

Denn er weiß nicht, was er da tut

GRÜNDER Boris Kolev ist 22, Bulgare, kreativer Kopf und Chaot. Eliteunis in den USA wollen ihn, doch er bleibt in Sofia. Seine Mission: Sein Heimatland soll glücklicher werden

[Text: Nicole Basel Fotos: Jordan Simenow]



DIE SERIE

Deutschland zählt deutlich weniger Startups als viele andere Länder. Ein Nachteil, denn erfolgreiche Gründer beleben die gesamte Volkswirtschaft. Sie bringen neue Ideen, schaffen Jobs und inspirieren andere, es ihnen gleichzutun. impulse stellt in der Serie „Young Entrepreneurs“ junge Unternehmer aus aller Welt vor, die Märkte und Branchen aufmischen.

So richtig kann Boris Kolev bis heute nicht erklären, warum seine ersten beiden Mitarbeiterinnen nach drei Monaten völlig entnervt kündigten. „Die wollten dauernd wissen, was sie machen sollen“, erzählt er. „Aber das wusste ich ja selber nicht. Vielleicht war das das Problem.“

Boris Kolev, 22 Jahre alt und aus Sofia, klingt manchmal, als verzweifelte er an sich selbst. Dabei ist er ein erfolgreicher Mann: Der Bulgare hat mehrere Startups gegründet und reihenweise Preise einkassiert. Sogar die größte Fußball-Amateurliga des Landes geht auf seine Initiative zurück. Wer Kolev kennenlernt, der findet vor allem beeindruckend: Er hat all das erreicht, obwohl er so schusselig ist, dass er seine Mitmenschen und sich selbst damit in den Wahnsinn treibt. Seine Mitarbeiter verlieren regelmäßig die Fassung, weil ihr Chef Dokumente verbaselt, Unterschriften versäumt, Fristen verpasst. Manchmal vergisst er sogar, wie viele Firmen er eigentlich gegründet hat oder wie viele Leute bei ihm arbeiten. Ihn selbst macht verrückt, jedes Jahr Strafe bezahlen zu müssen, weil er bei der Steuererklärung ein wichtiges Papier nicht finden konnte. „Ich bin eine Katastrophe“, sagt er selbst. Er meint das nicht lustig.

Boris Kolev sitzt in seinem schwarzen BMW, der linke Kotflügel ist zerbeult. Glatteis, mal

wieder nicht aufgepasst. Er fährt durch den katastrophalen Verkehr seiner Stadt, die im Nebel liegt, umkurvt Passanten. „Die Leute sind nicht glücklich“, sagt er. „Schauen Sie, niemand lächelt.“ Das wolle er ändern.

Sein Ziel klingt groß für einen jungen Mann. Kolev hätte längst gehen können, einige Top-universitäten in den Vereinigten Staaten, erzählt er, haben ihm Studienplätze angeboten. Doch er entschied sich dafür zu bleiben, will seinem Land, einem der ärmsten in Europa, helfen. „Die Leute, die im Kommunismus aufwuchsen, glauben, dass es auf sie nicht ankommt.“ Junge Leute wie er selbst aber wüssten, dass es ganz allein auf sie ankomme. „Nur auf uns!“, sagt er noch einmal. Und erzählt, wie er, der Master of Disaster, zu einem Hoffnungsträger Bulgariens wurde.

Ein Schülerprojekt wird zur ersten Firma

Seine Geschichte beginnt 2003 mit einer zerbrochenen CD. Boris ist 15 Jahre alt, schwächling, milchgesichtig, blass. Seine „Firma“ braucht ein neues Geschäftsmodell. Seine Firma, das ist eine Schüler-AG, zehn Jungs und Mädchen, das „Junior Team“. Boris ist der Manager.

Bisher haben die Jugendlichen Geld eingenommen, indem sie selbst gemachte Schals und Keramikvasen ihrer Mitschüler verkauften, die auf den künstlerischen Zweig ihrer



Schule gehen. Doch nun wollen sie eine professionellere Firma starten, brauchen nur noch eine gute Idee. Die kommt, als im Gruppenarbeitsraum der Nationalen Gesamtschule Sofia eine CD zerbricht.

„Wir steckten die CD in den Computer und merkten, dass sie noch funktionierte“, erzählt Boris. Sie brechen weitere Stücke ab, die CD läuft noch immer. Am Ende des Tages steht eine Geschäftsidee, für die das „Junior Team“ zum besten Schülerunternehmen des Landes gewählt und europaweit ausgezeichnet wird: CDs in der Größe einer Visitenkarte. So können Geschäftsleute nicht nur ihre Kontakt-

daten weitergeben, sondern auch eine Präsentation ihrer Firma.

Die Schüler-AG kontaktiert einen lokalen CD-Produzenten, der die viereckigen Mini-CDs für sie herstellt. Dann programmieren sie die Inhalte, Lokalpolitiker wollen die Visitenkarte haben, die Schule bekommt welche und natürlich das „Junior Team“ selbst. „Heute gibt es die Mini-CDs überall“, sagt Boris. „Hätten wir mehr Ahnung vom Geschäft gehabt, hätten wir wohl viel Geld machen können.“ Aber er trauere nichts hinterher.

Durch die Schülerwettbewerbe kommt er ins Ausland, knüpft Kontakte zu anderen jun- >

Auf gutem Weg
Der Bulgare Boris Kolev verdient Geld mit Ideen, schätzt das Chaos in Sofia und will seine Landsleute dazu bringen, so viel zu lächeln wie andere Europäer



Netter Chaot
Boris Kolev hat schon in der Schule gelernt: Ohne jemanden, der weiß, wie es geht, geht es viel besser

gen Europäern. Dabei fällt ihm auf: Die Leute schauen nicht so traurig wie die bei ihm zu Hause. Er beschließt, in Bulgarien muss sich etwas ändern.

Kolev quetscht seinen BMW durch die verstopften Straßen Sofias, die Leute parken ganz selbstverständlich in der dritten Reihe. „Man legt seine Nummer ins Auto. Dann kann der Zugeparkte anrufen“, sagt er. Das möge er wiederum an Bulgarien: „Regeln werden einfach nicht so ernst genommen.“ Nein, Regeln seien nicht sein Ding. „Ich glaube, dass man auf viele Weisen Erfolg haben kann.“ Bei der Schüler-AG, da sei der Erfolg erst gekommen, als es kein Geld mehr gab, um den betreuenden Lehrer zu bezahlen. Ohne jemanden, der wusste, wie es ging, ging es dann viel besser.

Kein Mitarbeiter ist älter als 30

Kolev steigt die Treppe zum Büro hoch. Als er die Tür aufschließt, fliegen Luftballons umher, eine Kollegin hatte Geburtstag, der älteste Mitarbeiter ist 30. Doch das Geschäft ist längst kein Spiel mehr. Mit 18 hat Boris Kolev die Schülerfirma registrieren lassen, aus dem „Junior Team“ wurde JT International.

JT International bietet heute Marketingdienstleistungen an. Ersten Erfolg hatte der Gründer mit Bluetooth-Servern. „Wir stellen die in Kaufhäusern auf, auf Messen, auf Kon-

zerten.“ Bei einem Konzert etwa könnte ein Video des Künstlers auf dem Server hinterlegt werden, die Besucher laden es sich auf ihr Handy. „Das Gute daran ist, dass die Leute diese Werbung wirklich haben wollen.“

Die Firma betreut auch Facebook-Seiten von Unternehmen, organisiert virale Marketingkampagnen, hat ein landesweites Netzwerk von jungen Leuten, das sie für Werbekampagnen einsetzt. Das alles hat Kolev ohne Kapital aufgebaut. Jedes Mal, wenn ein neues Projekt startet, verfährt er nach demselben Muster: Er sucht Studenten, die bei ihm ein Praktikum machen. „Ich habe die Gabe, die Leute so zu motivieren, dass sie anfangs umsonst arbeiten.“ Wenn das Geschäft läuft, stellt er sie fest ein. Dieses Jahr soll der Umsatz die Millionen-grenze knacken.

Weniger Tagesgeschäft, mehr Netzwerk

JT International ist heute eine Unternehmensgruppe, auch wenn das nie geplant war. Die Wirtschaftskrise traf auch den Bulgaren hart, er musste damals Kredite aufnehmen, sogar sein Auto verkaufen, konnte seine Leute nicht mehr bezahlen. „Da habe ich mich entschlossen, ihnen unsere Ideen zu geben.“ Er lagert einzelne Projekte in Tochterunternehmen aus, beteiligt seine Angestellten daran. „Die Leute waren danach total motiviert, nur deswegen sind wir so schnell gewachsen“, sagt er. Und er kann sich aus dem Tagesgeschäft etwas zurückziehen, sich um sein eigentliches Ziel kümmern: sein Land glücklicher zu machen.

Ich habe die Gabe, die Leute so zu motivieren, dass sie anfangs umsonst arbeiten

Boris Kolev Geschäftsführer JT International

Dafür hat Kolev ein Netzwerk gegründet. Er will Unternehmen dabei helfen, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Sein erstes eigenes Sozialprojekt initiierte er schon als Teenager: eine Fußballliga. Mit Freunden

startete er damals eine Website, auf der sich Amateurtteams anmelden können, gründete ein Schiedsrichterteam, sammelte Geld, um Plätze und einen Rettungswagen zu mieten.

Die Spielergebnisse kommen auf eine Website, ebenso eine Datenbank mit den Spielern, Statistiken über geschossene Tore und gespielte Minuten. „Ich weiß auch nicht genau, was passiert ist“, sagt Boris, wieder leicht verwirrt. „Aber heute ist es die größte Amateurliga Bulgariens.“

Die Zeitungen schreiben über die Spiele, die Spieler bringen Frauen und Kinder mit, es gibt Würstchen und Bier. Die Leute lachen. Und Boris ist glücklich. ■