dank der richtigen Ansprechpartner in den Griff bekommen – als eines der ersten Unternehmen weltweit.“

Seit dem Produkt-Launch vor anderthalb Jahren wurde der „Zauberwürfel“ kontinuierlich verbessert. Als Basis hierfür dienten Erkenntnisse einer ausführlichen Marktrecherche sowie Umfragewerte bei Tests. „Es ist immer eine Herausforderung, etwas aufzubauen, während es bereits läuft.“ So meisterten die Gründer auch den Spagat, sämtliche Prozesse in den Griff zu bekommen und dabei das operative Geschäft weiter zu vergrößern.

Testphase nicht unterschätzen

Rückblickend würden sich Igor Suslov und Daniel Pasternak bei der Entwicklung mehr Zeit lassen: „Auch wenn es drückt oder brennt und es alle kaum erwarten können.“ Suslov weiß: „Es lohnt sich immer, lieber noch einmal ausgiebig zu testen und zu prüfen.“ Wenn das Produkt sich erst einmal beim Kunden befindet, sei es wesentlich umständlicher und teurer, mögliche Probleme zu beheben.

Positive Impulse gab es in puncto Finanzierung: „Ordercube ist das erste B2B-Produkt weltweit, das erfolgreich durch Crowdfunding auf Kickstarter finanziert wurde“, so Igor Suslov. Es habe dadurch eine kleine Anschubfinanzierung gegeben, die sich auch in der Moral auswirke. Daraufhin gab es weitere Unterstützung von Freunden der Familien, Zulieferern und durch das Metro Accelerator Programm. Gerade sind die beiden Gründer dabei, ihre Seed-Finanzierung, so nennt man frühe Investitionen in ein Start-up, einzuholen.

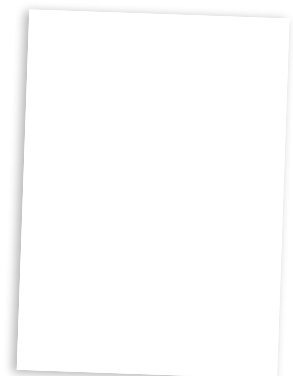
Richtig loslegen wollen die beiden Gründer Mitte des Jahres. Für das Erreichen der rund 50 Restaurants, die Ordercube bislang nutzen, seien kaum Marketing-Aktivitäten erforderlich gewesen. Das soll sich ändern: „In diesem und im nächsten Jahr konzentrieren wir uns auf den deutschsprachigen Raum. Zum Ende nächsten Jahres wollen wir europaweit expandieren“, so Suslov.

Sein Tipp für junge Gründer: „Immer fest an die Idee glauben und am besten noch eine große Vision dahinter haben.“ So ließen sich Rückschläge leichter verkraften. Zudem wirke jeder Fortschritt deutlich intensiver und beflügelnd. *Bernhard Brügger*

♥ **NEXT GENERATION**

meistgelesen

- 1 SCHADENSERSATZ**
Coronakrise: Anwälte wollen erste Mahnschreiben verschicken
- 2 a+ POSITIONIERUNG**
Mit Leisure aus der Krise
- 3 a+ CORONAVIRUS**



Wenn sich Mitarbeiter
im Betrieb anstecken

4 HOTELMARKT
Millionenprojekt in
Reit im Winkl geplant

**5 WEGEN CORONA-
FALLZAHLEN** Bayern
- drastische
Bußgelderhöhung
sorgt für Kritik

**AUSGABE 30 /
2020**

Frank
Marrenbach
über
seinen
Einstieg
bei Althoff

**AUS DEM
INHALT**

100-Tage-Bilanz:

Frank Marrenbach
über seinen
Einstieg bei Althoff

Fairmas-Zahlen:

So kämpfen C-
Destinationen in der
Krise

Gastro-Konzept:

Seafood beim Crazy
Kraken

[Mehr...](#)

4-WOCHEN KOSTENLOS

ZUM E-PAPER