

## DAS STUDENTENUNTERNEHMERHEPAAR

JANINE UND RENÉ DÖRNENBURG SIND MULTIFUNKTIONSPARTNER. RUND UM DIE UHR SIND SIE ZUSAMMEN, IN DER UNI, IN IHRER AGENTUR, ZU HAUSE. TAG FÜR TAG, JAHR FÜR JAHR, EIN LEBEN LANG. WIE HALTEN SIE DAS AUS? KOMISCHE FRAGE, FINDEN SIE: GENAU DAVON HABEN SIE IMMER GETRÄUMT.

TEXT: MARTINA WIMMER FOTO: TOM LINGNAU

»...36 Quadratmeter Deutschland sind die Freiheit von Janine und René Dörnenburg. Ein kleiner Büroraum in einem wenig spektakulären Zweckbau im Düsseldorfer Stadtteil Zoo, 15 Minuten vom Zentrum entfernt. Ein Schreibtisch, ein Rechner, eine große Liebe – daraus besteht die Agentur Dörnenburg Consult. Arbeitet Janine Dörnenburg, 26, am Rechner, muß Ehemann René, 28, im Stehen denken, aber das fällt ihm aufrecht ohnehin leichter, versichert er. Außerdem ist alles besser, als zuviel in der Uni zu sitzen. Zumindest seit Oktober 1996, seit zwei Studenten der Ökonomie an der Universität Wuppertal, Janine und René Dörnenburg, ihre eigene Firma gründeten, eine Agentur für Marketing und Kooperationswerbung. Seither sind sie dreierlei: Jungunternehmer, Studenten und Ehepartner.

## **IHR GEMEINSAMES CODEWORT WAR „FRIEDRICH ENGELS“. SEITHER SIND SIE UNZERTRENNLICH**

Das mit den beiden war eine klare Sache von Anfang an, und wären wir nicht hier, um das Geschäftliche auszuloten, könnte man schwärmerisch von Liebe auf den ersten Blick reden. Bei der Immatrikulation im Wintersemester 1992 am betriebswirtschaftlichen Institut in Wuppertal haben sie sich kennengelernt. Wie bei einem lustigen Party-Spiel wurden 600 Erstsemester in Einführungsgruppen eingeteilt: Unter berühmten Namen sollten sie sich zusammenfinden. Der Codename für Janine Liebig und René Dörnenburg war Friedrich Engels. Ihrem Unternehmergeist hat der Geist des Barmener Unternehmersohns keinen Abbruch getan, aber natürlich war das Geschäft damals noch kein Thema. Am Anfang war die Liebe, und auch die war, fast symptomatisch für die beiden, sehr zielorientiert.

Nach der gemeinsamen Einführungswoche wollten sie sich schon nicht mehr trennen, sich das aber auch noch nicht eingestehen. Aus der obligatorischen Anfangsveranstaltung wurde eine freiwillige Lerngruppe, die Kommilitonen verloren mit der Zeit den Arbeitseifer, die Mannschaft wurde zusehends kleiner, und schließlich blieben nur noch zwei übrig: Janine und René Dörnenburg. Die Mitstudenten sagten ihnen schon in diesen ersten Semesterwochen voraus: „Ihr heiratet sowieso mal.“ Etwas anderes hingegen hielten sie für unwahrscheinlich: „Daß wir ein Liebespaar und ein erfolgreiches Studien-Team sein können, das hat keiner geglaubt“, erzählt Janine Dörnenburg fröhlich.

Die Zweisamkeit im Universitätsbetrieb pflegen die beiden jedoch bis zur letzten Konsequenz. Sie besuchen dieselben Veranstaltungen, schreiben dieselben Klausuren zur gleichen Zeit, sie bestehen dieselben Prüfungen und fallen gemeinsam durch. Sogar ihre Zensuren sind fast identisch.

„Die maximale Differenz der Noten in unserem bisherigen Studium war 3,7 zu 4“, lacht Janine Dörnenburg. Das Privatleben entwickelt sich gleichfalls harmonisch und wohlortiert. Zwei Jahre nach ihrer ersten Begegnung sind Janine und René Dörnenburg verlobt, ein weiteres Jahr später verheiratet.

In den Flitterwochen fahren sie mit dem Auto nach Italien und beschließen, einfach so lange zu bleiben, bis die Reisekasse leer ist. „Das war großartig, immer überlegen zu müssen, ob man sich noch eine Nacht im Hotel leisten kann. Irgendwann waren wir in Österreich, und auf der Kreditkarte waren gerade noch 200 Mark.“ Die gemeinsame Zukunft bekommt in diesen Wochen einen Plan, und die Ferien-Finanzpolitik ist wie ein Übungsprogramm für den nächsten großen Schritt. „Damals haben wir zum ersten Mal

ernsthaft darüber nachgedacht, uns selbständig zu machen. Wir hatten schon so oft darüber geredet, warum es so wenig Angebote für kleine mittelständische Unternehmer gibt, in Bereichen wie Marketing, Kooperation und Dienstleistungsoptimierung, und irgendwann waren wir soweit zu sagen: Wenn andere das nicht machen, dann machen wir das halt.“

Nach den Flitterwochen wird der Plan schnell Realität, die Dörnenburgs kaufen sich einen neuen Computer. Der steht fortan auf einem Schreibtisch im Schlafzimmer ihrer gemeinsamen 70 Quadratmeter großen Zwei-Zimmer-Wohnung. „Wir wollten das Wohnzimmer arbeitsfrei halten, damit man dort auch anständig Feierabend machen kann.“ Vom Schlafzimmer aus akquiriert die Agentur Dörnenburg Consult ihren ersten Kunden: ein Malermeister, der die Wohnung von Janine Dörnenburgs Eltern gestrichen hatte, läßt sich von den Wirtschaftsstudenten ein Marketing-Konzept erstellen. Der Maler bekommt durch ihr Zutun ein paar Aufträge mehr und empfiehlt sie weiter. Gleichzeitig baggern Janine und René Dörnenburg überall in ihrem Umfeld potentielle Kunden an. Sogar in ihrem Tanzclub.

Die Anlaufphase finanzieren sie, wie auch schon ihre ersten vier Studienjahre mit Nebenjobs in der Industrie. Bei großen Unternehmen wie NEC Electronics oder Hewlett Packard haben sie Erfahrungen gesammelt, die, so René Dörnenburg, um so mehr die Überzeugung in ihnen reifen ließen: „In eine solche Mühle wollten wir nicht. Wir wollten uns nicht mehr auf andere verlassen, sondern Eigenverantwortung tragen. Ich hatte durch die Jobs genug Gelegenheit zu erleben, wie Unternehmen mit Leistungsträgern umgehen, die ab und an mal gegen den Strom schwimmen. Deswegen war mir irgendwann klar, daß eine Industriekarriere kein Weg für mich ist.“

Die frisch verheirateten Studenten, die als Selbständige den Alleingang versuchen, wurden von ihren damaligen Arbeitgebern und Kollegen eher belächelt: „Die hielten uns für Träumer.“ Auch bei ihren Kommilitonen stießen sie auf massive Verständnislosigkeit. „Die meinten alle, wir sollten doch erst mal unser Studium beenden.“

## **SEIT DER FIRMENGRÜNDUNG VOR DREI JAHREN IST UNIVERSITÄT EIN REIZWORT IM HAUSE DÖRNNENBURG**

Das Unternehmerehepaar Dörnenburg dagegen sah das Doppelleben als Chance und gleichzeitig als Sicherheit: „Wenn wir nach einem halben Jahr gemerkt hätten, das klappt nicht, hätten wir immer noch die Segel streichen, weiter studieren und in die Industrie gehen können“, sagt René Dörnenburg. Und seine Frau fügt hinzu: „Es ist doch einfacher, sich selbständig zu machen, wenn man noch im Aufbau ist. Wir beide kriegen uns immer irgendwie durch. Im Studium ist man noch nicht gebunden, hat noch nicht so hohe Ansprüche. Einen Versuch ist es immer wert.“ Die eigene Firma am Schlafzimmerschreibtisch, der Job und das Studium, diese Dreifachbelastung war für die Dörnenburgs im Rückblick die größte Anfangsschwierigkeit ihrer jungen Existenzgründung. Vor allem, weil nicht nur die Kommilitonen, sondern auch der Lehrkörper der Universität ihrem Unternehmergeist mit Skepsis oder völliger Ignoranz begegnete.

Seit der Firmengründung 1996 ist „Universität“ ein Reizwort im Hause Dörnenburg. Im Sommersemester dieses Jahres wollen Janine und René ihr Studium abschließen, ihr erfolgreicher Start in die Praxis der Geschäftswelt ist im Theoriegefüge der

Akademiker allerdings kein Thema. „Alle Professoren und Dozenten wissen, was wir machen. Aber es hat uns noch keiner gefragt, ob wir unsere Erfahrungen mal einbringen wollen.“

Lieber achtet das Uni-Personal auf akkurate Einhaltung der studentischen Anwesenheitspflicht. Und weil die Dörnenburgs ihre Geschäftstermine nicht immer nach dem Stundenplan der Lehrveranstaltungen richten können, gereicht ihnen die unternehmerische Tätigkeit im Studium eher zum Nachteil. „Wer mehr als dreimal fehlt, dem wird der Schein verweigert. Dann darf man die komplette Veranstaltung im nächsten Semester wiederholen und hinkt im persönlichen Studienplan gleich wieder ein halbes Jahr hinterher.“

Nach drei Jahren als Selbständige und Studenten sind die Dörnenburgs mehr als überzeugt davon, daß „man an der Uni bestimmt nicht zum Unternehmer ausgebildet wird, eher das Gegenteil“. Das scheitert nach Meinung von René Dörnenburg schon am Wesen des „Unternehmens“ Universität. „Man kann doch den Studenten keine Dienstleistungstheorien beibringen wollen und gleichzeitig eine Institution mit einer Struktur unterhalten, wo gar nichts läuft. Wo man von Dienstleistung noch Jahrhunderte entfernt ist. Wo Professoren einmal in der Woche eine Stunde Sprechzeit anbieten und zu der auch noch regelmäßig zu spät kommen. Wo seit Jahrzehnten verstaubtes Bücherwissen aus dem Industriezeitalter gelehrt wird. Was hilft es mir denn in der heutigen Wirtschaft, zu wissen, was der Gutenberg im 19. Jahrhundert gemacht hat?“ Erich Gutenberg veröffentlichte seine „Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre“ zwar nicht vor 100, sondern erst vor 47 Jahren – aber die Dörnenburgs wollen ja auch keine Professoren werden, sondern erfolgreiche Unternehmer sein.

#### **ALLEINE GUT, ZUSAMMEN BESSER, SAGEN DIE DÖRNEBURGS. WAS FÜR SIE GILT, VERKAUFEN SIE AUCH IHREN KUNDEN**

Widerstand, so mußte René Dörnenburg erfahren, ist an der Uni meistens zwecklos. Als sie im letzten Semester eine Lehrveranstaltung besuchten, die sich unter anderem mit Beeinflussungsformen an Schulen beschäftigte, schlug Dörnenburg vor, das Vordringen der Industrie in pädagogische Einrichtungen zu untersuchen. Doch so viel eigenständiger und obendrein zeitgemäßer Forschungsdrang war wenig erwünscht. „Wir mußten zwei Monate dafür kämpfen, dieses Thema bearbeiten zu dürfen. Das kann doch einfach nicht wahr sein.“ Als sie den hart erstrittenen Vortrag schließlich vor versammelter Studentenschaft referierten, beklagten sich die Kommilitonen über das Fehlen einer soliden empirischen Basis der Erkenntnisse. „Daß es über eine relativ neue Entwicklung noch keine verlässlichen empirischen Daten geben kann, so weit denken die schon gar nicht mehr in ihren theorieverseuchten Köpfen.“

René Dörnenburg kann sich leicht in Rage reden, wenn er anfängt von seinen büchertreuen Studienkollegen zu erzählen. Er selbst hat zunächst eine Ausbildung als Industriemechaniker absolviert und sich die Hochschulreife in Abendkursen erarbeitet. „Ich habe auf Baustellen geackert, und jetzt sehe ich diese fürchterlichen Theoretiker an der Uni. Ich fühle mich da eher zu den Bauarbeitern hingezogen, die stellen wenigstens was auf die Beine. Die anderen labern nur den ganzen Tag.“

Wenn René Dörnenburg solche Sätze spricht, blickt er stolz in seinem Büro umher, streichelt mit den Augen jedes Möbelstück und jede Blumenvase im ersten Firmensitz der Agentur Dörnen-

burg Consult und bleibt schließlich voll aufrichtiger Anerkennung an seiner Frau hängen.

Der gemeinsame Arbeitsplatz des Ehepaars ist mittlerweile aus dem heimischen Schlafzimmer in ein modernes Bürohaus gewandert, wo verschiedene Dienstleister aus den Bereichen Werbung, Marketing und Multimedia sich Empfangsdame, Putzfrau, Kaffeeküche und Konferenztisch teilen und bisweilen auch eine lockere Form der projektbezogenen Zusammenarbeit praktizieren. Die Dörnenburgs haben den Kooperationsgedanken auch intern zur Betriebsphilosophie erhoben.

„Alleine gut, zusammen besser“ ist der Kernsatz ihrer Selbstdarstellung, mit der sie um neue Kunden werben. Ihre Firma funktioniert als partnerschaftliche Symbiose, auch Kundentermine absolvieren sie immer zu zweit, und wer damit nicht klarkommt, „muß sich jemand anders suchen“.

Die Paarverbindung Dörnenburg funktioniert 24 Stunden am Tag, im Büro und zu Hause. „Mein Mann ist mein Multifunktionspartner, er ist mein liebster Kollege, der ideale Ehemann und mein bester Freund. Wir brauchen keine Freiheiten in dieser Beziehung. Der größte Freiraum sind wir und das Leben, das wir uns geschaffen haben.“

Die Harmoniepflege scheint zu überzeugen, auch nach außen. Es ist die Spezialität des Hauses Dörnenburg geworden, Synergien zu schaffen. Der Malermeister als Erstkunde beispielsweise war der Anfang des „Handwerkszirkels Dortmund e. V.“, initiiert und am Leben gehalten von der Agentur Dörnenburg Consult. Neun Handwerksbetriebe rund um den Bau vermarkten sich als Leistungs-Pool, schalten gemeinsam Anzeigen, empfehlen sich gegenseitig weiter und profitieren alle sehr zufrieden von dieser einfachen Idee. Die Dörnenburgs liefern Konzepte und kümmern sich um die Realisierung der gemeinsamen Aktivitäten, und um die Kommunikation lebendig zu halten, fährt man schon mal gemeinsam mit allen ins sonnige Ibiza, „um sich besser kennenzulernen“.

Im kleinen Düsseldorfer Büro der Dörnenburgs ist die ganze Schublade voll mit derartigen Konzepten. Sie organisieren den Einzelhandel eines Düsseldorfer Stadtteils als Marketing-Kooperative, versuchen in deutschen Landen kleine, feine Hotels zu einer werbenden Gemeinschaft mit einem von Dörnenburgs verliehenen Gütesiegel zusammenzuschmieden.

#### **„DAS HIER IST UNSER LEBEN. WENN WIR UNS TRENNEN, WÄRE ALLES VORBEI.“**

Mittelständische Kunden wollen sie ansprechen, „die sich noch nie Gedanken über das Auftreten ihrer Firma nach außen gemacht haben“. Die Nachfrage ist rege, seit vergangenem Herbst beschäftigen die Dörnenburgs stolz ihren ersten Mitarbeiter. Im 36-Quadratmeter-Büro hat er noch einen Sitzplatz ergattert. In näherer Zukunft wollen die Dörnenburgs weiter expandieren: „Irgendwann nehmen wir wohl einen zweiten Raum dazu.“ Das Endziel der geschäftstüchtigen Ehe liegt noch etwas weiter entfernt. Die Dörnenburgs träumen von einem Haus auf Sylt und einer Firma, die auch ohne sie läuft. Und sie glauben daran, daß sie auch das nur und ausschließlich gemeinsam erreichen werden. Das Konzept kennt keine Alternative: „Das hier ist unser Leben. Wenn wir uns trennen, wäre alles vorbei. Damit setzen wir uns aber nicht auseinander, weil es einfach nicht passieren wird.“ <<