

Grübel ist angetreten, um das zu ändern. Der 43-Jährige versucht mit seinem Dortmunder Start-up Myster.de - ein Wortspiel aus My und Meister - einen neuen Weg, um Handwerker und Kunden zusammenzubringen.

Im Gegensatz zu Konkurrenten wie MyHammer ist Grübel kein Vermittler, der nur Angebot und Nachfrage zusammenführt und dafür eine Provision kassiert. Wer mit Myster seine Wohnung renovieren will, schließt mit den Dortmundern direkt einen Vertrag. So fallen Verhandlungen mit Handwerkern, lästiges Warten, in-

500 von ihnen hat Grübel mit einer weite bundesweit unter Vertrag. Und es sollen noch deutlich mehr werden. Sie führen für ihn alle Handwerksarbeiten aus. Alles andere vom Marketing bis zur Abrechnung übernimmt im Gegenzug Myster.

Für die Handwerker rechnet sich das, verspricht Grübel. „Sie sparen sich die unliebsame Büroarbeit und das Marketing. Dadurch können sie mehr Aufträge entgegennehmen und sich auf das konzentrieren, was sie am besten können: Handwerken.“

Das sieht auch Tim Schmidt, Pro-

novierungs-Services anbieten, setzen allerdings vorwiegend auf eigene Handwerkskräfte. Als Hauptkonkurrent sieht Myster deshalb oft den „billigen Semiprofi“, der mit dem Auftraggeber ohne Rechnung abrechnet.

Um die Effizienz seiner Vermittlungsleistung noch weiter zu steigern, setzt Grübel auf Künstliche Intelligenz. „Mit jedem Auftrag lernen unsere Algorithmen hinzu, wie viel Zeit Arbeitsgänge benötigen, wo häufig Fehler entstehen, was die Kunden wünschen. Wir werden immer effizienter“, sagt er. Den Einsatz der

der Testphase mit der Myster von der probt Grübel in Dortmund und Hamburg ein stationäres Ladenkonzept. Kunden können dort vor Ort Produkte testen, sich beraten lassen und Renovierungen planen.

Über eine Virtual-Reality-Brille macht das Start-up die neuen Bodenbeläge, Tapeten und Wandfarben vorab erlebbar. Wer den Grundriss der eigenen Wohnung vorher an das Unternehmen schickt, kann sogar schon einmal virtuell vorab durch seine renovierte Wohnung laufen.

Christian Tribowski

Thomas Huber

Nicht zu alt für ein Start-up

Mystery Bag näht Teile historischer Briefe in seine Luxushandtaschen - und will sie bald auch über Vermögensberater verkaufen.

Vor einer Woche hatte Thomas Huber ein sehr befriedigendes Schlüsselerlebnis. Bei einer Versteigerung von Schmuck, Mode und Luxusaccessoires des Stuttgarter Auktionshauses Eppli wechselte eine seiner edlen „Mystery Bags“ mit dem Markennamen „Sekrè“ für 7000 Euro den Besitzer. Sie war erst im Mai auf den Markt gekommen - damals für 2450 Euro.

Damenhandtaschen, die sich zum wertstabilen Anlageobjekt entwickeln - gemessen am Stuttgarter Erfolg könnte Hubers Konzept aufgehen. Luxuriöse Taschen haben auch Dior, Gucci oder Hermès im Angebot. Doch Thomas Huber, Chef der erst vor gut

einem Jahr gegründeten Gesellschaft Mystery Bag International mit ihrer Luxusmarke Sekrè, hat noch ein Alleinstellungsmerkmal draufgesattelt: Jede Tasche veredelt ein in Acrylglas eingearbeitetes drei mal einen Zentimeter großes Stück eines historischen Briefs, den er mithilfe von renommierten Experten aufkauft.

Im Fall des Stuttgarter Exemplars war es das Fragment des handgeschriebenen Briefs, den Queen Victoria am 26. November 1855 an Henry Lord Hardinge adressierte, den britischen Feldmarschall im Krimkrieg. Absender: Windsor Castle.

Sein Start-up hat der 59-Jährige erst vor gut einem Jahr gegründet. Im Mai nun kamen die ersten drei Editionen auf den Markt, darunter in einer Auflage von 33 Stück „Viva Victoria No. 1“ mit jenem Brief der britischen Königin. Nach Unternehmensangaben war sie nach wenigen Tagen ausverkauft. Im Businessplan stehen bis

April 2020 13 weitere Editionen mit Artefakten von Schauspielerin Marlene Dietrich, den Schriftstellern Alexandre Dumas und Charles Dickens oder des Fürsten von Metternich.

Die zunächst teuersten Exemplare werden je knapp 4000 Euro kosten und schmücken sich mit Stücken eines Briefs von Casanova aus dem Jahr 1791. „140 000 Euro haben wir für ihn bezahlt“, rechtfertigt Thomas Huber, der Anfang der Neunzigerjahre als Geschäftsführer der heutigen Agentur Havas Worldwide den Sammler-Hype um die Swatch-Uhren mitsteuerte, den stolzen Preis.

Als „hochinteressant“ stuft Claudia Schulz den Ansatz von Mystery Bags ein. Die Mode- und Kommunikationsexpertin, die unter anderem die Öffentlichkeitsarbeit für den Bundesverband der Schuh- und Lederwarenindustrie leitet, nennt Hermès als herausragendes Beispiel dafür, wie Verknappung im Modebereich ein



Thomas Huber: 2018 gründete er das Start-up Mystery Bags.

Produkt werthaltiger macht. „Hermès stellt seine Taschen sehr selektiv her, das macht sie schon mal per se wertvoller“, sagt Schulz.

Derzeit beschäftigt Huber sechs eigene und 22 externe Mitarbeiter, die unter anderem in Deutschland die Taschen produzieren. Ende 2018 stieg Nordrhein-Westfalen über seine Förderbank als Gesellschafter ein, „das Land sieht eine hohe Wahrscheinlichkeit für eine gute Rendite“, sagt Huber. Beteiligt sind zudem eine deutsch-schweizerische Holding und eine Düsseldorfer Consultingfirma.

Derzeit bereitet das Start-up eine zweite Kapitalrunde vor. Dann soll auch ein eher ungewöhnlicher Vertriebsweg für die Taschen ausgebaut werden: Huber will sie über Vermögensberater an die Frau bringen. Mit zwei Unternehmen, unter anderem dem Finanzkontor NRW in Krefeld, wurden laut Huber bereits Vereinbarungen getroffen. Michael Raschke