

GRÜN Pressespiegel ■■■

Thema: IHK-Forum
 Medium: Aachener Zeitung
 Ausgabe: Nummer 92, Mittwoch, 21. April 2010

Datenschutz hat für die Grün AG höchste Priorität

Deshalb haben Adressenhändler bei dem **Aachener Software-Unternehmen** keine Chance. Forum von IHK und AZ bietet Einblicke in das Spendengeschäft.

VON BERTHOLD STRAUCH

Aachen. Einer der rund 120 Gäste zeigte sich besonders angetan von Oliver Grüns Vortrag. Er wollte den Geschäftsführer der Grün Software AG bei dem von AZ-Chefredakteur Bernd Mathieu moderierten 29. Forum von Industrie- und Handelskammer (IHK) und Aachener Zeitung (AZ) wohl ein wenig auf die rhetorische Probe stellen: Wenn man das so höre – von Millionen Adressen, mit denen das Aachener Unternehmen zu tun habe: „Kann man bei Ihnen Daten kaufen?“ Grüns Antwort, kurz und prägnant: „Nein!“ Die Firma unterliege „ganz besonderen datenschutzrechtlichen Auflagen“. Dahinter stecke ein „ausgeklügeltes Konzept“, über das der TÜV Nord akribisch wache. Würde sich die Grün AG nicht an diese strengen Regeln halten, „wären wir ganz schnell vom Markt verschwunden“, fügte der Chef und Alleinhaber an.

In der Tat: Die hochgesicher-

ten Großrechner und Server der Aktiengesellschaft im Keller des ehemaligen Amtsgerichtsgebäudes wären eine wahre Fundgrube für Datenjäger und kommerzielle Adressenhändler, könnte man diese einfach knacken. Zum Beispiel: Rund 700 000 Namen potenzieller Spender und Mitglieder verwaltet das Unternehmen für die Aktion „Menschen für Menschen“ des ehemaligen Schauspielers Karlheinz Böhm.

Und beim eher konservativ strukturierten Kolpingwerk speichert die Grün AG 276 000 Datensätze. „Ärzte für die Dritte Welt“, „Misereor“ in Aachen, das Deutsche Rote Kreuz, Fußball-Bundesligisten wie Eintracht Frankfurt und FSV Mainz und viele andere erstklassige Referenzpartner setzen auf das ausgeklügelte Know-how der Spezialisten aus der Kaiserstadt.

Und Oliver Grün ist zuversichtlich, weitere Kunden von seinem erfolgreichen Geschäftsmodell begeistern zu können. Denn wie er im Gespräch mit



Ausgeklügelte Konzepte: Grün-Geschäftsführer Oliver Grün (links) beim IHK-Forum im Gespräch mit AZ-Chefredakteur Bernd Mathieu. Foto: Andreas Herrmann

Online-Spendenquote kräftig steigern

In Deutschland werden erst etwa drei Prozent der Spenden online abgewickelt, während in den USA diese Quote schon bei zehn Prozent liegt.

Hierzulande erwartet Grün binnen drei Jahren eine Verdoppelung dieser Nutzerzahlen. Und immerhin rund 50 Prozent des deutschen Spendenaufkommens von insgesamt drei Milliarden Euro pro Jahr kommen von über 60-Jährigen.

Vom dem riesigen Gesamtvolumen

werden immerhin rund zehn Prozent mit Grün-Software verwaltet. Der Firmenchef ist übrigens stolz darauf, dass er in diesem von ihm gepflegten relativ kleinen Marktsegment einen Branchenriesen wie SAP inzwischen überholt habe.

Dazu hat auch manche Spendengala im Fernsehen ihren Teil beigetragen. Hier gilt es für die Grün AG, an einem Abend etwa 50000 bis 60000 Adressen von spendebereiten Anrufern zu erfassen und das zugesagte Geld exakt zu verbuchen.

Mathieu bekundete, baue er auf vielversprechende Kontakte zum Beispiel auch in die Region, etwa zu einem Aachener und Heinsberger Diskothekenbetreiber, der eine „Social-Media-Offensive“ plane; eine hochmoderne iPhone-Applikation ist das Ziel. Weiteres Wachstum wird also im Wortsinne programmiert. Bis 2015 will die Grün AG mit derzeit 60 Mitarbeitern um 30 Prozent expandieren. Dazu soll auch ein neues Geschäftssegment beitragen, hofft Oliver Grün: Spezialsoftware für Seminaranbieter, etwa an Hochschulen und bei Personalentwicklern.

Neben der hauseigenen Werbeagentur „giftGRÜN“ setzt der Unternehmer stark auf Internetlösungen. Für ihn ist „die Zeit

reif, um mit dem Internet Geld zu verdienen. Denn werbefinanziert allein reicht nicht.“ Das Web sei „im Leben angekommen, es ist Teil der Gesellschaft geworden“.

In Sachen Akquisition von Spendern haben Grün und seine Auftraggeber insbesondere die stark wachsende Gruppe der „Silver Surfer“ im Blick, die jetzt erst im Alter von etwa 60 Jahren die Vorzüge des Webs entdecken. Grün spricht allerdings lieber von „jung gebliebenen älteren Herrschaften“. „Wenn’s bei denen klappt, dann klappt’s überall“, fragte Moderator Mathieu seinen Gesprächspartner Grün. Dessen Antwort à la Franz Beckenbauer: „Schau’n wir mal.“ Auf eine stimmige Verbindung

von Technik und Kreativität, die einen „Mehrwert“ für den Kunden generiert, richtet Grün sein Augenmerk. Denn wer spende, bekomme gleich ein Feedback, was mit seinem Geld genau passiere. Dies zu wissen, das sei vielen Menschen sehr wichtig.

Vielleicht hat das Forum den Weg für ein neues Spektrum geöffnet. Denn ein Besucher vom Fach bekannte, dass die Baubranche dringend „bauspezifische Software-Lösungen“ suche. „Vielleicht sind Sie unser erster Kunde“, reagierte der an der RWTH ausgebildete Bauingenieur spontan auf die Offerte und bot seine Visitenkarte an... Die Grün AG – „ein beständiger Partner in einem dynamischen Markt“, lautet ihr Credo.