

2009

Oktober 2009, 14,80 Euro

Private Equity • Buyouts • M&A

VentureCapital
Magazin

VentureCapital Magazin

Das Magazin für Investoren und Entrepreneur

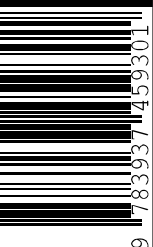


SONDERAUSGABE

Start-up 2010

5. Jahrgang

*Der Leitfaden für die
Unternehmensgründung*



powered by

Bayern**Kapital**
Venture Capital für Bayern

 High-Tech Gründerfonds

 Mountain Partners Group

Osborne
Clarke 

GRAZIA EQUITY
Capital for Entrepreneurs

 **kfw**
BANKENGRUPPE

 **NRW.BANK**
Wir fördern Ideen

wellingtonpartners
VENTURE CAPITAL

GRAZIA EQUITY

Capital for Entrepreneurs

www.grazia.com

Breitscheidstraße 10, D-70174 Stuttgart, Tel +49(0)711 / 90 710 90

Editorial

Aus Ideen müssen auch Geschäftsmodelle werden

Noch heute zehren Marketingexperten von dem, was Goethe, Schiller & Co. vor langer, langer Zeit zu Papier gebracht haben. Die Bundesrepublik gilt als das „Land der Dichter und Denker“, und das lässt sich hervorragend u.a. touristisch verwerten.

Mit „Land der Forscher und Erfinder“ gibt es einen anderen Titel, der auf die geniale Kopfarbeit hiesiger Geistesgrößen zurückzuführen ist. Was auf den ersten Blick positiv klingt, steht leider für viele Flops. Denn auf die Erfindung muss die Umsetzung erfolgen, um das wirtschaftliche Potenzial der jeweiligen Idee zu heben. Das wurde zu oft verpasst. So entwickelte hierzulande Rudolf Hell das Faxgerät (1956), die RWTH Aachen das erste Hybrid-Auto (1973) und das Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen die MP3-Technologie (1992). Die Verbreitung im Massenmarkt aber gelang Asiaten und Amerikanern. Bei der Erkenntnis „hier erdacht, anderswo gemacht“ handelt es sich bereits um einen modernen Klassiker.

An den Gründen für die Schwäche bei der Umsetzung von der Invention zur Innovation scheiden sich die Geister. Eine Seite unterstellt den Erfindern zu hohe Ansprüche, da sie ihr Augenmerk eher auf Nobelpreis-verdächtige Qualität statt auf die Kundenbedürfnisse richten würden. Eine andere Seite behauptet, dass es an einer allgemeinen BWL-Schwäche deutscher Wissenschaftler und vor allem an einer zu geringen Ausrichtung auf den Vertrieb liege. Im Bereich des Möglichen liegt aber auch eine Aversion gegen das Risiko, unternehmerische Wege zu beschreiten. Was auch immer die Ursache

ist, in Deutschland wollen zahlreiche Akteure Abhilfe schaffen. So haben sich quer durch die Republik zahlreiche Gründerinitiativen und Businessplan-Wettbewerbe etabliert, die Gründer darin unterstützen, Ideen zu tragfähigen Geschäftsmodellen zu formen (siehe S. 48/49 und 54/55). Der Humus für eine neue Gründergeneration sei jedenfalls vorhanden, ist der langjährige Parlamentarische Staatssekretär Hartmut Schauerte überzeugt (siehe S. 6–8).

Größere Probleme ergeben sich momentan vor allem im Bereich Finanzierung: Wenn die schwarz-gelbe Bundesregierung die geplanten drastischen Einschnitte bei der Solarförderung umsetzt, könnte diese junge Spitzentechnologie bald zu den Innovationsflops gehören. Es gibt zwar Erfolge im Markt, aber die Konkurrenz aus Asien ist so stark, dass ohne weitere Subventionen das zarte Erfolgspflänzchen vertrocknet. Überhaupt ist das Kapital derzeit der Knackpunkt im Gründungsgeschehen: Privates Wagniskapital ist in der Seed- und der Early Stage-Phase (siehe S. 78/79 und 88/89) zu knapp für ein Land wie die Bundesrepublik, und die öffentliche Hand kann den Mangel trotz aller Bemühungen nicht adäquat ausgleichen. Damit droht weiteren Forschungsergebnissen der Spitzentechnologie das Schicksal von Faxgerät und MP3.

Hier könnte die Regierungskoalition Hand anlegen und endlich Rahmenbedingungen schaffen, die das Gründungsgeschehen stimulieren. Was Investoren wirklich brauchen, sind u.a. ein Wagniskapitalbeteiligungsgesetz, das seinen Namen verdient, die Beibehaltung von Verlustvorträ-



Torsten Paßmann, Projektleiter der Sonderausgabe „Start-up 2009“

gen und die steuerliche Befreiung junger Unternehmen. Die volkswirtschaftliche Bedeutung von Gründungen ist den meisten Politikern in Berlin bewusst. Da der Wahlkampf endlich vorbei ist und PR-taugliche Rettungskampagnen für marode Industrien damit ihr Ende gefunden haben sollten, besteht die Hoffnung, dass „Berlin“ handelt.

Trotz dieses Umfelds und der Wirtschaftskrise, die jungen Unternehmen den Start noch schwerer macht: Die Mehrzahl der Akteure im Gründungsgeschehen, vom Entrepreneur über den Berater bis zum Investor, schaut optimistisch in die Zukunft. Das lässt hoffen, dass die Forscher und Erfinder ihre Ideen auch hierzulande umsetzen. In Krisenzeiten wurden einige der erfolgreichsten Unternehmen gegründet. ■

Eine anregende Lektüre wünscht

torsten.passmann@vc-magazin.de

3 Editorial

Aus Ideen müssen auch Geschäftsmodelle werden

Gründerklima & Studien

6 Für eine neue Gründungskultur in Deutschland!

Berufliche Selbstständigkeit schon früh vermitteln
Hartmut Schauerte, BMWi

10 „Auf Nischen setzen“

Interview mit Dr. Georg Licht, ZEW

12 Für jeden Anlass das passende Angebot

Gründerinfos im Internet und Offline

14 „Missachtet Konventionen“

Interview mit Prof. Günter Faltn, Freie Universität Berlin

14 Aus dem Labor zur Kanzlerin

direktzu GmbH vereinfacht Kommunikation

16 „Sehr viel indirekte Förderung“

Interview mit Jean-Pierre Vuilleumier, CTI Invest

18 Die frühe Phase ist besonders betroffen

Venture Capital in Österreich
Dr. Jürgen Marchart, AVCO

20 Sentimentumfrage, Teil I

Gründung & Finanzierung aus Berater- und Investorensicht

Know-how

24 Über diese Steine können Sie stolpern

Die häufigsten Fehler von Start-ups
Marco Zeller, IBB Beteiligungsgesellschaft

26 Gute Rahmenbedingungen trotz Krise

Unternehmensgründungen und -finanzierungen in schwierigen Zeiten
Nicolas Gabrysch, Osborne Clarke

28 Der Rechtsanwalt – Freund oder Feind?

Anwälte im Kontext von VC-finanzierten Start-ups beurteilen
Dr. Bernd Geiger, Triangle Venture Capital Group

29 Standpunkt Investor

Der Businessplan – worauf kommt es an?
Roman Huber, Bayern Kapital

30 Value Capture – die Wertsteigerung eines Start-ups planen und erfassen

Ein Leitfaden für Gründer von Technologieunternehmen
John Chapman, Pivot Capital Partners

32 Frühzeitig fachlichen Rat suchen

Steuerberater beraten umfassend und mit konkreten Fakten
Claudia Specht, Datev

34 Investoren bei der Arbeit

Eine ganz normale Venture-Woche
Andreas Rüter, Grazia Equity

36 Erfolgsfaktoren für die Pressearbeit

Wozu, womit und für wen PR?
Tilo Bonow, piäbo

38 Ist Online-Reputation steuerbar?

Selbstpräsentation als verkannntes Gründerthema
Marco Ripanti, ekaabo

Förderangebote

40 Fördermittel á la carte

Vielfältige Angebote für Gründer

42 Von der Uni in den Chefsessel

Das Programm Exist fördert die Gründerkultur an Hochschulen

44 Baustein zur Professionalisierung startender Unternehmen

Coaching in der Vorgründungsphase
Dorothea Angel, LASA Brandenburg

46 „Erst auf dem Markt merkt der Unternehmer, was los ist“

Interview mit Dr. Hans-Günter Sanftenberg, KfW-Gründercoach

47 Nicht abschrecken lassen!

Was Start-ups beim Einwerben von Fördermitteln beachten sollten
Dr. Heiko Milde, MAZ level one

Gründung & Businessplan

48 Strukturwandel als Antrieb

Regionale Initiativen beleben Gründungsgeschehen

50 Immer mehr Frauen gründen

Positiver Einfluss von spezifischen Förderprogrammen
Iris Kronenbitter, bga

51 Standpunkt Gründerinitiative Die Umsetzung von Innovationen in eine Geschäftsidee will gut durchdacht sein

Dr. Gerhard Hahner, science4life



24 Über diese Steine können Sie stolpern

Die häufigsten Fehler von Start-ups
Marco Zeller, IBB

Fehler sind grundsätzlich nichts Negatives, denn sie tragen zum Entstehen eines reichhaltigen Erfahrungsschatzes bei. Im Zusammenhang mit der Gründung und dem Aufbau junger Unternehmen gibt es jedoch Stolpersteine, die vermeidbar sind. Bei vielen Gründungen haben sie den einen oder anderen Gründer ins Straucheln gebracht. Diese Fehler werden näher beleuchtet und mit Handlungsempfehlungen versehen.

52 Case Study

Hilfreiche Kontaktbörse

PE PiezoElectronics wächst im Inkubator

54 Die nährenden Mütter der Gründerszene

Businessplan- und Ideenwettbewerbe in Deutschland

56 Mitmachen lohnt sich!

Businessplan-Wettbewerbe geben wertvolle Tipps
Stephan Bruns, NUK

58 „Durch einen Wettbewerb optimieren Gründer sich selber“

Interview mit Philipp Berner, ViCommerce GmbH, Werner Arndt, MBPW GmbH

60 Case Study

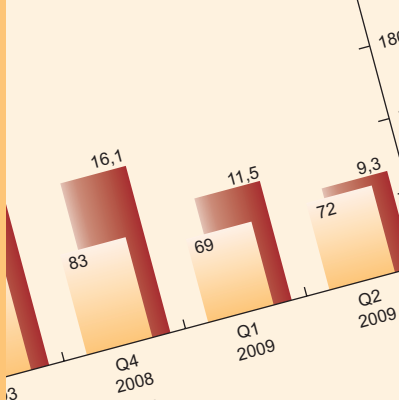
Spitze im Allgemeinen wie im Speziellen

Amniofluid GmbH durchläuft zwei Businessplan-Wettbewerbe

Spin-offs

62 Geringes Risiko bei Spin-offs

Investoren schätzen Ausgründungen



78 Im Widerspruch zur Statistik

Venture Capital-Geber sehen Seedphase positiv

Der Irrsinn im Gründergeschehen um die Jahrtausendwende – Powerpoint statt Businessplan, aberwitzige Bewertungen, schnellste Finanzierungen – existiert heute nur noch in Anekdoten. Die überlebenden Investoren haben ihre Lehren aus dem Crash gezogen und investieren derzeit sehr vorsichtig. Das belegen Statistiken. Grundsätzlich schätzen die Akteure den Markt aber positiv ein – auch dank der Business Angels.

64 Wie kommt die Idee in die operative Neugründung?

Spin-offs aus Wirtschaft und Wissenschaft

Dr. Wolfgang Weitnauer, Weitnauer Rechtsanwälte Wirtschaftsprüfer Steuerberater

66 Attraktives Chancen- und Risikoprofil

Was Venture Capital-Investoren an Spin-offs reizt
Hanns-Peter Wiese, Global Life Science Ventures

68 Gründungsunterstützung hands-on

Fraunhofer Venture feiert 10-jähriges Bestehen

69 Dreidimensionale Klangräume

Iosono schafft innovative Soundlösungen

Business Angels

70 Kapitalgeber, Coach und Netzwerker

Business Angels schieben Gründungen an

74 Enttäuschungen vermeiden

Business Angels mögen gut vorbereitete Gründer

Dr. Ute Günther, Dr. Roland Kirchhof, BAND

76 „Gründer müssen sich substantiell beteiligen“

Interview mit Ralf Knobel, Business Angel

77 Case Study

Das Kernprodukt ist kostenfrei

Jedox verschenkt Software und gewinnt Investoren

Seedphase

78 Im Widerspruch zur Statistik

Venture Capital-Geber sehen Seedphase positiv

80 Nachhaltigkeit ist, unbeirrt bei der Sache zu bleiben

Innovationen brauchen Kontinuität, um sich auswirken zu können
Michael Steinmetzer, KfW

82 Value Add in der Seedphase

Nutzen stiften – über Kapital hinaus

Dr. Michael Brandkamp, Dr. Alexander von Frankenberg, HTGF

85 Case Study

Nano-Transporter

Rodos BioTarget GmbH: Kampf den Krankheiten

86 Case Study

Daten-Detektiv auf Expansionskurs

Yasni GmbH will das Personen-Google werden

Early Stage-Phase

88 Early Stage-Zahlen stimmen nicht froh

Investitionen sinken, Abschreibungen steigen

90 „Die schwierige Situation hat nichts mit der Wirtschaftskrise zu tun“

Interview mit Dörte Höppner, BVK

92 Vom ersten Tag an global denken

Warum die frühzeitige Internationalisierung notwendig ist
Frank Böhnke, Wellington Partners

93 „Kleinunternehmen fallen durch das Raster“

Interview mit Franco Mathias, HCM Ltd. & Co. KG

94 Case Study

Online suchen, offline kaufen

Juno Internet bringt traditionelle Händler ins Internet

96 Case Study

Maschinenbauer der Biotech-Branche

Scienion AG: lange Kapitalsuche

Franchising

98 Multiplikation einer Geschäftsidee

Franchising als partnerschaftliche Vertriebsform

100 „Franchise-Geber brauchen Teamplayer statt typischer Individualisten“

Interview mit Torben Brodersen, Deutscher Franchise-Verband

102 Case Study

Erfahrungen mit Kindern als Pflichtbedingung

ZGS Schülerhilfe: größter Franchise-Geber im Bildungsbereich

103 Case Study

Franchise-Nehmer mit unternehmerischem Biss

Carsten Henn ist Markenunternehmer von Joey's Pizza

Standpunkte

104 Iterative Prozesse

Den richtigen Preis finden und durchsetzen

Veit Holitschke, Vierkornpuls

105 Agenda 2010: „Venture Service Providers“

Venture Capital als Instrument für Wachstum und Beschäftigung
Albrecht Graf Matuschka, Matuschka-Gruppe

106 Sentimentumfrage, Teil II

Gründung & Finanzierung aus Unternehmersicht

114 Die PS muss jeder selbst auf die Straße bringen

Chancen und Risiken bei Ausgründungen aus der Hochschule
Johannes Grassmann, Veit Blumschein, Verkehrsmittel-Vergleich.de

Service

108 Events

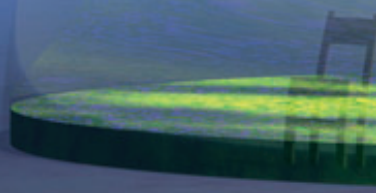
109 Literatur

110 Sponsoren der Sonderausgabe im Portrait

113 Inserentenverzeichnis/ Impressum

Für eine neue Gründungskultur in Deutschland!

Berufliche Selbstständigkeit schon früh in Schulen und Hochschulen vermitteln



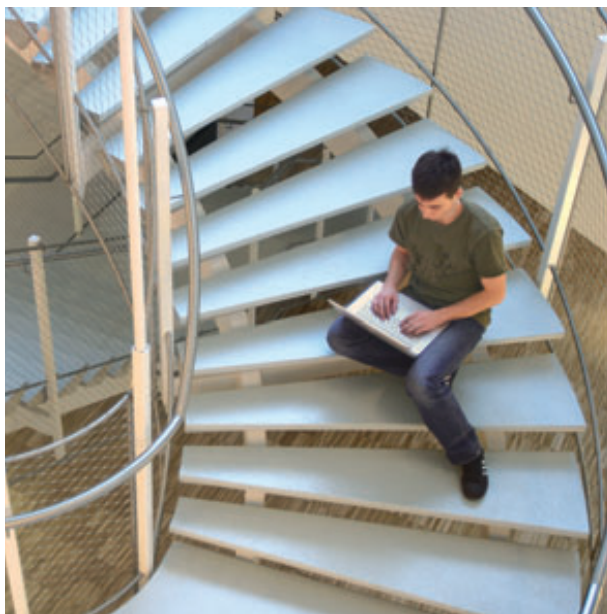
Gründer genießen in Deutschland ein hohes Ansehen. Ihr Mut, etwas Eigenes auf die Beine zu stellen und Risiken einzugehen, ihre Fähigkeit, Chancen zu erkennen und auszunutzen, ihr kommunikatives und organisatorisches Talent – das alles sind Dinge, die erfolgreiche Gründer auszeichnen, und für die sie zu Recht hohe Anerkennung erhalten. Auch in der Politik besitzen Gründer eine besondere Wertschätzung. Denn Gründer sind die zentralen Treiber des technischen Fortschritts und der wirtschaftlichen Erneuerung, sie sind Garant des Wettbewerbs und Motor für Innovationen.

Hoher Anteil an Gründungen aus der Not

Trotz aller lobenden Worte ist Deutschland im internationalen Vergleich derzeit kaum als Gründerland einzustufen. Nach dem Global Entrepreneurship Monitor (GEM) beträgt die Gründerquote gut 3%, damit liegen wir international unter den industrialisierten Ländern auf einem hinteren Platz. Und auch die Gründungszahlen des letzten Jahres, als Deutschland mit 400.000 einen Negativrekord seit der Wiedervereinigung verbuchen musste, geben Anlass, darüber nachzudenken, wie wir wieder mehr Menschen in Deutschland dazu bewegen können, den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen. Wenn auch die jüngsten Zahlen des ersten Halbjahres eine Trendwende erkennen lassen, so können mich diese Zahlen als Mittelstandsbeauftragter kaum zufriedenstellen. Dabei sind es nicht nur die reinen Zahlen, die Anlass zum Nachdenken bieten: In Deutschland ist der Anteil von Gründern besonders hoch, die sich aus Mangel an Erwerbsalternativen selbstständig machen. Volkswirtschaftlich gesehen brauchen wir dagegen vor allem solche Gründer, die sich mit ihrer eigenen Geschäftsidee selbstständig machen wollen. Denn diese sind es, die besonders viele weitere Arbeitsplätze nach sich ziehen und Garant für Wohlstand und Wachstum sind.

Humus für neue Gründerzeit ist vorhanden

Deutschlands Achillesferse auf dem Weg zu einem Gründerland ist die vergleichsweise unterausgeprägte Gründungskultur. Offensichtlich schlägt sich die hohe Anerkennung, die wir Gründern entgegenbringen, nicht auf unser eigenes Verhalten nieder. Zu viele Menschen schätzen das dichte soziale Netz, das die abhängige Beschäftigung in Deutschland umgibt, zu viele Menschen lässt die Angst vor dem Scheitern schnell jegliche Gedanken an die Selbstständigkeit zurückstellen. Es gab durchaus Phasen in der deutschen Geschichte, die belegen, dass auch in Deutschland der Humus für eine neue Gründerzeit vorhanden ist. An diese Zeiten gilt es anzuknüpfen. Einstellungen zu Themen werden maßgeblich



Unternehmerische Selbstständigkeit kommt im Schulunterricht zu kurz.



bereits in Kindheit und Jugend geprägt – beim Thema Selbstständigkeit ist das nicht anders. So macht es grundsätzlich Mut, wenn die Bertelsmann Stiftung in ihrem „Youth Entrepreneurship Barometer 2008“ ermittelt, dass für drei von vier Jugendlichen die Gründung einer Firma prinzipiell infrage kommt. Und selbstbewusst sagt die Hälfte der Jugendlichen, dass sie grundsätzlich durchaus ein Unternehmertyp seien. Nur wenn dann die Nagelprobe kommt, wie denn ihre beruflichen Erwartungen sind, bekennt sich nur noch ein Viertel zur Selbstständigkeit.

Mehr Wissen für Schüler und Studenten

Ein maßgeblicher Einfluss auf die Einstellung zur Selbstständigkeit Jugendlicher geht von den Schulen aus. Und gerade da gibt es erheblichen Nachholbedarf in Deutschland. Denn Jugendliche wollen mehr über das Thema Selbstständigkeit im Unterricht wissen: Drei von vier Jugendlichen wünschen sich, dass „unternehmerische Selbstständigkeit“ eine größere Rolle im Unterricht spielen soll. Seitens der Lehrerschaft herrscht hier durchaus Aufgeschlossenheit, doch leider sieht der Unterrichtsalltag in Deutschland anders aus: Diesem Zukunftsthema kommt in den Lehrinhalten und Lehrplänen an deutschen Schulen noch zu wenig Aufmerksamkeit zu. In den süddeutschen Ländern gibt es zwar durchaus viel versprechende Ansätze, aber ein Aufgreifen dieses wichtigen Themas im Schulunterricht – etwa im Rahmen eines Schulfachs Wirtschaft – deutschlandweit findet noch nicht statt. Umso wichtiger ist es daher, dass wenigstens im Rahmen von Projektarbeiten dieses Thema an den Schulen aufgegriffen wird. Mit dem Initiativkreis „Unternehmergeist in die Schulen“, den das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie zusammen mit Partnern in dieser Legislaturperiode ins Leben gerufen hat, wollen

Die Sonderausgabe „Start-up 2010“ entstand mit freundlicher Unterstützung von:





Das Insolvenzrecht legt gescheiterten Gründern zu viele Steine in den Weg.

wir hierzu einen wichtigen Beitrag leisten. Auch im Hochschulbereich gilt es, die Themen Unternehmertum und Gründergeist stärker in den Unialltag einzubringen. Hier leisten wir mit unserem Förderprogramm „Existenzgründungen aus der Wissenschaft“ einen wichtigen Beitrag. 47 Projekte an rund 100 Universitäten und Fachhochschulen haben wir in den letzten drei Jahren angeschoben. Doch auch hier gilt: Gefordert sind vor allem die Akteure vor Ort, die in der Verantwortung stehen, diese Themen auch dauerhaft an den Hochschulen zu verankern.

Das Ansehen muss gefördert werden

Bei den Förderprogrammen liegt Deutschland im Übrigen im internationalen Vergleich des GEM auf Platz 1. Es zeigt sich einmal mehr, dass Förderprogramme nur Anstöße leisten können, doch eine Gründungskultur von der breiten Bevölkerung getragen werden muss. „Unternehmer sein ist cool geworden“ – so der international renommierte „Economist“ in seiner jüngsten Spezialausgabe zum Thema Entrepreneurship. Das mag auf erfolgreiche Gründer zutreffen – auf den Unternehmer schlechthin in Deutschland dagegen noch nicht. Im Medienzeitalter besitzt daher auch die Medienbranche eine wichtige Rolle: Wir brauchen mehr und positivere Berichterstattungen in Fernsehen und Zeitungen über das Unternehmertum in Deutschland. Die Berichterstattung um den Deutschen Gründerpreis einmal im Jahr ist ein positives Beispiel, dem viele weitere folgen müssen. Damit kann Unternehmeransehen und ein anderes Wertebewusstsein gefördert werden.

Gründerfreundliches Insolvenzrecht

Auch Unternehmer, die nach einem einmaligen Scheitern einen zweiten Versuch wagen, verdienen ein besseres

Image. Denn im Durchschnitt wiegt die gewonnene unternehmerische Erfahrung bei Weitem unternehmerisches Missgeschick auf. Gescheiterten Gründern wird es in Deutschland aber nicht leicht gemacht: Das gläubigerorientierte Insolvenzrecht legt diesen sogenannten „Restartern“ viele Steine in den Weg. Der beste und schnellste Weg, um schnell wieder auf die Beine zu kommen, ist ein erfolgreiches Insolvenzplanverfahren. Doch während in den USA ca. 25% der Unternehmen nach dem Durchlaufen des vergleichbaren „Chapter 11“-Verfahrens eine neue Chance erhalten, münden hierzulande gerade einmal 2% in einem solchen Verfahren. Für einen Restarter ist darüber hinaus extrem wichtig, wie schnell er seine alten Schulden abwerfen kann, um dann wieder loszulegen. In Deutschland findet eine Befreiung von Restschulden erst nach sechs Jahren statt. In Großbritannien und den USA sind insolvente Unternehmer bereits nach einem Jahr vollkommen schuldenfrei. Die berechtigten Interessen der Gläubiger auf Kompensation ihrer Verluste sollen nicht infrage gestellt werden. Aber in der Abwägung von Gläubiger- und Schuldnerinteressen muss eine deutliche Herabsenkung der Frist zur Restschuldbefreiung in Deutschland durchaus machbar sein. Das Insolvenzrecht gehört auf die Agenda der nächsten Bundesregierung.

Fazit:

Eine positivere Gründungskultur in Deutschland ist nicht über Nacht zu erreichen. Dennoch liegt es mir als Mittelstandsbeauftragtem der Bundesregierung besonders am Herzen, alles zu tun, damit Deutschland sich schon bald wieder zum führenden Gründerland entwickeln kann. Eine Stärkung des Unternehmertums – angefangen im Bildungssystem bis hin zu einer höheren sozialen und kulturellen Akzeptanz – wird daher auch im Fokus der neuen Bundesregierung liegen müssen. ■

Zum Autor



Hartmut Schauerte ist Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Technologie. Als Mittelstandsbeauftragtem der Bundesregierung liegt ihm ein florierendes Gründungsgeschehen besonders am Herzen.



Hier drin:

Geld von der
NRW.BANK

Wir fördern Ihre Unternehmensgründung.

Die NRW.BANK fördert Unternehmensgründungen mit zinsgünstigen Krediten, Darlehen zum Ausgleich mangelnder Sicherheiten und zur Stärkung des Eigenkapitals sowie mit Eigenkapital-Finanzierungen. Fragen Sie Ihre Hausbank – oder direkt uns: Tel. 0211 91741-4800 (Rheinland) oder 0251 91741-4800 (Westfalen-Lippe). www.nrwbank.de



NRW.BANK
Wir fördern Ideen

„Auf Nischen setzen“

Interview mit Dr. Georg Licht, Forschungsbereichsleiter am ZEW

Das hiesige Gründungsgeschehen lag 2008 massiv unter den Werten des Hightech-Booms um die Jahrtausendwende, aber auch deutlich unter dem Niveau der Prä-Internetphase. Aufgrund regelmäßiger Erhebungen und Gründerbefragungen weiß Dr. Georg Licht, Forschungsbereichsleiter am Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), welche Sektoren sich dennoch stabil halten konnten und wie junge Entrepreneure erfolgreich durch die Krise manövrieren.

VC Magazin: Die Zahl der Hightech-Gründungen war im Jahr 2008 rückläufig. Wo stehen wir derzeit im Vergleich der letzten zehn Jahre?

Licht: Zu Zeiten des Internet-Hypes hatten wir ein außergewöhnlich hohes Gründungsgeschehen. Besser ist ein Vergleich mit 1995, dem Jahr nach Abklingen des durch die Wiedervereinigung bedingten Gründungsbooms. Wenn wir das als normales Maß anlegen, liegen wir 2008 rund 30% unter dem Gründungsniveau von 1995.

VC Magazin: Welche Hightech-Segmente haben besonders stark gelitten, welche haben sich robust gezeigt?

Licht: Bis 2002 haben traditionelle Hightech-Sektoren wie Spezialchemie oder Engineering einen massiven Rückgang verzeichnet, der mit dem Aufschwung ab 2003 zur Hälfte aufgefangen wurde. Im Vergleich liegt das Minus ca. 20% unter dem Wert von 1995. Die Anzahl der Gründungen in den Wirtschaftszweigen der Spitzentechnologie verlief bis zum Jahr 2000 positiv. Seitdem ist jedoch ein überaus deutlicher Rückgang festzustellen. In den Zeiten der Hochkonjunktur der letzten Jahre hat sich zwar die Geschwindigkeit des Rückgangs vermindert, ohne jedoch die Richtung zu wechseln. Im langfristigen Vergleich haben sich faktisch alle Teilsektoren des Hightech-Sektors zurückentwickelt. Einzig für Software und IT-Services können wir eine kleine Steigerung im Vergleich zum Jahr 1995 feststellen.

VC Magazin: Was waren die zentralen Erkenntnisse der detaillierten Gründerinterviews im Rahmen der Studie?

Licht: Wir wollten herausfinden, wie junge Hightech-Firmen von der Krise betroffen sind und welche Antworten auf die Krise gefunden wurden. Das für uns erstaunlichste Ergebnis war: Die Krise war – die Interviews hatten wir im Juni und Juli geführt – nur zu einem Teil bei ihnen angekommen. Viele Akteure bewegen sich in Nischen, die bislang noch wenig betroffen waren. Bei Gründern mit Kunden in exportintensiven Industrien – beispielsweise im Maschinenbau oder im Automobilbau – konnten wir aber deutliche Bremsspuren feststellen. Grundsätzlich habe



Dr. Georg Licht

sich der Kampf ums Überleben nicht wesentlich erschwert, da Krise der Regelfall in den ersten Jahren sei.

VC Magazin: Welche Wünsche haben Sie an die nächste Bundesregierung, um das Gründungsgeschehen zu stabilisieren?

Licht: Die Wunschliste wäre nicht zu kurz ... Zwei Punkte möchte ich hervorheben. Spezialbereiche wie Biotechnologie werden ohne staatliche Unterstützung in der Seedphase kaum überleben können. Ein erfolgreiches Angebot wie den High-Tech Gründerfonds muss es auch zukünftig geben. Außerdem gibt es eine große Finanzierungslücke in der Wachstums- und Expansionsphase. Da der Staat den Finanzbedarf nicht alleine decken kann, sollte er attraktivere Rahmenbedingungen für private Venture Capital-Gesellschaften schaffen.

VC Magazin: Sie vollenden derzeit eine Studie in Zusammenarbeit mit der KfW. Welche Tendenzen konnten Sie erkennen?

Licht: Relativ eindeutig kommt aber heraus, dass eine risikoarme Strategie, auf Nischen statt auf Expansion zu setzen, große Vorteile mit sich bringt, um sich auch in Krisenzeiten zu etablieren.

VC Magazin: Vielen Dank für das Gespräch, Herr Dr. Licht. ■

torsten.passmann@vc-magazin.de

Zum Gesprächspartner

Dr. Georg Licht leitet seit 1992 den Forschungsbereich „Industrieökonomik und Internationale Unternehmensführung“ am Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW), Mannheim.

Deutschland baut auf den Mittelstand. Der Mittelstand baut auf uns.

Sparkassen: Deutschlands Mittelstandsfinanzierer Nr. 1.*



Als kompetenter Finanzpartner sorgen die Sparkassen für einen starken Mittelstand. Ob Existenzgründung, Firmenverkauf oder Kapital für Innovation oder Expansion: Mit unseren ganzheitlichen Finanzierungs- und Beratungslösungen stehen wir jedem Unternehmer professionell zur Seite. Mehr Informationen bei Ihrem Firmenkundenbetreuer und unter www.sparkasse.de.
Wenn's um Geld geht – Sparkasse.

*Laut Marktanteil von Sparkassen und Landesbanken bei Krediten an Unternehmen und Selbstständige, abgeleitet aus Quelle: Deutsche Bundesbank, Statistisches Beiheft Reihe 1, Monatsbericht 01/2009.

Für jeden Anlass das passende Angebot

Gründerinfos im Internet und Offline

Die fortschreitende Digitalisierung des Lebens hat auch die Gründerberatung in das Internet verlagert. Angehende Unternehmer können dabei aus einem ganzen Strauß von Angeboten wählen, unabhängig vom Stand ihres Vorhabens oder ihres Standortes. Die Bandbreite reicht von umfassend informierenden Portalen bis hin zu „One-Stop-Shops“ für administrative Vorgänge.

Lebe wohl, bürokratischer Hürdenlauf

Erfolgreiche und vor allem rechtstreue Gründer müssen sich zu Allroundkünstlern entwickeln: Neben dem operativen Geschäft und der Finanzierung gilt es, auch die vielfältigen rechtlichen Vorgaben und Pflichten zu beachten. Zu den verschiedenen Ämtern und Institutionen, die angesteuert werden müssen, gehören u.a. Gewerbe- und Finanzamt, Handwerkskammer, Berufsgenossenschaft und Rentenversicherung. Aus gutem Grund sprechen manche Gründer daher von einem bürokratischen Hürdenlauf, der sich im schlimmsten Fall zu einem Marathon ausdehnen kann. Glücklicherweise hat sich die deutsche und europäische Wirtschaftspolitik zum Ziel gesetzt, die administrativen Gründungsverfahren zu vereinfachen und zu beschleunigen. Als ein wesentliches Mittel dazu wurden vor allem bei den Handwerks- sowie Industrie- und Handelskammern zentrale Anlaufstellen eingerichtet, sogenannte „One-Stop-Shops“.

ONE-STOP-SHOPS IN DEUTSCHLAND	
Bundesland	Anzahl
	2
	7
	-
	2
	4
	3
	-
	5
	4
	5
	-

Quelle: IfM Bonn ⁽¹⁾

Sie bieten angehenden Entrepreneuren neben gründungsbezogener Beratung auch eine gebündelte Abwicklung eines Großteils der administrativen Verfahren. In fast allen Bundesländern ist dies sowohl vor Ort als auch online möglich, einzig Bayern verlangt persönliches Erscheinen. Im Zuge einer bundesweiten Recherche hat das Institut für Mittelstandsforschung Bonn in Deutschland insgesamt 219 One-Stop-Shops identifiziert und inklusive Detailinformationen aufgelistet.

NRW und Bayern top

An der Spitze stehen die beiden größten Bundesländer Nordrhein-Westfalen (nach Einwohnern) und Bayern (nach Fläche) mit 82 bzw. 53 Angeboten. Eine zweistellige Anzahl dieser zentralen Anlaufstellen weisen noch Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Niedersachsen auf. Die Hälfte der Bundesländer bewegt sich hier im einstelligen Bereich. Für Berlin, mit Abstand größte Stadt Deutschlands und ein quirliges Zentrum der Gründerszene, konnte das IfM überraschenderweise nur zwei One-Stop-Shops identifizieren. Das untere Ende der Skala bilden Bremen, das Saarland und Thüringen. Dort war zur Zeit der Erhebung kein entsprechendes Angebot vorhanden. Dieses Manko soll bis Ende 2009 dank der europäischen Dienstleistungsrichtlinie, einheitliche Ansprechpartner zu schaffen, aber behoben sein.

Gründungsportale im Test

Neben den One-Stop-Shops, die trotz ihrer Online-Präsenzen vorrangig in der Offline-Welt heimisch sind, können angehende Unternehmer auch reine Gründerportale ansteuern. Vor allem in der Planungsphase einer Gründung bieten sie sich als lohnende Informationsquelle an. Als Anbieter haben sich vorrangig der Bund und die Länder etabliert, da sie mit diesen Services auch eine volkswirtschaftliche Zielsetzung verfolgen: Gründer schaffen Arbeitsplätze. Auf den ersten Blick stehen meist redaktionelle Beiträge und „frequently asked questions“ im Vordergrund, wer den zweiten Blick riskiert, findet oftmals auch Antragsformulare, Checklisten, Adressbestände, Expertenforen oder Veranstaltungskalender. In einer umfassenden Untersuchung hat Stiftung Warentest diesen Juli 14 Portale getestet, die Informationen für Gründer und Jungunternehmer bündeln und aufbereiten.⁽²⁾ Bei den zwei wichtigsten Analyse Kriterien, Informationsqualität und Bedienbarkeit, schnitt das Angebot des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie am besten ab, auf dem zweiten Platz landete mit dem Sächsischen Existenzgründer Netzwerk ein regionales Portal.

(1): Die komplette Übersicht steht bereit unter

www.ifm-bonn.org/assets/documents/One-Stop-Shops-in-Deutschland.pdf

(2): Die 14 Portale sollen einen repräsentativen Querschnitt abbilden. Portale der Bundesländer und der Kammern wurden stellvertretend in die Untersuchung einbezogen. Relevant für die Auswahl waren u.a. die Größe der Bundesländer und Reichweite bzw. Relevanz der Kammerportale.

GRÜNDERPORTALE (AUSWAHL)

Anbieter	Zielgruppe: Existenzgründer...	Website
Existenzgründungsportal des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie	... aller Branchen	existenzgruender.de

Quelle: Stiftung Warentest

In der Blogosphäre kam allerdings teilweise Kritik an der Untersuchung auf, weil nur drei der 14 getesteten Portale rein privatwirtschaftlich betrieben werden. Umfassende Angebote wie foerderland.de sind aber selten, spezialisierte Weblogs wie berlinstartup.de, Exciting Commerce, Seedfinance oder startupvideo.de gibt es dagegen häufig.

Fazit:

Gründen ist immer mit großen Hürden verbunden. Aber selten war es so leicht wie heute, sich auf dieses Vorhaben einzulassen. Eine ganze Reihe von Onlineportalen wartet mit umfassenden Informationen auf. In über 200 One-Stop-Shops können Gründer on- wie offline viele Verwaltungsvorgänge auf einen Schlag erledigen. ■

torsten.passmann@vc-magazin.de

Anzeige

www.lfa.de



Gründung | Wachstum | Innovation | Umweltschutz | Stabilisierung

Damit machbar wird, was denkbar ist. Der Startkredit.

Wer etwas Neues aufbaut, braucht nicht nur gute Ideen. Sondern auch eine gute Finanzierung. Eine Finanzierung, die dem Wachstum Freiräume lässt. Sei es bei Gründung, Übernahme oder Beteiligung an einem Unternehmen. Deshalb fördern wir kleine und mittelständische Existenzgründer, die Großes vorhaben: mit dem Startkredit. Zum Beispiel für Grunderwerb, bauliche Investitionen oder Anschaffungen von Maschinen und Einrichtungen, Hard- und Software. Allein in den letzten fünf Jahren bauten sich mehr als 8.800 Unternehmer mit Startkrediten der LfA Förderbank Bayern eine Existenz auf. Sprechen Sie mit uns über Ihre Pläne. Rufen Sie uns an unter der Nummer 01801 / 21 24 24 (zum Ortstarif). Wir beraten Sie gerne.

LfA FÖRDERBANK BAYERN

„Missachtet Konventionen“

Interview mit Prof. Günter Faltn,
Freie Universität Berlin

An der Freien Universität Berlin hat Prof. Günter Faltn das „Labor für Entrepreneurship“ eingerichtet. Dort wird aus einem immateriellen Rohstoff – wahlweise einem Patent, einer neuen Technologie oder einer neuen Idee – ein durchdachtes Geschäftsmodell entwickelt. Er selbst ist 1985 mit der Gründung der „Teekampagne“ mit gutem Beispiel vorangeschritten. Im Interview mit Torsten Paßmann, Redakteur des VentureCapital Magazins, spricht er u.a. über Gründungen, deren Konzept in der Koordination von Komponenten besteht, und darüber, warum Gründer nicht immer Experten sein müssen.

VC Magazin: Wo sehen Sie aktuelle Gründertrends?

Faltn: Historisch gesehen waren die Menschen fast immer Selbstständige. Erst die Industrialisierung hat zur Dominanz von abhängiger Beschäftigung geführt. Diese Phase nähert sich aber ihrem Ende, und Entrepreneurship wird



Prof. Günter Faltn

zunehmen. Dienstleistungen werden populär bleiben, aber der kreative Sektor wird immer stärker. Gründer müssen sich auf jeden Fall Zeit und Mühe nehmen und vor allem frühzeitig planen.

VC Magazin: Sie lehren Unternehmertum und Sie praktizieren es. Wie wurden Sie mit der „Teekampagne“ Marktführer im deutschen Teeversandhandel?

AUS DEM LABOR ZUR KANZLERIN

DIREKTZU GMBH VEREINFACHT KOMMUNIKATION

Zweimal blitzte Caveh Zonooz im Labor für Entrepreneurship bei Prof. Günter Faltn ab, weil dem Institutsleiter die Gründungsideen nicht ausgereift genug schienen. Durch eine unpersönliche Standardantwort aus dem Kanzleramt reifte in Zonooz die dritte, letztlich erfolgreiche Idee heran: Das Konzept der direktzu GmbH ist so innovativ, dass sie selbst im IT-Gründerparadies Amerika unbekannt war.

Bürger bündeln ihre Fragen

Meistens reden Politiker zu vielen Menschen, etwa im Fernsehen oder auf Marktplätzen. Die umgekehrte Variante,

bei der sehr viele Bürger ihre Anliegen bündeln, schien lange Zeit technisch unmöglich. Seit dem 3. Oktober 2006 gilt das Problem dieser „Many-to-One“-Kommunikation aber als gelöst – an diesem Tag ging die direktzu GmbH mit ihrem Angebot erstmals online. Die Idee: User stellen auf einem Portal ihre Fragen ein und bewerten die Anliegen der anderen. Der Politiker beantwortet dann nur die am besten bewerteten Anfragen. Schon nach drei Wochen erfolgte der Durchbruch, Angela Merkel bzw. ihr Stab beantwortet seitdem drei Fragen pro Woche. Später folgten u.a. Bundes- und Landesminister sowie Dax-Vorstände.

Wer antworten will, muss bezahlen

Im Januar 2008 gelang dem Team um Caveh Zonooz dann ein kleines Wunder: Aus dem Land der Internet-Copypcats exportierte es eine innovative Idee in die USA. Erster Abnehmer war der damalige Präsidentschaftskandidat Barrack Obama, dessen Wahlkampfteam das System unbedingt anwenden wollte. Wie seine deutschen Kollegen zahlt er einen monatlichen Obolus, für die User ist das Angebot kostenfrei. Der wirtschaftliche Erfolg gibt dem Konzept recht: Gut drei Jahre nach den ersten Gehversuchen beschäftigt das Unternehmen über 20 Mitarbeiter und erzielt einen siebenstelligen Jahresumsatz.



Vor allem Politiker nutzen das Angebot der direktzu GmbH.

Faltin: Am Anfang stand nur der Wunsch, Lehre und Praxis zu verknüpfen. Auf die Geschäftsidee bin ich durch Zufall gestoßen. Auf vielen Reisen in Entwicklungsländer ist mir aufgefallen, dass Produkte wie Tee oder Kaffee bei uns ungefähr zehnmal so teuer sind. Preistreiber waren die vielen Stufen des Zwischenhandels und im Einzelhandel die große Sortimentsbreite mit kleinen Packungen. Die Teekampagne dagegen vertreibt ohne Zwischenhändler große Mengen nur einer einzigen Sorte.

VC Magazin: Welche Bedeutung haben Effizienz und Kompetenz in Ihrem Verständnis von Entrepreneurship?

Faltin: Ich gebe immer den Rat, mit einfachen, aber durchdachten Ideen loszulegen, die nur relativ geringe eigene Mittel erfordern. Man setzt das eigene Konzept möglichst aus bereits vorhandenen Komponenten zusammen. Das im Labor für Entrepreneurship entstandene Start-up Ratiodrink beispielsweise vertreibt Saftkonzentrat in großen Mengen. Alles ist ausgelagert, von der Produktion des Konzentrats über den Versand bis zum Rechnungswesen. Unsere Leistung sind die Erarbeitung des Konzepts und die Koordination der beteiligten Akteure.

VC Magazin: Welche Erfahrungen haben Sie diesbezüglich mit der Teekampagne gesammelt?

Faltin: Wir haben zu viel selbst gemacht. In den Anfangsjahren lag die Qualität unserer Organisation immer gut ein Jahr hinter unserem Auftragsbestand zurück. Einmal fand ein Student auf einem Aktenregal einen Karton mit nicht eingelösten Schecks im Wert von 10.000 Mark. Dass sie vergessen wurden, ist schlimm. Aber noch schlimmer war, dass niemandem dieser Fehlbetrag auffiel.

VC Magazin: Zu Beginn fehlte Ihnen eine gewisse Expertise, schließlich tranken Sie lieber Kaffee als Tee. Sollten Gründer nicht Fachleute in ihrem Gebiet sein?

Faltin: Im Rückblick halte ich es für einen Vorteil, von Tee damals nicht viel verstanden zu haben. So konnte ich aus Unbefangenheit heraus viele Abläufe anders sehen. Das ist mittlerweile auch mein Rat an Gründer: Lest nicht gleich die einschlägige Literatur, missachtet Konventionen und analysiert lieber erst die Funktionen. Funktion statt Konvention!

VC Magazin: Herzlichen Dank für das Interview. ■

torsten.passmann@vc-magazin.de

Zum Gesprächspartner

Prof. Günter Faltin leitet das Labor für Entrepreneurship an der Freien Universität Berlin. Für seine Gründung „Teekampagne“ wurde er 2009 im Rahmen des Deutschen Gründerpreises mit einem Sonderpreis ausgezeichnet.

IBB Beteiligungsgesellschaft

Venture Capital für Berliner Unternehmen

Die IBB Beteiligungsgesellschaft mbH stellt Berliner Unternehmen Venture Capital zur Verfügung. Unsere Fonds **VC Fonds Technologie Berlin** (52 Mio. €) und **VC Fonds Kreativwirtschaft Berlin** (30 Mio. €) bieten:

■ Venture Capital für innovative Berliner Unternehmen

Wir finanzieren die Entwicklung und Markteinführung innovativer Produkte oder Dienstleistungen sowie kreativer Geschäftskonzepte. Senden Sie uns einfach Ihren Businessplan oder eine Kurzbeschreibung zu.

■ Finanzierungsmöglichkeiten am Standort Berlin

Gemeinsam mit privaten Venture Capital Gesellschaften, Business Angels oder industriellen, strategischen Partnern finanzieren wir innovative Berliner Unternehmen als Lead-, Co-Lead- oder Co-Investor.

Kontakt:

IBB Beteiligungsgesellschaft mbH
Bundesallee 171
10715 Berlin
Telefon: 030 / 2125-3201
www.ibb-bet.de

● ● ● IBB
● ● ● Beteiligungsgesellschaft
Ein Unternehmen der IBB

Die VC Fonds Berlin sind eine gemeinsame Initiative der Investitionsbank Berlin und des Landes Berlin. Die Fonds werden von der Investitionsbank Berlin und der Europäischen Union, Europäischer Fonds für Regionale Entwicklung, finanziert.



„Es gibt sehr viel indirekte Förderung“

Interview mit Jean-Pierre Vuilleumier, Geschäftsführer von CTI Invest

Will ein rohstoffarmes Land wie die Schweiz als Volkswirtschaft langfristig überleben, muss es neue natürliche Ressourcen anbauen: z.B. innovative Gründer, die Arbeitsplätze schaffen und sich ihre Nischen suchen, in denen sie zu Weltmarktführern reifen. Jean-Pierre Vuilleumier, Geschäftsführer von CTI Invest, weiß, in welchen Sektoren Schweizer Entrepreneure die Nase vorne haben und warum sie sich nicht von der Wirtschaftskrise abschrecken lassen.

VC Magazin: In Deutschland nimmt die Zahl der Start-ups ab, die Zahl der Insolvenzen zu. Bemerken Sie in der Schweiz das gleiche Phänomen?

Vuilleumier: Auch bei uns gibt es mehr Insolvenzen, gleichzeitig gibt es aber auch immer mehr Start-ups, besonders im Hightech-Sektor. Die jungen Entrepreneure aus der Hochschule wissen ganz genau, dass heutzutage das Risiko gleich ist, ob man in einer großen Firma arbeitslos wird oder als Gründer scheitert. Diese Zunahme ist aber auch ein Ergebnis der langjährigen Informations- und Förderpolitik des Staates. An den Hochschulen sind die vielfältigen Angebote mittlerweile bestens bekannt.

VC Magazin: Wie stellt sich derzeit die Finanzierungssituation für Start-ups in der Schweiz dar?

Vuilleumier: Die Banken rücken kein Geld heraus, die kann man eh vergessen. Auch die Venture Capital-Gesellschaften gehen kaum neue Investments ein – sie pflegen ihr bestehendes Portfolio. In die Lücke springen aber die Business Angels. Wir haben hier in den letzten vier, fünf Jahren eine starke Entwicklung gesehen. Ihre Zahl ist deutlich gewachsen. Außerdem nimmt die Zahl der Stiftungen zu, die Start-ups finanzieren.

VC Magazin: Wie schaut es mit finanzieller Förderung seitens der öffentlichen Hand aus?

Vuilleumier: Der Schweizer Staat zeigt sich nach wie vor zurückhaltend bei der Finanzierung von Hightech-Start-ups. Stattdessen werden Strukturen erhalten, weil manche Firmen „too big to fail“ sind. Auch wenn der Widerstand groß ist, gibt es erste Diskussionen, für junge Unternehmen einen Fördertopf einzurichten. Ihr habt mit dem High-Tech Gründerfonds ein tolles Angebot, von dem wir noch lernen können. Allerdings gibt es sehr viel indirekte Förderung, etwa mit Fördergeldern für angewandte Forschung und Entwicklung (das Geld geht an die Hoch-



Jean-Pierre Vuilleumier: „In der Schweiz nimmt die Zahl der Stiftungen zu, die Start-ups finanzieren.“

schulen, welche für das Start-up arbeiten) sowie mit Ausbildungs- und Coachingangeboten.

VC Magazin: In welchen Sektoren liegen Schweizer Gründer vor ihren europäischen Kollegen?

Vuilleumier: Dank Roche, Novartis und den Chemiefirmen in Basel haben unsere Gründer die Nase vorne im Biotech- und Life-Science-Bereich. Weltweit führend sind wir beim Thema Medizinaltechnik. Außerdem wird der Schweizer IT-Sektor total unterschätzt. Wir haben hier Firmen, die es durchaus mit den Amerikanern aufnehmen können – etwa hinsichtlich Plattformen oder Security. Man vergisst immer, dass die ETH Zürich den Personal Computer erfunden hat. Wir haben nur die Vermarktung verpasst!

VC Magazin: Was ist die größte Schweizer Start-up-Erfolgsgeschichte der jüngeren Vergangenheit?

Vuilleumier: Die finden sich vor allem als Trade Sales unter den Biotech- und Life-Science-Start-ups. So wurde Glycart für 235 Mio. CHF verkauft, EndoArt für 100 Mio. USD und Speedel sogar für eine Mrd. CHF.

VC Magazin: Herzlichen Dank für das Interview! ■

torsten.passmann@vc-magazin.de

Zum Gesprächspartner

Jean-Pierre Vuilleumier ist Geschäftsführer von CTI Invest. Die Gesellschaft versteht sich als Finanzierungsplattform, die junge Technologieunternehmen und Investoren zusammenbringt.



Mountain Partners Group

Die frühe Phase ist besonders betroffen

Ein aktueller Überblick über Venture Capital in Österreich

Im Jahr 2008 wurden von österreichischen Private Equity- und Venture Capital-Fonds insgesamt 231 Mio. EUR an privatem Wachstumskapital in 89 kleine und mittlere Unternehmen investiert, was einem Rückgang von nur 10% im Vergleich zum Jahr davor entspricht. Eine beachtliche Leistung im Vergleich zu anderen europäischen Märkten und unter Berücksichtigung der schwierigen internationalen und nationalen Rahmenbedingungen und in Zeiten der internationalen Finanzkrise. Wenn man jedoch den Frühphasenbereich – also die Venture Capital-Investments – betrachtet, so zeigt sich, dass hier die Investitionen seit Längerem rückläufig sind.

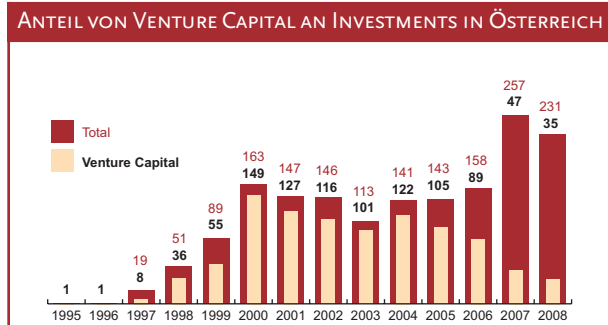
Venture Capital hat 0,012% Anteil am BIP

Gerade die österreichische private Frühphasenfinanzierung ist von der Finanzkrise besonders hart getroffen. Im Jahr 2008 entfielen von den 231 investierten Mio. EUR nur 35 Mio. EUR auf die Frühphase. Das entspricht einem Anteil der getätigten Venture Capital-Investitionen von österreichischen Kapitalgebern von 0,012% am BIP, was Öster-

tumskapital in ausländische Finanzplätze abfließt, wo die Anforderungen an international wettbewerbsfähige Rahmenbedingungen erfüllt sind. Das gilt natürlich insbesondere für das Frühphasensegment, wo selbst ohne mangelhafte Rahmenbedingungen Aufholbedarf gegeben ist. Um dies zu verhindern, müsste die Regierung rasch ein dringend notwendiges Gesetz beschließen, um den Wirtschafts- und Finanzplatz Österreich wieder international wettbewerbsfähig zu machen. Nur auf diesem Weg kann der Finanzplatz Österreich für ausländische Investments attraktiv gemacht werden und damit auch genug Kapital für Frühphasenfonds zur Verfügung stehen. Damit kann die Bundesregierung eine effiziente konjunkturbelebende Maßnahme setzen, mit der privates Kapital mobilisiert wird, das vorhanden ist. Ein Konjunkturpaket, das keinen einzigen Cent Steuergeld kostet.

Fazit:

Trotz ausbaufähigem Gesamtvolumen verfügt Österreich über eine aktive und professionelle Frühphasen- und Venture Capital-Industrie. Gerade die Start-up-Finanzierung ist ein wichtiger Mosaikstein in der österreichischen KMU- und Wachstumskapital-Landschaft, stellt doch das Start-up von heute das Expansionsprojekt oder das Buy-out-Projekt von morgen dar. In erster Linie ist nun der Gesetzgeber aufgerufen, rasch international wettbewerbsfähige Rahmenbedingungen zu schaffen, um auch für Frühphaseninvestoren Anreize zu bieten, ihr Kapital in österreichische Fonds zu investieren. Der Finanzplatz Österreich steht hier in einem internationalen Standortwettbewerb und wer sich hier attraktiv positioniert, wird das gerade jetzt dringend benötigte private Wachstumskapital für seine heimischen KMU mobilisieren können. ■



Quelle: Pereg-Analytics

reich im EU-Ranking in das untere Drittel reiht. Es liegt zwar kein Mangel an attraktiven Projekten vor, eine aktive Business Angel-Szene und umfangreiche öffentliche Förderaktivitäten sorgen für volle Pipelines. Alleine die Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft (FFG) hat 2008 35 Mio. EUR in 120 Start-up-Projekte investiert. Doch gerade für private Investoren ist trotz der möglichen hohen Rendite gerade das mit der Frühphase verbundene Risiko ein Investitionshemmnis.

Dringend notwendig: neue Gesetze

Zusätzlich zu der internationalen Finanzkrise werden die heimischen Wachstumskapitalgeber auch noch vom Fehlen gesetzlicher Rahmenbedingungen für Investitionen in heimische KMU hart getroffen. Und so ist zu befürchten, dass in Zukunft das Kapital nicht nur um Österreich herum fließt, sondern dass auch heimisches privates Wachs-

Zum Autor



Dr. Jürgen Marchart ist Geschäftsführer der Austrian Private Equity and Venture Capital Organisation (AVCO). Die Dachorganisation der österreichischen Beteiligungskapitalindustrie verfügt derzeit über 18 ordentliche und 34 assoziierte Mitglieder.

VentureCapital Magazin Sponsoring-Partner 2009



Sentimentumfrage, Teil I

Gründung & Finanzierung aus Berater- und Investorensicht

Kapital für Gründungen oder eine zweite Finanzierungsrunde ist ein knappes Gut. An welchen Quellen sollten Gründer derzeit ihr Glück versuchen?

Dr. Stephan Beyer, Investment Director bei Ventegis Capital AG:

Venture Capital ist eine attraktive Finanzierungsform für wachstumsstarke Unternehmen. Die aktiven Fonds sind sehr motiviert, gute Teams und Geschäftsmodelle zu finanzieren. Im internationalen Vergleich gibt es aber in Deutschland insbesondere aufgrund der unzureichenden rechtlichen Rahmenbedingungen immer noch zu wenig Venture Capital. Aufgrund dessen suchen viele Unternehmen Alternativen bei privaten Investoren oder bei öffentlichen Fonds.

Carsten Schneider, Partner bei Osborne Clarke:

Gerade Technologie-Unternehmen steht beispielsweise mit dem High-Tech Gründerfonds ein sehr attraktiver Eigenkapitalgeber zur Seite. Das ERP-Startprogramm der KfW ist auch darüber hinaus eine große Hilfe, gerade für Gründer. Und für Zweitrunden-Finanzierungen sind die verschiedenen Venture Capital-Gesellschaften – gerade auch Corporate-Venture Capitals – nach wie vor gute Partner – eine klare Exit-Orientierung auch der Gründer vorausgesetzt.

Uwe Bräuer, Geschäftsführer der Genius Venture Capital GmbH:

So lange wie möglich sollte man im Schoß der Universität oder des Instituts seine Unternehmensidee vorantreiben und erst kurz vor Markteinführung gründen. Mit Exist und lokalen Förderprogrammen ist einiges möglich. Wenn dieser Weg nicht funktioniert und die eigenen Mittel nahezu verbraucht sind, gehören Familie, Freunde und begeisterungsfähige Vermögende aus dem direkten Umfeld zu den heißesten Kandidaten – also „Family, Friends & Fools“.

„Mit Exist und lokalen Förderprogrammen ist einiges möglich“



Uwe Bräuer

Dr. Albrecht Reinicke, Geschäftsführer der Cresces GmbH:

Die vermutlich sicherste Quelle für eine zweite Finanzierungsrunde ist derzeit eine solide Kostenkontrolle für einen

möglichst langen Atem. Gründer sollten vor allem an den High-Tech Gründerfonds denken, der derzeit das Gründungsgeschehen bei uns fast im Alleingang finanziert.

Andreas Thümmeler, Geschäftsführer der Corporate Finance Partners Beratungs-GmbH:

Es gibt kaum institutionelle Early Stage-Fonds. Daher ist der beste Weg neben einer Direktansprache von Business Angels die institutionalisierten Business-Angel-Netzwerke wie beispielsweise Brains-to-Ventures oder auch Gründergruppen wie der European Founders Fund oder Team Europe Ventures.

„Business Angels und institutionalisierte Business-Angel-Netzwerke“



Andreas Thümmeler

Gangolf Ehlen, Investment Manager Venture Capital bei der Sparkasse KölnBonn:

Business Angels im IT-Multimedia-Bereich, bei technologieorientierten Gründungen der High-Tech Gründerfonds sowie die regionalen Seed-Fonds in Nordrhein-Westfalen, wie RVC Rheinland Venture Capital in Köln. Gefördertes Fremdkapital gibt es über die spezialisierten Gründerberater regionaler Sparkassen.

Dr. Torsten Wipiejewski, Partner bei VNT Management:

Gründer haben weiterhin Zugriff auf klassisches Venture Capital. Wenn es um Frühphaseninvestitionen geht, sind öffentlich unterstützte Organisationen wie z.B. der High-Tech Gründerfonds eine gute Wahl.

Wie selbstbewusst treten Gründer derzeit an Investoren heran, wenn es um ihre Bewertungsvorstellungen geht?

Dr. Stephan Beyer, Investment Director bei Ventegis Capital AG:

Wir erleben ein sehr heterogenes Bild. Die Bewertung ist nicht der einzige Faktor für eine Investmententscheidung. Grundsätzlich muss die Bewertung immer zu dem Status quo und den Wachstumsplänen des Unternehmens passen.

Carsten Schneider, Partner bei Osborne Clarke:

Ein gesundes Selbstbewusstsein ist nicht fehl am Platz! Überzogene Multiple-Erwartungen sind aber schon lange vor der globalen Finanzkrise korrigiert worden. Unter Wert sollte sich keiner verkaufen – andererseits ziehen Investoren die „Daumenschrauben“ nach einem teuren Einstieg naturgemäß stark an – die Beteiligung steht dann unter besonderer Beobachtung, eine möglichst präzise Vertragsgestaltung ist dann für alle Seiten umso wichtiger.

„Investoren ziehen die ‚Daumenschrauben‘ nach einem teuren Einstieg naturgemäß stark an“



Carsten Schneider

Uwe Bräuer, Geschäftsführer der Genius Venture Capital GmbH:

Überraschenderweise recht forsch. Nichts gegen ein gesundes Selbstbewusstsein, das erwarten wir schließlich von den Gründern. Dennoch sind wir oft überrascht, welche Vorstellungen mancher hat, wenn das Thema erstmalig auf die Tagesordnung kommt.

Dr. Albrecht Reinicke, Geschäftsführer der Cresces GmbH:

Grundsätzlich sollten Gründer immer selbstbewusst auftreten, und dies darf sich auch in ihren Bewertungsvorstellungen niederschlagen. Allerdings sehe ich aktuell immer noch mehr Selbstbewusstsein bei vielen Gründern, als die Lage auf den Märkten hergibt.

Andreas Thümmel, Geschäftsführer der Corporate Finance Partners Beratungs-GmbH:

Das ist sehr unterschiedlich. Manche haben sehr vernünftige, realistische Vorstellungen. Einige suchen auch einfach erst mal Rat. Andere hingegen, vor allem wenn es sich nicht um „first timer“ handelt, denken schon wieder an die alten Hype-Zeiten.

Gangolf Ehlen, Investment Manager Venture Capital bei der Sparkasse KölnBonn:

Sehr unterschiedlich. Die meisten verstehen jedoch, dass zu hohe Bewertungsansprüche ein Bumerang sein können, falls die Wertentwicklung am Ende nicht plangemäß verläuft.

Dr. Torsten Wipiejewski, Partner bei VNT Management:

Sie sind realistisch und haben keine übertriebenen Vorstellungen wie in Boomzeiten. Beide Parteien einigen sich derzeit auf vernünftige Werte.

„Beide Parteien einigen sich derzeit auf vernünftige Werte“



Dr. Torsten Wipiejewski

Wie lange wird Cleantech noch ein Trendthema unter Investoren sein? Welches neue Thema steht schon in den Startlöchern?

Dr. Stephan Beyer, Investment Director bei Ventegis Capital AG:

Klimawandel, die Endlichkeit fossiler Brennstoffe und der durch globales Wachstum implizierte steigende Energiebedarf sind intakte Trends und werden es für sehr lange Zeit bleiben. Die Antworten auf diese Herausforderungen können nur durch ebenso langfristige Nachhaltigkeit gegeben werden. Trotzdem werden Teile des Cleantech-Sektors Zyklen durchlaufen. Die Solarbranche ist hierfür aktuell ein Beispiel. Wichtige Investmentthemen für die nächste Zeit sind Mobilität, Energieeffizienz, Energie aus Biomasse und Solar.

„Mobilität, Energieeffizienz, Energie aus Biomasse und Solar“



Dr. Stephan Beyer

Carsten Schneider, Partner bei Osborne Clarke:

„Cleantech“ und „Greentech“ dürften noch eine ganze Zeit lang Konjunktur haben. Gerade die USA, aber auch Asien, werden hier auf Sicht hochinteressante Absatzmärkte bleiben – so dass sich natürlich auch die Frage nach Co-Investments und Joint Ventures stellt. „Lifestyle“ und „Gaming“ im Internet werden auch die nächsten Jahre noch interessante Geschäftschancen bieten. Wir sehen aber auch einen klaren – deutschen – Trend zurück zur Hochtechnologie- beispielsweise Medizintechnik-Investments.

Uwe Bräuer, Geschäftsführer der Genius Venture Capital GmbH:

Cleantech wird noch einige Zeit der am schnellsten wachsende Sektor bleiben. Es gibt einfach immer noch ein riesiges Betätigungsfeld, um z.B. Schadstoffe zu reduzieren ▶

oder natürliche Ressourcen zu schonen. In diesem Zusammenhang besteht ein großer Drang nach Werkstoffinnovationen, ob nun nach neuen Materialien oder Verfahren, mit denen sich gezielt Eigenschaften verändern lassen.

Dr. Albrecht Reinicke, Geschäftsführer der Cresces GmbH:

Ich denke, Cleantech ist noch lange nicht ausgereizt. Welche neuen Themen danach zum Trend werden, vermag ich nicht abzusehen, zumal wir aufgrund solider Geschäftsmodelle und nicht anhand von Trends investieren. Ich glaube aber an ein Comeback traditioneller Investmentschwerpunkte nach der Krise.

Andreas Thümmeler, Geschäftsführer der Corporate Finance Partners Beratungs-GmbH:

Die Frage ist so, als ob 1940 jemand gefragt hätte, wie lange die Automobilindustrie noch ein Trendthema sein wird! „Virtual Reality“ ist ein Megatrend mit sehr vielfältigen Ausprägungen, z.B. Gaming, massive Multiplayer Games oder mobile Gaming.

Gangolf Ehlen, Investment Manager Venture Capital bei der Sparkasse KölnBonn:

Noch ziemlich lange. Gute Cleantech-Lösungen werden in den unterschiedlichsten Branchen gebraucht. Das Potenzial ist bei Weitem noch nicht ausgeschöpft.

„Das Potenzial von Cleantech ist bei Weitem noch nicht ausgeschöpft“



Gangolf Ehlen

Dr. Torsten Wipiejewski, Partner bei VNT Management:

Cleantech ist ein globales Thema und wird in den kommenden zehn Jahren weiter an Bedeutung zunehmen. Zwei spannende Aspekte sind hier die effizientere Nutzung von erneuerbaren Energien und die Schonung von Ressourcen.

Welche Wünsche haben Sie an die kommende Bundesregierung, damit das Gründungsgeschehen stimuliert wird?

Dr. Stephan Beyer, Investment Director bei Ventegis Capital AG:

Die neue Regierung muss im Rahmen eines verbesserten Private Equity-Gesetzes endlich die gleichen Rahmenbedingungen für Venture Capital- und Buyout-Investoren schaffen, wie sie international akzeptiert sind. Deutsche Cleantech-Unternehmen haben im internationalen Vergleich

eine technologische Vorreiterrolle. Um diesen Vorsprung volkswirtschaftlich im Sinne von Wachstum und Arbeitsplätzen nutzen zu können, brauchen wir nunmehr eine Initiative, die die lokalen Investoren in die Lage versetzt, stärker in deutsche Cleantech-Unternehmen zu investieren.

Carsten Schneider, Partner bei Osborne Clarke:

Um nur zwei Punkte herauszugreifen: Die Rahmenbedingungen für Pharma-Investments sind unzulänglich. Und sicherlich von ganz essenzieller Bedeutung ist es, die Banken, vor allem aber die Sparkassen, in die Lage zu versetzen, junge Unternehmen wieder aktiver und auch wieder mit „Durchhaltebereitschaft“ zu finanzieren.

Uwe Bräuer, Geschäftsführer der Genius Venture Capital GmbH:

Eine Neuauflage des „Programms zur Förderung technologieorientierter Unternehmensgründungen (TOU)“ aus den 1990ern.

Dr. Albrecht Reinicke, Geschäftsführer der Cresces GmbH:

Ich glaube nur sehr bedingt an den politischen Einfluss auf Dinge wie das Gründungsgeschehen. Wenn, dann werden eher Luftblasen gebildet wie bei der Ich-AG. Entscheidend ist für mich eine verlässliche und stabile Politik, die Gründern und Investoren Planungssicherheit in diesem Feld gibt. Die Gründer müssen möglichst viel Zeit mit ihren Kunden verbringen können und nicht mit ihren Rechtsanwälten und Steuerberatern nach Lösungen für sich ständig ändernde Rahmenbedingungen suchen.

„Entscheidend ist für mich eine stabile Politik, die Gründern und Investoren Planungssicherheit gibt“



Dr. Albrecht Reinicke

Andreas Thümmeler, Geschäftsführer der Corporate Finance Partners Beratungs-GmbH:

Einfacheres Steuersystem, weniger Staat und weniger Bürokratie. Das reicht schon.

Gangolf Ehlen, Investment Manager Venture Capital bei der Sparkasse KölnBonn:

1. Die sogenannte Wagniskapitalbeteiligungsgesellschaft einfacher gestalten, so dass sie für Early-Stage-Fonds attraktiver ist.
2. Gründerwettbewerbe wie NUK in Köln unterstützen, die den Gründern wertvolles Know-how vermitteln.
3. Steuerliche Rahmenbedingungen für Business Angels verbessern, z.B. durch höhere Freibeträge. ■

Where the future becomes reality



HOTSPOTS FOR LIFE SCIENCE STARTUPS

- Lab and office space (S1 & S2)
- Competitive leasing rents
- Furnished, flexible rooms
- In-house estate management
- The center of an impressive research campus
(2 excellent universities TU & LMU, Max Planck Institutes for Biochemistry and Neurobiology, Clinic Großhadern, Gene Center, Biomedical Center, Prion Center, 40 biotech companies)
- Close contacts with investment partners
- Home for more than 50 startups
- Joint location marketing
- Attractive, modern conference rooms also for external booking



**Innovations-
und Gründerzentrum
Biotechnologie IZB**
Martinsried · Freising

Am Klopferspitz 19
82152 Planegg/Martinsried
Fon: +49 (0) 89 - 700 656 70
Fax: +49 (0) 89 - 700 656 77

www.izb-online.de

Our tenants:

4SC AG (DD) · AMSilk GmbH (DD) · amYmed GmbH (DS) · Becton Dickinson GmbH (I) · Bernina Plus & Hartmann Diagnostic Service (DD/DS) · BioM AG (S) · BioM Cluster Development GmbH (S) · BioM WB GmbH (S) · Biontex Laboratories GmbH (P) · Coriolis PharmaService GmbH (S) · CRELUX GmbH (DD/DS) · DoNatur GmbH (DD) · EKFS HerzchirurgieProf. Dr. Eissner (DD) · Ella Biotech GmbH (DS) · Emergent BioSolutions GmbH (DD/DS) · eticur) GmbH (DS) · Fresenius Biotech GmbH (DD) · Bayerische Gewebekbank GmbH (P/S) · ibidi GmbH (DS) · Kinaxo Biotechnologies GmbH (DD) · Management Consulting Merx - McM GmbH (S) · MenloSystems GmbH (I) · NanoScape AG (P) · Octogene GmbH (DD/DS) · Omegamatrix GmbH (DS) · optoSIC GmbH (S) · origenis GmbH (DD/DS) · Prionics Deutschland GmbH (S) · Proteros biostructures GmbH (P/S) · quattroresearch GmbH (DD/DS) · QinLAB Diagnostik (P) · R&D Biopharmaceuticals GmbH (DD/DS) · SiNatur GmbH · siRion BIOTECH GmbH (P/S) · SmartMove GmbH (I) · Smartec Ingenieur Büro GmbH (S) · SpheroTec GmbH (DS) · SuppreMol GmbH (DD) · that's it gmbh (IT-S) · the working group Unternehmensberatung (S) · Trion Research GmbH (DD/DS) · VELUMETRIX GMBH (S) · aromaLab AG (S) · ATRES engineering biogas (S) · BioEPS GmbH (S/DS) · Euroderm GmbH (P) · GENidee (DD/DS) · HDBI Hans-Dieter-Belitz-Institut (P/I) · IKINOWO GmbH (DS/P/I/S) · Pieris AG (DD) · TUM Biomolecular Food Technology (DD) · UGT Umwelt-Geräte-Technik GmbH (I) · vertis Biotechnologie AG (DD/DS)



Über diese Steine können Sie stolpern

Die häufigsten Fehler von Start-ups

Fehler sind grundsätzlich nichts Negatives, denn sie tragen zum Entstehen eines reichhaltigen Erfahrungsschatzes bei. Im Zusammenhang mit der Gründung und dem Aufbau junger Unternehmen gibt es jedoch eine Reihe von Stolpersteinen, die vermeidbar sind. Bei einer Vielzahl von Gründungen haben sie den einen oder anderen Gründer bereits ins Straucheln gebracht. Diese Fehler werden im Folgenden näher beleuchtet und mit Handlungsempfehlungen versehen.

„Der Businessplan ist ein notwendiges Übel bei der Kapitalbeschaffung“

Selbstverständlich ist ein aussagefähiger Businessplan zur Einwerbung von Kapital erforderlich. Zuallererst dient er aber dem Gründer selbst zur umfassenden Beurteilung der Realisierungschancen und Marktfähigkeit seiner Geschäftsidee. Erst wenn er selbst überzeugt ist bzw. nach intensiver Beschäftigung mit allen Facetten seiner Unternehmensgründung noch immer überzeugt ist, sollte er mit seinem Businessplan auf potenzielle Partner zugehen.

„Die Planung ist an den Erwartungen der Kapitalgeber ausgerichtet“

Marktpotenzial, Umsatzentwicklung und Kostenstruktur richten Gründer mitunter an den vermeintlichen Erwartungen von Investoren aus. Dies birgt die Gefahr, dass völlig unrealistische Ziele angestrebt werden, an die nicht einmal der Gründer selbst glaubt – eine schlechte Voraussetzung für die angestrebte Zusammenarbeit. Die Herausforderung besteht darin, den „richtigen“ Partner zu finden, der zum Start-up und der angestrebten Entwicklung am besten passt, und nicht den, der aufgrund „sportlicher“ Erwartungen überredet werden konnte (was in der Praxis ohnehin kaum gelingt, da die Annahmen im Rahmen der Due Diligence wieder auf ein realistisches Maß gestutzt werden).

„Die Idee ist so gut ... das wird bestimmt gebraucht“

Im Vordergrund steht oft die Begeisterung für eine Idee, entscheidend für den Erfolg ist aber der Kunde und damit vorrangig die Frage des Kundennutzens. Der Kunde interessiert sich nicht für das technisch anspruchsvollste und aufwendigste Produkt, sondern für eine einfache und effektive Lösung seiner Probleme. Die Kernfragen lauten daher: Wer ist der Kunde, braucht er das wirklich, ist er auch bereit, hierfür Geld zu bezahlen?

„So etwas gab es noch nie, der Bedarf wird riesig sein“

Die Begeisterung über die Einzigartigkeit der Geschäftsidee führt mitunter zu der Annahme, der Bedarf sei per se riesig. Entscheidend für eine realistische Einschätzung des Potenzials ist jedoch die intensive Untersuchung des Marktes. Erst nach einer detaillierten Analyse der Markt- und Wettbewerbssituation kann eine realistische Umsatz- und Ertragsprognose, und damit eine wesentliche Grundlage zur Einschätzung der Erfolgchancen, aufgestellt werden. Aus Sicht von Kapitalgebern einer der ganz wichtigen Punkte!

„Das Wichtigste beherrsche ich selbst, alles andere ergibt sich“

Gründer verfügen oft über eine einschlägige Kernkompetenz in einem oder mehreren relevanten Unternehmensbereichen. Die Komplexität aller Bereiche, die für eine erfolgreiche Unternehmensentwicklung von Bedeutung sind, wird zum Teil unterschätzt. Insbesondere im kaufmännischen Bereich sowie bei Marketing und Vertrieb bestehen oft Defizite, die allein mit eigenen Anstrengungen nicht ausgeglichen werden können. Wichtig ist daher eine sachliche Analyse der erforderlichen Kompetenzen und die Aufgeschlossenheit für eine Ergänzung des Managementteams oder punktuell die Hinzunahme externen Sachverständes.

„Wir sind ein gutes Team und werden gemeinsam Erfolg haben“

Gründungen im Team sind im Regelfall erfolgreicher, weil unterschiedliche Erfahrungen aufeinander treffen und sich die Teammitglieder gegenseitig befruchten. Gründungen scheitern mitunter aber auch, weil unterschiedliche Sichtweisen und Arbeitsstile im Managementteam zu Spannungen führen und eine konstruktive Arbeit unmöglich machen. Für solche Fälle sollte von Anfang an vorgesorgt werden, indem klare Kompetenzen verteilt werden und – wie bei einem Ehevertrag – festgelegt wird, wie im Interesse des Unternehmens zu verfahren ist, wenn jemand aussteigt oder aussteigen muss.

„Finanzen und Controlling sind noch nicht so wichtig“

Die Bedeutung einer zeitnahen Sicht auf alle relevanten Unternehmenszahlen, den Soll-/Ist-Abgleich zur bestehenden Planung sowie Liquiditätsstand und -vorschau wird leider oft unterschätzt oder sogar als lästig angesehen. Ein aussagekräftiges Frühwarnsystem und ein funktionsfähiges Controlling sind aber wesentliche Steuerungsinstrumente für das Management. Mit Aufbau und Implementierung kann nicht früh genug begonnen werden.

Fazit:

Je besser sich angehende Entrepreneurere vorbereiten und je intensiver sie sich frühzeitig mit allen relevanten Fragestellungen rund um die geplante Gründung beschäftigen, desto besser sind die Erfolgsaussichten. Die einschlägige Literatur kann helfen, aber besser sind regionale Businessplan-Wettbewerbe. Sie bieten eine ideale Möglichkeit, sich sowohl mit Struktur, Umfang und Anforderungen an einen guten Businessplan als auch inhaltlich und systematisch mit den einzelnen Themenfeldern zu beschäftigen. Insgesamt gilt: Die zündende Idee ist enorm wichtig, aber nur „die halbe Miete“. Die andere Hälfte ist Recherche, Vorbereitung und Arbeit, Arbeit, Arbeit. ■

Zum Autor



Marco Zeller ist Geschäftsführer der IBB Beteiligungsgesellschaft. In verschiedenen Berliner Technologieunternehmen übt er Aufsichtsrats- und Beiratsfunktionen aus. Nach Ausbildung und Studium sammelte er eigene unternehmerische Erfahrungen als geschäftsführender Gesellschafter im Bereich der Musik- und Werbeproduktion.

Anzeige



ist ein europäischer Venture Capital-Investor mit Sitz in München und Paris.

Mehr als 60 Unternehmer haben uns schon überzeugt.

Beeindrucken Sie uns auch.

www.xange.fr | Info@xangevc.de



Gute Rahmenbedingungen trotz Krise

Unternehmensgründungen und -finanzierungen in schwierigen Zeiten

Sind die Zeiten für Unternehmensgründungen und deren Finanzierung tatsächlich schwierig, oder bieten sich auch Chancen? Erlebt die Gründerszene überhaupt eine Krise, und wenn ja, wirkt sich diese anders aus als auf „erwachsene“ Unternehmen?

Wo bekomme ich Kapital?

Die Suche nach Kapital sei für Start-ups schwieriger geworden, heißt es. Eine Studie der Münchner Universitäten zeigt, dass aufgrund der Finanzkrise etwa 20% weniger Venture Capital zur Verfügung gestellt wurde. Zu einem ähnlichen Schluss kommt eine aktuelle Statistik des Bundesverbandes Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften (BVK). Der Maßstab sind jedoch die absoluten Hochzeiten 2007 und 2008. Start-ups sollten sich aber nicht von gesunkenen Werten entmutigen lassen, denn privates Beteiligungskapital ist in deutlich größerem Umfang vorhanden als 2004 bis 2006. Darüber hinaus können Gründer staatliche Förderung nutzen. Zahlreiche regionale, nationale und europäische Förderprogramme bieten eine Alternative zur „klassischen“ Venture Capital-Finanzierung. So hat die LfA Förderungsbank Bayern gerade zusätzliche Mittel von der bayerischen Landesregierung bekommen, und das Zentrale Innovationsprogramm für den Mittelstand des BMWi wird bis Ende 2009 ca. 400 Mio. EUR ausgegeben haben.

Businessplan

Einen Businessplan zu erstellen, war schon immer von entscheidender Bedeutung. In schwierigen Zeiten nimmt die Relevanz noch einmal deutlich zu. Der Businessplan ist das Schlüsseldokument für die Steuerung, aber vor allem auch für die Beurteilung der Umsetzung der Idee und der Geschäftstätigkeit. Venture Capital-Geber werden dieser Tage überhäuft mit Anfragen und Konzepten. Wie aber erreiche ich als Gründer, dass gerade mein Konzept ganz oben liegt und ins Auge sticht? Der erste Eindruck zählt, nicht nur beim Konzept, sondern auch bei Darstellung und Layout. Fesseln Sie den Leser durch eine außergewöhnliche Executive Summary, klare und aktuelle Darstellungen aus einem Guss und Antworten auf die relevanten Fragen – was würde Sie selbst interessieren, wenn Sie Geld investieren sollten? Fokussieren Sie sich auf eine sachliche Darstellung des Wesentlichen. Nehmen Sie frühzeitig Hilfe in Anspruch und hinterfragen Sie Ihre eigene Darstellung regelmäßig.



Businessplan-Wettbewerbe, Förderprogramme oder Coaching: Unternehmensgründer können unterschiedliche Hilfestellungen für ihr Projekt abrufen.

Coaching

Ein Weg, zum Beispiel bei der Businessplan-Gestaltung und -Optimierung Hilfe in Anspruch zu nehmen, sind Businessplan-Wettbewerbe und das dort vielfach angebotene kostenfreie Coaching. Die Beratung bei der Gründung des Start-ups, sei es beim Businessplan, aus betriebswirtschaftlicher oder aus juristischer Sicht, wird in vielerlei Hinsicht oft unterschätzt und vernachlässigt. Doch gerade zu Beginn einer unternehmerischen Tätigkeit sind Fehler schnell gemacht, und oft haben sie in diesem Stadium schwerwiegende Folgen. Ist der Businessplan schlecht und „blitzt“ er beim Venture Capital-Geber ab, tut man sich häufig schwer, mit einem angepassten Konzept anzukommen. Habe ich den Markt nicht analysiert, investiere ich in die falsche Idee oder Facette einer Idee? Habe ich mich nicht ausreichend mit den Finanzen befasst, lässt sich die Liquiditätsplanung nicht optimieren. Gleiches gilt, wenn die Idee nicht ausreichend geschützt oder die eigenen Rechte in einem Gesellschafterkreis

nicht gesichert werden. Derjenige Gründer, der ohne ein Team von Unterstützern und Coache all die vorgenannten exemplarischen Themen sicher selbst löst, ist extrem selten.

Unternehmergesellschaft – haftungsbeschränkt

Eher zufällig zeitgleich zur Finanzkrise hat der Gesetzgeber zum 1. November 2008 die Unternehmergesellschaft (haftungsbeschränkt) eingeführt. Die Unternehmergesellschaft (UG) als Unterform der GmbH ermöglicht es Unternehmern, eine deutsche haftungsbeschränkte Kapitalgesellschaft zu gründen und dabei einen minimalen Kapitalaufwand zu leisten (ab einem Euro Stammkapital), so dass die Gründungsaktivitäten deutlich erleichtert werden. Unter gleichzeitiger Nutzung des ebenfalls neu geschaffenen Musterprotokolls als Gesellschaftsvertrag ist nun die Gründung einer Kapitalgesellschaft mit einem Kostenaufwand von ca. 300 EUR möglich. Das Musterprotokoll entbehrt leider einiger wesentlicher Regelungen für eine Mehrpersonen-Gesellschaft, so z.B. Regelungen zum Ausscheiden aus der Gesellschaft oder zu Vorerwerbsrechten der übrigen Gesellschafter. Zu empfehlen ist daher, einen umfassenderen auf die individuelle Situation der Unternehmensgründung abgestimmten Gesellschaftsvertrag zu wählen, was die Kosten der Gründung etwas erhöht. Die UG (haftungsbeschränkt) hat sich zum Kassenschlager entwickelt. Bereits über 15.500 haftungsbeschränkte Unternehmergesellschaften wurden bis Ende August 2009 gegründet. Nicht darüber hinwegtäuschen darf der UG-Boom jedoch, dass gerade Banken weiterhin aufgrund der fehlenden Kapitalausstattung bei Inanspruchnahme von Bankdarlehen in aller Regel von den Gründern privat Sicherheiten verlangen werden, um das eigene Risiko zu reduzieren. Das war aber schon immer so.

Fazit:

Kapital und Coaching-Angebote sind vorhanden, und der Gesetzgeber hat die Rahmenbedingungen für Start-ups teilweise erleichtert, so dass die Zeiten für eine Unternehmensgründung nicht so schlecht sind, wie die Finanzkrise möglicherweise den Anschein gibt. Daher gilt: Nur Mut und Chancen nutzen! ■

Zum Autor



Nicolas Gabrysch ist Partner im Kölner Büro der Anwaltskanzlei Osborne Clarke. Zu seinen Schwerpunkten gehört die Beratung bei Private Equity- und Venture Capital-Finanzierungen. Darüber hinaus engagiert sich Gabrysch als Coach und Gutachter beim Businessplan-Wettbewerb NUK in Köln.

Spürsinn für Technologien mit hohem Potenzial



Der Rechtsanwalt – Freund oder Feind?

Wie man Anwälte im Kontext von VC-finanzierten Start-ups beurteilen muss

Geburtshelfer, Chirurg, Totengräber – dass der Anwalt immer verdient, egal was passiert, ist eine Plattitüde. Aber wie setzt man ihn ein und wie muss er gestrickt sein, damit er in dem sensiblen Kontext zwischen Start-up-Unternehmen und Investoren den maximalen Nutzen bringt? Welche Eigenschaften bringen Anwälte überhaupt mit, und wie beeinflussen sie damit unterschiedliche Situationen eines Start-ups?

IT-Affinität

Es gibt Anwälte, die lieber Echos im Konferenzraum produzieren, als Headsets für längere Konferenzen zu benutzen, da so etwas ihre Schreibkraft auch einsetzt. Was aber schlimmer ist: dass es immer noch Anwälte gibt, die das Eingeben von Texten rundum ablehnen. Die diktieren sie dann, und während mehrere Parteien auf einen neuen Vertragsentwurf warten, produziert die Schreibkraft gegebenenfalls munter Übertragungsfehler oder fängt erst gar nicht mit dem Abtippen an, weil schon Feierabend ist.

Expertise und Erfahrung

Wirtschaftlicher Sachverstand ist unabdingbar, da diffizile Rechtsfragen immer im Kontext – was ist die Upside, was ist die Downside? – betrachtet werden müssen.

Auch auf Venture Capital-Erfahrung kommt es an: In der ersten Finanzierungsrunde wird der kluge und VC-erfahrene Anwalt seinem Mandanten erklären, dass die Struktur des sogenannten Termsheets im VC-Umfeld so üblich ist und man nur an wenigen Stellschrauben, z.B. Bewertung oder Liquidation Preference, drehen kann und

all das eine untergeordnete Rolle spielt, da ein Start-up nicht aufgrund der Terms erfolgreich wird. Im Gegensatz dazu wird Ihnen ein Wald-und-Wiesen-Anwalt erklären, dass das amerikanische Sitten sind, deren Wildwest-Charakter jeglicher sozialen Gerechtigkeit widerspricht.

Spezialisierung

Typischerweise sind Spezialisten wie etwa Arbeitsrechtler viel zu weit weg vom Kontext eines Start-ups. Um hier die Interaktion so effizient wie möglich zu machen, lassen Sie besser Ihren Hauptansprechpartner in der Kanzlei, der auch Ihren Kontext kennt, mit dem Fachmann sprechen.

Kanzleigröße und Abrechnungsgranularität

Es hat seine Vorteile, wenn die Kanzlei nicht eine Zweimann-Bude ist – unterschiedliche Spezialisierungen können vorrätig gehalten, Ausfälle können kompensiert werden, ein internationales Netzwerk ist vorhanden. Die Nachteile jedoch sind subtiler Natur. Anwälte, die nicht Equity-Partner sind oder nicht auf dem Weg dorthin, haben sich unter Umständen geistig schon verabschiedet – so etwas hat naturgemäß starke Auswirkungen auf das Engagement. Was auch bei größeren Kanzleien zu beobachten ist: die Zunahme des Overheads und eine Verkomplizierung des Arbeitsflusses. Ein Seniorpartner dirigiert und jemand weniger senior arbeitet ab – mit der Folge, dass immer zwei Leute in den Gesprächen sind, die Ansprechpartnerfunktion immer an den „less-senior“ delegiert wird und der dann aber nichts zu sagen hat oder das Gesagte später noch einmal korrigiert werden muss. Doppelabrechnungen sollten in diesen Fällen immer abgelehnt werden!

Es gibt Kanzleien, die rechnen in 15-Minuten-Einheiten ab und beziehen dabei sogar juristische Hilfskräfte mit ein. Akzeptieren Sie das nicht, machen Sie wenn möglich Festpreise aus für einen klar definierten Umfang.

Internationalität

Chinesen ticken in Verhandlungen anders – wie soll ein Anwalt damit umgehen, der nur Erfahrung mit europäischen Verhandlungspartnern gemacht hat?

Intellektualität und emotionale Intelligenz

Gerade in der Frühphase von Start-ups sehr wichtig: ein gewisses Chaos des Nichtetablierten im Blick zu behalten sowie an neuartige Produkte, komplexe Konstellationen beim geistigen Eigentumsrecht und die zukünftige Exit-Positionierung denken. Viele Anwälte haben dafür promoviert.



* 1 = gering ausgeprägt; 5 = deutlich ausgeprägt
Quelle: Triangle Venture Capital Group

Für die Begleitung von Verhandlungen und die Depolarisierung ist emotionale Intelligenz sehr förderlich. Sie steht leider oft im Gegensatz zu einer hohen Intellektualität.

Standing und Pragmatismus

Ein Anwalt bekommt den Auftrag, in einer Gesellschafterverhandlung eine starke Gegenposition aufzubauen, und sagt nach dem ersten Gegendruck nur noch „Ja, Herr Kollege, ja, Herr Kollege“. Der gleiche Anwalt bekommt den Auftrag, in einer Verhandlungsrunde zwischen dem VC und dem Gründer nur rechtliche Erläuterungen zu geben, und schlägt bei der ersten Gelegenheit verbal auf den Gründer ein. Prädikat: kein Standing!

Zu umfängliche Lösungen, die auch das unwahrscheinlichste Risiko zu berücksichtigen versuchen, bringen nur Kosten; je mehr Detailregelungen, desto mehr potenzielle Detaillücken.

Eigenverantwortung und Gelassenheit

Anwälte neigen dazu, nur „Zulieferer“ zu sein, die man sehr eng führen muss!

Wenn Fehler passiert sind, die die Juristen zu verantworten haben, schauen gelassene Anwälte pragmatisch nach vorne. Nicht gelassene werden hektisch, fangen an, sich zu rechtfertigen, verschwenden Ihre Zeit und weigern sich im Extremfall, eine Lösung zu finden.

Fazit:

Bevor Sie sich für die juristische Begleitung Ihres Start-ups entscheiden, lassen Sie sich Fallbeispiele erklären, rufen Referenzen an und leiten anhand der Checkliste daraus ab, was Sie von dem Rechtsanwalt zu erwarten haben! ■

Zum Autor



Dr. Bernd Geiger ist Mitgründer und geschäftsführender Gesellschafter der Triangle Venture Capital Group GmbH, die sich auf Ausgründungen aus Universitäten und Forschungseinrichtungen spezialisiert hat. Der Frühphaseninvestor beteiligt sich bereits in der ersten Runde, um Produktentwicklungen und den Aufbau der Geschäftstätigkeit bis zum Break-even zu finanzieren.

Standpunkt Investor

Der Businessplan – worauf kommt es an?

In einem guten Businessplan werden die Geschäftsidee, die Strategien und Ziele der Umsetzung in ein prosperierendes Unternehmen und die wirtschaftlichen Erfolgsaussichten für Firma und Investoren vom Managementteam übersichtlich und plausibel dargestellt. Dabei zeigt bereits die Executive Summary dem Leser (auch für Nichttechniker verständlich), dass hier kompetente Manager ein attraktives Geschäft starten wollen.

Die Beschreibung des Produktnutzens offenbart im positiven Fall intensive Kenntnisse über die Kundenbedürfnisse. Die Prognosen über Umfang und Entwicklung der erwarteten Nachfrage sollten auf einschlägige, genau benannte Referenzen gestützt sein; eine vollständige und aussagekräftige Liste der relevanten Wettbewerber komplettiert das Bild der vorhandenen Marktchancen. Dass diese umfassend und möglichst zeitnah ausgeschöpft werden, muss aus dem ausführlichen Marketing- und Vertriebskonzept hervorgehen.

Die Produktionsplanung geht konform mit dem FuE-Verlauf und der Markteintrittsstrategie. Für hier verm-

tete Risiken werden – wie auch bei anderen Geschäftsfeldern – Lösungsansätze präsentiert. Alle inhaltlichen Überlegungen bildet die Finanzplanung nachvollziehbar ab, auf der, inklusive nötiger Reserven, die vorgesehene Finanzierungsrunde beruht. Letztere muss genug Zeit lassen, damit überzeugende Fortschritte des Projekts als Basis der oft nötigen Anschlussfinanzierung möglich sind.

Die Geschäftsführer sowie etwaige Schlüsselmitarbeiter müssen ohne Wenn und Aber als Team hinter dem von ihnen ausgearbeiteten Geschäftsplan stehen und seine erfolgreiche Realisierung aufgrund ihrer Vita sowie ihrer persönlichen Engagements und Chancen höchst wahrscheinlich sein lassen. ■



ROMAN HUBER
GESCHÄFTSFÜHRER
BAYERN KAPITAL GMBH
WWW.BAYERNKAPITAL.DE

Value Capture – die Wertsteigerung eines Start-ups planen und erfassen

Ein Leitfaden für Gründer von Technologieunternehmen

Gründer müssen sich über eine Sache von Anfang an im Klaren sein, wenn sie nach einer Venture Capital-Finanzierung streben oder bereits Venture Capital-Investoren an Bord haben: Diese Gesellschafter wollen nach einer gewissen Zeit ihre Beteiligungsfinanzierung per Exit realisieren. Daher brauchen sie einen belastbaren Plan, der den Weg des Unternehmens bis zu diesem Punkt beschreibt. Wann dieser Punkt unter Berücksichtigung welcher Kriterien eintritt, sollte gemeinsam früh festgelegt werden. Ein Trade Sale wird nur dann erfolgreich abgeschlossen, wenn die Gesellschafterinteressen mit den operativen und finanziellen Bedürfnissen des Unternehmens möglichst gut übereinstimmen.

Herausforderung Unternehmensverkauf

Obwohl es heutzutage für junge Technologieunternehmen schon eine sehr anspruchsvolle Aufgabe sein kann, durch Erreichen des Break-even-Punktes oder zusätzliche finanzielle Mittel die Liquidität des Unternehmens zu sichern, sollten sie ihre strategischen Ziele beim Aufbau ihrer Unternehmen nicht aus den Augen verlieren. Das ist ein komplexer Planungs- und Abstimmungsprozess. Für schnell wachsende, junge Technologieunternehmen, die sich mit Venture Capital finanzieren, ist ein Verkauf des Unternehmens oder von Unternehmensteilen eine sehr spezielle Herausforderung. Wertschöpfung durch Verkauf bedeutet, dass der Unternehmer – über den bezifferbaren Stand-Alone-Wert

seines Unternehmens hinaus – auch den Wert einer Eingliederung in ein größeres Konzernumfeld einschätzen können muss, in welchem es für den Käufer einen höheren Wert generiert (Value Capture = potenzieller strategischer Wert). Diesen einzuschätzen und zu erfassen, ist keine leichte Aufgabe – und fügt dem ohnehin schon komplizierten Abstimmungsprozess zwischen Gründern, Managementteam und weiteren Gesellschaftern nochmals einige Stufen an Komplexität hinzu:

- Die Verhandlungen sollten aus einer Position der Stärke heraus geführt werden. Diese Position kann man nur entwickeln, wenn alle Eigentümer des Unternehmens eine einhellige Meinung zu Exit-Umfeld und -Zeitpunkt vertreten.
- Die Potenziale des Unternehmens, die aus Käufer-sicht langfristig zur Stärkung seiner Geschäftsfelder beitragen, müssen glaubwürdig und eindeutig herausgearbeitet werden; sie haben zentralen Einfluss auf den potenziellen strategischen Wert eines Unternehmens für den Käufer. Dabei ist zu beachten, dass diese Einflussfaktoren von Käufer zu Käufer unterschiedlich sind.
- Der gesamte Prozess bis zum Verkauf ist so zu strukturieren, dass bestimmte zu erreichende Meilensteine definiert und geprüft werden, welche letztlich den potenziellen, strategischen Wert des Unternehmens innerhalb eines Konzernverbunds ausmachen. Das stellt einerseits sicher, dass der Verkauf zu einem strategischen Wert erfolgt und zu einem „Value Capture“ führt, und andererseits, dass das Unternehmen sich auf dem Weg zu einem erfolgreichen Verkauf an einen strategischen Käufer nicht verzettelt.
- Eine gemeinsame Auffassung von all diesen Punkten zwischen den operativ Verantwortlichen und den weiteren Eignern (z.B. Venture Capital-Fonds, die sich meist als aktive Minderheitsgesellschafter verstehen) muss erreicht werden. Erst wenn Zielsetzung, Zeitabläufe und Vorgehensweisen abgeklärt sind, bestehen die Grundlagen, um einen so komplizierten Prozess erfolgreich zu navigieren. Im Verlauf dieser Diskussionen kann auch Klarheit über andere Aspekte gewonnen werden: nämlich über die operative Planung und die dazugehörige Finanzplanung, die nötig sind, um die oben erwähnten Meilensteine zu erreichen.



Trade Sale – Erfolg winkt, wenn die Gesellschafterinteressen sich mit den Bedürfnissen des Unternehmens decken.

Ziel: Übereinstimmung in fünf Fragen

Was ist also zu tun, um eine gemeinsame Auffassung aller Beteiligten in einem Exit-Szenario zu erreichen? Gründer, Management und weitere Gesellschafter müssen Übereinstimmung in diesen Punkten erzielen:

- Wer sind die potenziellen Käufer?
- Wie passen das junge Unternehmen und seine Leistungen in die Wertschöpfungskette jedes spezifischen Käufers?
- Wie wird sich diese im Verlauf der nächsten Jahre verändern?
- Wie kann man das Interesse der Käufer wecken?
- Welche operativen und finanzplanerischen Anpassungen sind nötig, um die oben genannten Punkte im Leistungsportfolio des Unternehmens zu spiegeln?

Fazit:

Die Hoffnungen und Ziele der Gründer und des Managementteams bleiben oft nicht kongruent mit denen der Investoren. Investoren, die früh ins Unternehmen eingestiegen sind, haben andere Interessen als solche, die in späteren Finanzierungsrunden dazukamen. Eine wertfreie Moderation dieses Interessenabgleichs von jemandem, der keine versteckte Agenda verfolgt, aber

tiefe Kenntnis von den Anforderungen der Technologie wie der Venture Capital-Branche hat, kann die Komplexität des Gesamtprozesses verringern und einen erfolgreichen Abschluss der Transaktion zu einem strategischen Exitpreis entscheidend vorantreiben. ■

Zum Autor



John Chapman berät junge Technologieunternehmen, um die Interessen von Gründern, Geldgebern und Partnern frühzeitig zu koordinieren und zu optimieren. Er ist Gründer der Venture Capital-Gesellschaft Pivot Capital Partners und war früher als General Partner von TVM Capital in München. Zu seinen Beratungsmandaten gehören u.a. Alea und Falk Navigation sowie die Quintig Holding aus den Niederlanden (JLChap185@gmail.com).

Anzeige

GRÜNDER NACH VORN!

Die Startbahn Gründerwettbewerbe.Med unterstützen Sie auf dem Weg von der Geschäftsidee zum erfolgreichen Unternehmen in der Zukunftsbranche Medizinwirtschaft.

- >> Businessplan Wettbewerb Medizinwirtschaft
- >> Benchmark Award.Med NRW
- >> Venture.Med Investorenforum

Nutzen Sie Ihre Chance! Wir bringen Sie nach vorn!
Mit uns können Sie nur gewinnen.



Gefördert durch



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

Die Landesregierung
Nordrhein-Westfalen



Jetzt informieren und anmelden!

Fon: 0201/240 535-0; Mail: info@startbahn-ruhr.de
www.startbahn-ruhr.de

Frühzeitig fachlichen Rat suchen

Steuerberater beraten umfassend und mit konkreten Fakten

Viele Existenzgründer machen Fehler, die sich durch eine rechtzeitige Beratung zum Teil ohne großen Aufwand vermeiden ließen. Oft ist ihnen jedoch nicht bekannt, dass sie eine entsprechende fachkundige und seriöse Beratung auch vom Steuerberater erhalten. Er kann nicht nur bei der Wahl der steuergünstigsten Rechtsform helfen oder bezüglich der Möglichkeiten neuer Gesetze beraten. Er kann im Regelfall auch alle wesentlichen Fragen der (Vor-)Gründungsphase beantworten, zum Beispiel auch zum wichtigen Thema Finanzierung.

Lieber gleich zum Experten

Die Gründerberatung eines Steuerberaters kann – muss aber nicht – mit einem offenen Gespräch darüber anfangen, ob der Gründungswillige die notwendige persönliche



In der Gründungsphase auf Expertenrat zu verzichten heißt, am falschen Ende zu sparen.

Eignung für sein Vorhaben mitbringt. Im Regelfall mündet sie darin, dass ein umfassender Businessplan inklusive Erfolgs-, Personal-, Finanz- und Liquiditätsplanung erstellt wird. Mit seiner Erfahrung aus der Beratung von Selbstständigen verschiedener Branchen und seinem betriebswirtschaftlichen Know-how leistet der Steuerberater dort Unterstützung, wo Existenzgründer häufig Wissenslücken haben. Laut Industrie- und Handelskammertag fehlen rund zwei Dritteln der Unternehmensgründer die grundlegenden betriebswirtschaftlichen Kenntnisse, um etwa eine Preiskalkulation oder Kostenrechnung zu erstellen. Es ist deshalb ratsam, das wichtige Vorhaben nicht unnötig zu gefährden und lieber gleich zum Experten zu gehen. So kann der Steuerberater zum Beispiel die Finanzbuchführung übernehmen und den Existenzgründer auf Basis der Betriebswirtschaftlichen Auswertungen – kurz BWA – oder eines Controlling-reports regelmäßig über die betriebswirtschaftliche Ent-

wicklung des jungen Unternehmens informieren. Zudem kann er viele für das individuelle Gründungsvorhaben wichtige Informationen recherchieren.

Investition in die Zukunft

Häufig versuchen Existenzgründer, die Kosten der Anlaufphase möglichst gering zu halten, und verzichten deshalb auf fachkundige Beratung. Fehler, die deshalb gemacht werden, sind jedoch oft kostspielig. So muss beispielsweise rund ein Viertel aller Start-ups innerhalb des ersten Jahres ihren Namen wieder ändern, weil sie Markenrechte verletzt haben. Die falsche Namenswahl zählt deshalb zu den typischen Anfängerfehlern, die sich mit Expertenunterstützung vermeiden ließen. Die frühzeitige Beratung ist eine Investition in die Zukunft des Existenzgründungsprojektes, die sich mittelfristig rentiert. Der dafür vorgesehene Budgetrahmen sollte zu Anfang zwischen Berater und Gründer besprochen werden, zumal dafür auch staatliche Unterstützung in Anspruch genommen werden kann.

Möglichkeiten der IT nutzen

Als einen möglichen Weg, um zuverlässige Informationen über Branchen, Wettbewerber, Zielgruppe, Firmierungen oder Fördermittel zu erhalten, können Gründer über den Steuerberater etwa den Recherchedienst von Datev nutzen. Außerdem können sie gegebenenfalls für ihr Rechnungswesen oder auch die Finanz- und Liquiditätsplanung von Anfang an spezialisierte Software einsetzen, die die individuell gestaltbare Zusammenarbeit mit dem Steuerberater effizient unterstützt und sich flexibel der Größe des wachsenden Unternehmens anpasst. ■

Zur Autorin



Claudia Specht arbeitet als Pressesprecherin bei der Datev eG, einem IT-Dienstleister für Steuerberater, Wirtschaftsprüfer, Rechtsanwälte und deren Mandanten.



Innovation realisieren, Zukunft gestalten

Risikokapital für junge Technologie- unternehmen

Der High-Tech Gründerfonds ist Ihr Partner in der Frühphasenfinanzierung: Wir unterstützen Sie bei der unternehmerischen Umsetzung von Innovationen von der Unternehmensgründung bis zur erfolgreichen Markteinführung. Wir stehen mit Startkapital und Know-how an Ihrer Seite.



High-Tech Gründerfonds

Ludwig-Erhard-Allee 2 | 53175 Bonn

Telefon: +49 (0)228-965685-00

Telefax: +49 (0)228-965685-50

E-Mail: info@high-tech-gruenderfonds.de

<http://www.high-tech-gruenderfonds.de>

Investoren bei der Arbeit

Eine ganz normale Venture-Woche

Der Internetauftritt einer Venture Capital-Gesellschaft verrät, welche Branchen im Fokus stehen, wie viel Geld fließt, wer nach welchen Kriterien über die Investition entscheidet. Was ein Investmentmanager aber genau macht, ist wenig transparent. Für das VentureCapital Magazin hat Andreas Rüter von Grazia Equity eine ganz normale Arbeitswoche protokolliert.

„Der 7.23-Uhr-Zug zum Partner-Meeting ist mein Start in die Woche. Der Besuch des Oktoberfestes ist halbwegs verarbeitet, nicht aber die Liste von E-Mails inklusive der Dutzend neuen Businesspläne, die noch Ende letzter Woche eingegangen sind. Montag ist immer Partnertag – Diskussion des Status der Portfoliounternehmen, Präsentation durch Gründer potenzieller Beteiligungen, Vorstellung neuer Businesspläne durch die Partner und Besprechung der anstehenden Termine und Entscheidungen diese Woche.

Torsten Kreindl berichtet von seinem Trip nach Israel, er hat Gründer und Management eines sehr spannenden Start-ups mit einer revolutionären neuen Technologie sowie lokale Investoren und Fachleute vor Ort getroffen. Wir diskutieren intensiv die Chancen und Risiken, wie die Produkte in den Markt eingeführt werden können, welcher Wettbewerb zu erwarten ist. Neu für mich ist der ‚WAF‘ – der Women Acceptance Factor – als Kaufentscheidungsmerkmal. Wieder etwas gelernt.



Das Meeting der Partner geht weiter: Die fünf Partner stellen vorselektierte Unternehmen vor, also die 10% der Anfragen, die die erste Prüfungshürde übersprungen haben. Erich Rauschenbusch, der 40 Jahre FuE-Erfahrung in die Waagschale werfen kann, stellt ein völlig neues Motor-/Batterie-Konzept vor. Wir entscheiden, dass das Konzept zu lange zur Marktreife benötigt und zudem zu kapitalintensiv ist. Schade, eigentlich wünscht man sich Beteiligungen, die irgendwann einmal einen etablierten Markt revolutionieren. Daneben besprechen wir jede Woche intensiv unsere existierenden Beteiligungen. Drei bis fünf werden von jedem Partner betreut. Drei wichtige Board-Meetings stehen in den kommenden zwei Wochen an, die vorbereitet werden müssen.

Der Austausch im Partnerteam ist essenziell – manchmal ist man von einer Technologie, einem faszinierenden Unternehmer schnell begeistert und stellt ‚sein‘ Unternehmen als neuen Superdeal vor. Die Diskussionen im Partnerkreis mit diversem Hintergrund beleuchten einen Businessplan sehr kritisch aus den unterschiedlichsten Perspektiven. Unternehmerischer Spirit, die Fähigkeit, sich schnell in neue Themen einzuarbeiten, gute Menschenkenntnis, spezifisches Branchen-Know-how, gutes finanzwirtschaftliches Verständnis, viel Optimismus und gute Nerven werden benötigt.

Neben einer interessanten Pipeline an Businessplänen und einer guten Entwicklung der Portfoliounternehmen ist das Netzwerk entscheidend für den Erfolg – Zusammenarbeit mit anderen Investoren, gute Anwälte/Wirtschaftsprüfer, exzellente Kontakte in Unternehmen. Seit kurzem unterstützt uns Lothar Späth, der uns mit seiner politischen und unternehmerischen Erfahrung Türen öffnet und Sparringspartner ist.

Ich berichte von der European Energy Venture Fair letzte Woche in Zürich. Alle wesentlichen Investoren aus Europa, die im Cleantech-Bereich investieren, waren da – inklusive einer dieses Jahr stark gewachsenen Zahl von Corporate Venture-Teams. Neue Trends, Schwerpunkte wurden diskutiert, Möglichkeiten für Syndizierung von Deals ausgelotet, Portfolio-Firmen vorgestellt – aber auch an der Bar abends die Leiden und Freuden eines Venture Capitalists diskutiert.

Dienstagabend fliegen Jochen Klüppel und ich nach Hamburg, eine Stadt mit Emotionen – lange war ich dort im Aufsichtsrat einer der Vorzeigebetriebe für erfolgreiche Frühphasen-Finanzierung. Am morgigen Mittwoch ist Beiratssitzung bei Statista, Start-up des Jahres 2008 mit monatlichem Gründertagebuch in der Financial Times Deutschland. Auf dem Programm stehen neue Kooperationen, die Kommerzialisierung der Produkte und das vom neuen Vertriebsteam erstellte Konzept. Wir haben heimlich Tischfußball trainiert, in der Mittagspause steht das Duell gegen die Gründer an.

Bevor es nachmittags nach Berlin



weitergeht, treffen wir noch ein Internet-Start-up. Sehr interessantes Konzept zur Aufwertung von Chats, aber wir haben auch viele Fragen mitgenommen, die wir im Partner-Meeting diskutieren werden.

In Berlin haben wir ein volles Programm: Zur Einstimmung auf die Strategiesitzung und Gesellschafterversammlung bei einer unserer Beteiligungen am Donnerstag treffen wir am Vorabend Management und Co-Investoren aus



England zum Abendessen – an einer dieser Locations in Berlin, die super-hip und daher nicht zu finden sind. Berlin ist cool, fast alle Internet-Gründungen passieren hier, also hänge ich nach einem intensiven Meeting-Tag noch den Freitagvormittag an, treffe

einen Professor, der etablierte Firmen bei Adaption von Web 2.0-Themen berät, sowie die Gründer zweier junger Unternehmen. Das ist die Krönung dieses Jobs: Unternehmer zu treffen, die mit größter Leidenschaft neue spannende Ideen in die Realität umsetzen.

Freitagabend: Die Woche ist wieder wie im Fluge vorbeigezogen. Spannende Eindrücke, weiterer guter Fortschritt bei einigen unserer Unternehmen, erfolgreiche Problemabarbeitung bei anderen. Neue Businesspläne geprüft, Netzwerk gepflegt – langweilig wird es in diesem Beruf nicht. Den E-Mail-Stapel, der sich schon wieder angesammelt hat, verdränge ich erst einmal. Schließlich gibt es ja den 7.23-Uhr-Zug Montag früh.“ ■

Zum Autor



Vor vier Jahren stieg **Andreas Rüter** als Partner bei Grazia Equity in das Venture Capital-Geschäft ein. Er bringt seine langjährige Erfahrung als Geschäftsführer und Europa Board-Mitglied der Beratung Booz & Co sowie als Beirat in verschiedenen Wachstums-Unternehmen ein.

Anzeige

DEUTSCHLANDS ERSTES MAGAZIN FÜR



- PRIVATE EQUITY
- BUYOUTS
- M&A
- FINANZIERUNG
- WACHSTUM
- GRÜNDERKULTUR

KENNELNERN-ABONNEMENT

☐ Ja, ich möchte das monatliche **VentureCapital Magazin** gerne testen und nehme Ihr Kennenlern-Abonnement an. Bitte senden Sie mir die kommenden zwei Ausgaben sowie die Sonderausgabe „Tech-Guide 2009“ zum attraktiven Sonderpreis von 10,- Euro (statt 39,80 Euro) zu. Überzeugt mich die Qualität des Magazins, beziehe ich das VentureCapital Magazin anschließend zum Preis von 148,- Euro pro Jahr (12 Ausgaben zzgl. zwei bis drei Sonderausgaben jährlich). Andernfalls kündige ich mein Kennenlern-Abonnement bis zwei Wochen nach Erhalt der zweiten Ausgabe, und mir entstehen keine weiteren Verpflichtungen.

Name, Vorname:

Postfach/Straße:

PLZ, Ort:

Telefon: Fax:

eMail-Adresse:

Ort und Datum: 1. Unterschrift:

Widerrufsgarantie: Dieser Auftrag kann binnen zwei Wochen widerrufen werden. Rechtzeitiges Absenden genügt.

Ort und Datum: 2. Unterschrift:

Start-up 10

Coupon bitte einsenden an:

GoingPublic Media AG · Hofmannstr. 7a · 81379 München
Telefon: 089-2000 339-0 · Fax-Order: 089-2000 339-39
oder online unter www.vc-magazin.de/abo

Starten Sie Ihr Abonnement jetzt, und Sie erhalten die große Sonderausgabe „Tech-Guide 2009“ (Einzelpreis 14,80 Euro) gratis dazu!



Erfolgsfaktoren für die Pressearbeit

Wozu, womit und für wen eigentlich PR?

Die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit ist für einen langfristigen Erfolg essenziell. Egal, ob Sie besondere Aktionen mit medialer Aufmerksamkeit begleiten, Neukunden gewinnen, Ihr Image verbessern oder sich als Experte positionieren wollen – professionelle PR kann Ihnen dabei helfen.

Deutlich positionieren

Langfristigen Erfolg erreichen Sie nur durch Kontinuität und eine durchdachte Themensetzung. Grenzen Sie sich klar von Ihren Mitbewerbern ab und schaffen Sie eine deutliche Positionierung. Definieren Sie Ihre Zielgruppen – wichtige Bezugsgruppen können auch Investoren oder mögliche Kooperationspartner darstellen. Schließlich geht es darum, die Medienkanäle zu identifizieren, die Ihr Thema am besten transportieren. Auch der Medientyp ist entscheidend: Onlinemedien berichten tagesaktuell und sind nur einen Klick von Ihrer Website entfernt. Manche Zielgruppen sind jedoch online schwer zu erreichen, sodass eine Tageszeitung oder Fachzeitschrift das geeignetere Medium sein wird.

Das richtige Handwerkszeug

Erste Anlaufstelle für Journalisten ist ein Pressebereich auf Ihrer Website. Er enthält multimediales Material für die Presse: druckfähige Portraits der Geschäftsleitung und des Produkts, Hintergrundinformationen, Infografiken und Logos. Wenn Sie einen Blog betreiben oder Twitter nutzen, verlinken Sie auf diese. E-Mail-Adresse und Telefonnummer des Pressekontakts dürfen ebenfalls nicht fehlen. Pressefotos müssen aussagekräftig sein und in Erinnerung bleiben, denn so erhöhen sie die Chance einer Veröffentlichung. Fassen Sie in einer kurzen Unternehmensdarstellung Ihre Geschäftsidee, Ihr Alleinstellungsmerkmal sowie wichtige Zahlen und Fakten zusammen.

Welche Instrumente führen zum Ziel?

Sind Ziele, Zielgruppen und Botschaften definiert, gilt es, die richtigen Instrumente zu finden. Mit dem Versand einer Pressemitteilung können Sie mit wenig Aufwand eine große Zahl von Journalisten erreichen, während Sie mit einer individuellen Ansprache meist stärker wahrgenommen werden. Der Verteiler sollte für jede Meldung angepasst werden, darüber hinaus empfiehlt sich das Anlegen einer Datenbank von Journalisten, die eine hohe

Affinität zum Themenfeld des Unternehmens/der Branche haben und mit denen Sie in regelmäßigem Kontakt stehen. Weitere Instrumente sind z.B. Redaktionsbesuche, Newsletter und Pressekonferenzen. Wägen Sie zeitlichen und finanziellen Aufwand gegen den zu erwartenden Erfolg ab und nutzen Sie die starke Präsenz von Journalisten auf Branchentreffen und Messen!

Journalisten gewinnen

Gehen Sie gut vorbereitet ins Gespräch: Wer ist der richtige Ansprechpartner, hat er sich bereits mit dem Thema beschäftigt und wie ist seine Haltung dazu? Schauen Sie sich das Medium genau an und achten Sie auf die Tonalität. Bieten Sie etwas: Nehmen Sie Bezug auf aktuelle Ereignisse, präsentieren Sie Studien, Kontakt zu Experten oder aktuelle Zahlen. Je exklusiver, desto besser. Fragen von Journalisten müssen schnell beantwortet werden, denn häufig stehen sie unter Zeitdruck. Seien Sie ehrlich und zuverlässig, dann haben Sie die besten Voraussetzungen für eine langfristige Zusammenarbeit. Wenn Sie ein Thema mediengerecht aufbereiten, achten Sie auf die Dramaturgie – vom real existierenden Problem zur Lösung. Haben Sie Kontakt zu Testimonials (zufriedene Nutzer, Kooperationspartner etc.), dann nutzen Sie diese. Auch aktuelle Zahlen oder Trends können die Neugier von Journalisten wecken. Und denken Sie daran: Journalisten schreiben nicht für Sie, sondern für ihre Leser! ■

Zum Autor



Tilo Bonow ist Gründer und Geschäftsführer von piäbo. Seit 2005 berät die Berliner Kommunikationsagentur Unternehmen aus den Bereichen Internet/Technologie, Mobile, Medien und Lifestyle. Neben der klassischen PR liegt ein Themenschwerpunkt auf Onlinekommunikation.

Springen müssen Sie

Wir helfen beim Schwimmen



GENIUS Venture Capital

Partner für Technologieunternehmen



GENIUS

Venture Capital GmbH

SIE WIR

benötigen für
Ihre Idee Startkapital?

bieten Ihnen
Venture Capital.

wollen Ihre
Eigenständigkeit behalten?

gehen eine Partner-
schaft auf Zeit ein.

wollen einen
starken Partner?

garantieren Ihnen
unser Engagement.

Kontakt

Hagenower Straße 73 . 19061 Schwerin
Telefon 0385 3993-500 . Fax 0385 3993-510
eMail info@genius-vc.de . www.genius-vc.de

unterstützt durch das
Ministerium für Wirtschaft,
Arbeit und Tourismus
Mecklenburg-Vorpommern

Ist Online-Reputation steuerbar?

Selbstpräsentation als verkanntes Gründerthema

Bereits in der Bezeichnung „Online-Reputation“ steckt etwas Bedrohliches. Kaum ein anderes Thema wird aktuell so heiß diskutiert wie das eigene Image im Web und die Möglichkeit, an diesem zu feilen. Für unser Ansehen in der realen Welt spielt das Tun und Handeln im Web eine immer größer werdende Rolle. Gründer sind für potenzielle Investoren nur dann Siegertypen, wenn auch die Online-Reputation stimmt. Ist es aber überhaupt möglich, ein gesamtes Leben in der Webwelt zu steuern?

Alles muss zusammenpassen

Das Internet ist nicht nur für seine Pownutzer Ausdruck von Weltoffenheit, Individualismus und einem neuen weltweiten partizipatorischen Demokratieverständnis. Wer etwas auf sich hält und modern sein will, macht mit und offenbart regelmäßig – mal auf den Punkt gebracht, mal missverständlich – seine Meinung in Online-Netzwerken oder lässt in Communitys seine Fotos und Videos von anderen bewerten und kommentieren. Neue Dienste wie Twitter erlauben uns, von jedem Ort aus Dinge online zu publizieren, wann immer wir möchten. Diese Inhalte sollen von möglichst vielen Menschen gelesen werden. Aber wir möchten nicht darüber nachdenken, wie andere unsere Aktivitäten auffassen und welche Auswirkungen dies hat. Was stört dann eine erfolgreiche Gründerbiografie: Zu viel Banalität, prahlende Tiefgründigkeit in den eigenen Aussagen oder die Anzahl der negativen Kritiken? Es gibt kein Geheimrezept, nur die alte Leier von der Authentizität. Alles muss eben zusammenpassen: Das virtuelle Leben mit den Taten in der geschäftlichen und privaten Welt. In privat und geschäftlich lässt sich das virtuelle Leben meist nicht trennen.

In fünf Schritten zum guten Ruf

Online-Reputation kann steuerbar sein, vorausgesetzt insbesondere potenzielle Gründer sind schon als Teenager vorausschauend und achten auf ihren guten Ruf. Mit Antworten auf die folgenden Fragen bekommt man in fünf Schritten die Online-Reputation in den Griff:

1. Status quo der Online-Darstellung

Welche Einträge existieren über mich? Ist die Konnotation negativ oder positiv? Gibt es Namensvettern? Wie alt sind die ältesten Beiträge zu meiner Person?

2. Chancen und Risiken für den guten Ruf

Wie nimmt meine Zielgruppe meine Online-Darstellung wahr? Welche Einträge sind möglicherweise zu privat, negativ oder veraltet? Müssen einige unbedingt aus dem Netz entfernt werden?

3. Strategie für die Webwelt

Was möchte ich an meinem Image genau verbessern? Von welcher Seite will ich mich meinen potenziellen Kunden und Investoren präsentieren? Welches Netzwerk passt zu mir, welches nicht? Ist mein berufliches Interesse sowie Angebot klar ersichtlich? Stehen meine fachlichen und persönlichen Kompetenzen in einem positiven Licht?

4. Monitoring des Online-Ichs

Hält meine Reputation bei regelmäßiger Prüfung durch Suchabfragen meinen Ansprüchen stand? Gerät eine Diskussion aus dem Ruder und muss ich eingreifen?

5. Imageschärfe mit Kontinuität

Pflege ich meine Online-Reputation regelmäßig? Achte ich darauf, dass jede einzelne Aktivität mein Online-Image schärft?

Fazit:

Für manchen Gründer kann es sinnvoll sein, mit Hilfe eines sogenannten „Reputation Defenders“ einen Eintrag aus dem Internet zu löschen. Dieser Dienstleister kann zwar negative Quellen im Internet entfernen, aber nicht alle dazugehörigen Querverweise. Wer im Internet unterwegs ist, muss mit den Spuren leben, die er hinterlässt. Das kann aber auch positiv sein, wenn man sie kennt und zu seinem Vorteil nutzt. Denn Gründerpersönlichkeiten mit Ecken und Kanten sind bekanntlich attraktiv. ■

Zum Autor



Marco Ripanti entwickelt als Gründer und Geschäftsführer der ekaabo GmbH mit Yiid („Your Internet Identity“) ein Drehkreuz für soziale Identitäten (marco@ekaabo.de).

Sie suchen finanzielle Unterstützung in wirtschaftlich schwierigen Zeiten?



Im Auftrag des Bundes sichern wir mit dem KfW-Sonderprogramm die Kreditversorgung des Mittelstands und von großen Unternehmen ohne Kapitalmarktzugang. Mehr Informationen erhalten Sie bei Ihrer Hausbank, unter investitionspaket.kfw.de oder direkt über das KfW Infocenter.

Tel. 0180 1 242428*

Die Zukunftsförderer

*3,9 Cent/Minute aus dem Festnetz der Deutschen Telekom, Preise aus Mobilfunknetzen können abweichen.

Fördermittel á la carte

Vielfältige Angebote für Gründer

Die vielfältige Förderlandschaft in Deutschland provoziert eine Analogie zum Restaurantbesuch: Gründer können sich fast schon á la carte für Fördermittel entscheiden. In welcher Phase darf es sein – oder soll doch lieber der regionale Bezug im Vordergrund stehen? Wie wäre es vielleicht noch mit etwas Beratung dazu?

Förderangebote für Gründer

Auf den ersten Blick scheint die Förderlandschaft in Deutschland keine Wünsche offen zu lassen: Gefördert werden die unterschiedlichsten Gruppen, es gibt Beratungsleistungen vor und nach der Gründung, es gibt Startgelder, und bestimmte strukturschwache Gebiete werden noch mit besonderen Leistungen bedacht – von der EU, vom Bund, den Ländern und schließlich den Industrie- und Handelskammern vor Ort. Förderung bedeutet aber nicht, dass der Gründer oder Jungunternehmer etwas geschenkt bekäme – einen mehr oder weniger großen Eigenanteil muss er stets selbst aufbringen, und jede Form von Darlehen muss selbstverständlich, zu mehr oder weniger guten Konditionen, irgendwann einmal zurückgezahlt werden. Und eines sollte auch immer in Betracht gezogen werden: Förderleistungen sind grundsätzlich mit mehr oder weniger hohem bürokratischen Aufwand verbunden.

Gründungsförderung

All das wird schon bei der elementarsten Form von Förderung deutlich, den Beratungsleistungen in der Vorgründungsphase. Jedes Bundesland hat hier eigene Regelungen getroffen. Berlin beispielsweise bezuschusst bis zu 40 Coachingstunden á 56,25 EUR netto. Der Eigenanteil liegt bei 5%; wer in den Genuss dieser Förderung kommen will, muss an einem Assessmentverfahren zur Ermittlung des Bedarfs teilnehmen. Ähnlich ausgelegt sind die Bestimmungen für das Coaching in der Nachgründungsphase. Etwas übersichtlicher wird es bei einer Förderung, die jeder Gründer in jedem Bundesland gleichermaßen in Anspruch nehmen kann, dem „StartGeld“ der KfW. Dabei handelt es sich um einen Kredit in Höhe von maximal 50.000 EUR pro Gründer mit einer Laufzeit von fünf bis zehn Jahren, von denen die ersten ein oder zwei tilgungsfrei sind. Das StartGeld muss über die Hausbank des oder der Gründer beantragt werden. Das fördernde Element besteht hier in erster Linie darin, dass die KfW die Hausbank zu 80% von der Haftung für diesen Kredit freistellt.

Wer noch keine Hausbank gefunden hat, kann einen Kredit bis zur selben Höhe etwa, um beim Beispiel Berlin zu bleiben, auch durch ein Programm wie „Bürgschaft ohne Bank“ (BoB) erhalten. BoB übernimmt ebenfalls Ausfallbürgschaften in Höhe von 80% der Darlehenssumme.

Stärkung der Eigenkapitalbasis

Um größere Finanzierungsvolumina geht es beim ERP-Kapital für Gründung. Hier wird ein Höchstbetrag von 500.000 EUR als Nachrangdarlehen vergeben. Das Darlehen hat eine Laufzeit von 15 Jahren, von denen die ersten sieben tilgungsfrei sind. Durch Mittel aus dem ERP-Sondervermögen wird der Zinssatz über zehn Jahre gesenkt, zudem wird eine Haftungsfreistellung auf Grundlage einer Bundesgarantie gewährt. Den Antrag für diese Mittel muss der Gründer über sein Kreditinstitut bei der KfW Mittelstandsbank stellen. Ein weiteres bewährtes Instrument der Förderung junger Unternehmen stellen die Mittelständischen Beteiligungsgesellschaften (MBG) der Bundesländer dar. Die MBG gewähren keine Darlehen, sondern sind Risikokapitalgeber, die in der Regel in Form einer stillen Beteiligung Unternehmensanteile erwerben. Typische MBG-Beteiligungen bewegen sich in einer Höhe von 100.000 bis zu 1 Mio. EUR und bringen keinerlei Einschränkung der unternehmerischen Handlungsfreiheit mit sich.

WICHTIGE INTERNET-ADRESSEN

www.existenzgruender.de: Existenzgründungsportal des BMWi mit ausführlichen Informationen zu Förderprogrammen inklusive Verlinkung zu den entsprechenden Programmen der Länder.

www.enterprise-europe-network.ec.europa.eu/info/countries/germany_en.htm: Hier finden sich alle deutschen Beratungsstellen für das 7. Forschungsförderungsprogramm der EU.

www.exist.de: Anlaufstelle für Existenzgründer aus Wissenschaft und Forschung.

www.kfw-mittelstandsbank.de: Startseite der KfW Mittelstandsbank, die ausführendes Organ wichtiger Förderprogramme ist. Ausführliche Informationen im „Gründerzentrum“.

www.signo-deutschland.de: Hier finden Sie alle Anlaufstellen für das Patentschutz-Förderungsprogramm des BMWi.

Forschung und Entwicklung

Neben den bisher vorgestellten Programmen, die im Prinzip von allen Gründern in Anspruch genommen werden können, gibt es spezielle Förderprogramme im Bereich Forschung und Entwicklung. Das 7. Forschungsförderungsprogramm der EU hat noch eine Laufzeit bis 2013 und verfügt über ein Gesamtbudget von über 50 Mrd. EUR. In den Genuss dieser Mittel kommen nicht nur Universitäten und andere Forschungseinrichtungen, sondern auch kleine und mittlere Unternehmen im Sinne der EU-Definition (weniger als 250 Mitarbeiter, Jahresumsatz unter 50 Mio. EUR), die selbst forschen oder Forschungsbedarf haben. Da die Komplexität von EU-Antragsformularen legendär ist, hat das Enterprise Europe Network der Europäischen Kommission in allen Bundesländern zahlreiche Beratungsstellen eingerichtet.

Das von der Bundesregierung aufgelegte Programm zur Förderung von Unternehmensgründungen aus Hochschulen und Forschungseinrichtungen heraus (siehe auch Seiten 42/43) fördert die Einrichtung von entsprechenden Qualifizierungs- und Unterstützungsangeboten und vergibt Gründerstipendien. Diese Stipendien dienen der Sicherung des Lebensunterhalts (bis zu 2.500 EUR pro Monat) sowie der Finanzierung von Sachmitteln (maximal 10.000 EUR) und Beratungsleistungen (maximal 5.000 EUR).

Gerade für Unternehmensgründer aus der Forschung ist ein weiteres spezielles Förderprogramm von Interesse, die Signo KMU-Patentaktion, die aber auch Handwerks- oder landwirtschaftlichen Betrieben offensteht: Sie fördert KMU bei der erstmaligen Sicherung ihrer Ergebnisse aus Forschung und Entwicklung durch Anmeldung gewerblicher Schutzrechte. Der Zuschuss pro Unternehmen beträgt maximal 8.000 EUR.

Fazit:

Kaum ein Gründer wird sein Unternehmen gänzlich aus eigener Kraft aufbauen können und wird deshalb Fördergelder in Anspruch nehmen müssen. Dabei wird er um eine ausführliche Recherche nicht herumkommen: Während nationale und EU-Mittel zumeist standortunabhängig fließen – es gibt aber Ausnahmen! –, sind die Förderprogramme der Bundesländer standortgebunden. Auch wenn sich diese regionalen Programme ähneln, kann die richtige Standortwahl je nach der Art und Branche des Unternehmens Vorteile mit sich bringen. Als Faustregel gilt: Oft sind die Konditionen in den neuen Bundesländern und Berlin günstiger als in den alten. ■

Bernd Luxa
redaktion@vc-magazin.de

Anzeige



Innovation braucht Kapital.

Technologiegründerfonds Sachsen

Wir unterstützen Sie bei der Herausforderung, als innovativer Unternehmer erfolgreich zu sein.

Wir stärken Unternehmern in Sachsen den Rücken mit Venture Capital von 0,2 bis 4 Mio.€.

Sie suchen einen Partner, mit dem Sie von Beginn an stark aufgestellt sind?

Sie haben ein innovatives Unternehmenskonzept und wollen selbständiger Unternehmer werden?

Technologiegründerfonds Sachsen
Management GmbH & Co. KG
Löhrstraße 16
D-04105 Leipzig
E-Mail: info@tgfs.de
www.tgfs.de

Von der Uni in den Chefsessel

Das Programm Exist fördert die Gründerkultur an Hochschulen

Durch Existenzgründungen aus der Forschung entstehen rund siebenmal mehr Arbeitsplätze als in anderen Sektoren. Doch die Förderung unternehmerischer Selbstständigkeit an deutschen Hochschulen war lange Zeit wenig ausgeprägt. Hier setzt das vor zehn Jahren gestartete Programm Exist an, das sowohl die Gründungskultur an Wissenschaftsstandorten vorantreibt als auch konkrete Projekte unterstützt.

Enorme volkswirtschaftliche Bedeutung

Wenn sich diese Idee durchsetzt, könnte der lästige Platte im Fahrradreifen bald der Vergangenheit angehören: Die Rostocker Firma cs.federleicht entwickelte einen sogenannten druckluftlosen Reifen, bei dem eine spiralförmige Feder den Fahrradschlauch ersetzt. Leichtgewichtiger ist



Dieser Fahrradreifen, der statt eines Schlauchs eine Feder verwendet, stammt aus der Universität Rostock. Damit könnten platte Reifen bald der Vergangenheit angehören.

die Konstruktion obendrein. Viele Innovationen dieser Art stammen nicht etwa aus den FuE-Abteilungen etablierter Industrieunternehmen, sondern aus Hochschulen und Forschungseinrichtungen. Damit sich Wissenschaftler mit ihren Entwicklungen auch auf dem Markt durchsetzen können, wurde vor rund zehn Jahren Exist aus der Taufe gehoben – ein Förderprogramm des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie für sogenannte forschungsbasierte Gründungen.

Derartige Vorhaben sind zwar ein kleiner Bereich der deutschen Unternehmenslandschaft, haben jedoch eine enorme volkswirtschaftliche Bedeutung, wie Dietrich Hoffmann, Leiter des Fachbereichs Unternehmensgründung im Forschungszentrum Jülich, betont: „Sie schaffen im Ver-

gleich zu allgemeinen Gründungen siebenmal mehr Arbeitsplätze.“ Die Berliner Außenstelle der bekannten Forschungseinrichtung entscheidet über die Unterstützung der Gründungsvorhaben. Darüber hinaus bringen forschungsbasierte Gründungen neue Technologien deutlich schneller in eine industrielle Anwendung, als es etablierte Unternehmen leisten, ist Hoffmann überzeugt.

Partnerschaft von Staat und privat

Das Programm fördert konkrete Existenzgründungen, aber auch eine Kultur der Selbstständigkeit an Hochschulen und Forschungseinrichtungen. So unterstützt Exist gegenwärtig 46 Projekte, um die Gründungskultur an Wissenschaftsstandorten nachhaltig zu verankern. „Wir wollen dabei auch neue Modelle des Public Private Partnership unterstützen“, sagt der Fachbereichsleiter. Als Beispiel nennt er die Kooperation zwischen der Fachhochschule München und dem Strascheg Center for Entrepreneurship.



Dietrich Hoffmann,
Forschungszentrum Jülich

Die zwei weiteren Fördermodelle sind das Exist-Gründerstipendium und der Exist-Forschungstransfer. Ersteres unterstützt Studierende, Absolventen und Wissenschaftler bei ihrer unmittelbaren Gründungsvorbereitung, d.h. der Erstellung eines Businessplans, der Entwicklung und

DAS FÖRDERPROGRAMM

Seit dem Start des Exist-Gründerstipendiums im Mai 2007 hat das Forschungszentrum Jülich bis Ende August 2009 aus 641 Anträgen 376 Vorhaben zur Förderung empfohlen. Die durchschnittliche Fördersumme beträgt 74.000 EUR je Projekt. Der Forschungstransfer unterstützt derzeit 39 Vorhaben aus 196 Projektanfragen mit einem durchschnittlichen Fördervolumen von 350.000 EUR. In einer zweiten Förderphase können die Unternehmen noch einen Zuschuss von jeweils 150.000 EUR erhalten. Laut der aktuellsten Befragung gründen 70% der Geförderten tatsächlich ein Unternehmen, nur 8% davon mussten ihre Geschäftstätigkeit bislang wieder einstellen. Nach Einschätzung des Forschungszentrums hat Exist damit mehrere Tausend Arbeitsplätze geschaffen, verlässliche Zahlen liegen hierzu allerdings noch nicht vor.

Erprobung von Prototypen und den ersten Schritten zur Unternehmensfinanzierung.

Idee zur Gründung kam vom Professor

Zu den Stipendiaten gehört auch cs.federleicht. Die Entwicklerin des neuartigen Fahrradreifens ist eine an der Universität Rostock angesiedelte Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) mit derzeit drei Mitarbeitern. Die Herstellung



Thomas Lipka,
cs.federleicht

von Federelementen ist das Hauptgeschäftsfeld der Ingenieure. Hierzu benutzen sie keinen Stahl, sondern Faserverbund-Werkstoffe, wie z.B. Carbon. „Dieses Material hat viele Vorteile“, betont der geschäftsführende Gesellschafter Thomas Lipka. „Es ist sehr steif und fest bei geringer Masse, hat nur geringe Ermüdungserscheinungen und ist nicht magnetisch.“ Neben Fahrzeugen sollen vor allem Maschinen aus der Textil-, Verpackungs- und Nahrungsmittelindustrie mit den Federelementen ausgestattet werden. Lipka entdeckte ebenso wie sein Mitstreiter Nick Ohlerich bereits während des Studiums, das noch nicht lange zurückliegt, sein Faible für den Leichtbau. Die Idee zur Firmengründung kam von ihrem Ausbilder, Prof. Dr. Gerhard Scharr, heute der dritte Gesellschafter der GbR. Dem Gründerstipendium habe das Team viel zu verdanken, sagt Lipka: „Die vielen Seminare und Coachings waren ein super Training in Sachen Soft Skills und kaufmännischem Unternehmer-Know-how.“

Technologie aus zwei Promotionsarbeiten

Der Exist-Forschungstransfer konzentriert sich derweil auf Gründungsvorhaben, die besonders innovative und technisch risikobehaftete Produktideen verfolgen. Zu ihnen gehört imcube media, eine aus fünf Mitarbeitern bestehende GmbH im Hause der Technischen Universität Berlin. Das Unternehmen bietet die Konvertierung herkömmlicher zweidimensionaler Filme in dreidimensionale bzw. stereoskopische Filme mittels einer speziellen Software an. „Die Tech-



Das Berliner Start-up imcube media wandelt 2D- in 3D-Filme um. Die Technik dafür entstand in zwei Promotionsarbeiten.

nologie ging aus zwei Promotionen hervor“, berichtet Geschäftsführer Dr. Sebastian Knorr.

Doch sind junge Wissenschaftler eigentlich gute Unternehmer? „Sie sind sehr gut ausgebildet, analytisch geschult, können mit Zahlen umgehen, sind belastbar, haben oft auch schon organisatorische Aufgaben übernom-



Dr. Sebastian Knorr,
imcube media

men und aufgrund der Einwerbung von Drittmitteln teilweise sogar Vertriebs Erfahrung“, so die Einschätzung von Christoph Zinser, Leiter des Spin-Off-Service an der Universität München. Die Servicestelle für Existenzgründungen aus der Wissenschaft hat seit Ende 2004 rund 80 Projekte im Rahmen von Exist begleitet. Wer dagegen schon lange an Forschungseinrichtungen tätig sei, könne



Christoph Zinser,
Universität München

zwar noch eine wichtige Rolle im Bereich Forschung und Entwicklung spielen, die Wandlung zu einem Vorantreiber und Aufbauer gelinge dagegen nur noch selten. „Dazu ist der Transfer von der wissenschaftlichen Welt zur wirtschaftlichen Welt zu schwer“, sagt Zinser. „Aber auch hier bestätigen Ausnahmen die Regel.“ ■

Gregor Jungheim
redaktion@vc-magazin.de



High technology...

...strong in IP...

...from German universities

and research centers...

...to global markets...

...nothing else.

www.triangle-venture.com

Baustein zur Professionalisierung startender Unternehmen

Coaching in der Vorgründungsphase

Kaufmännisches Know-how und Kenntnisse über die Phasen und Fallstricke einer Existenzgründung gehören zum Pflichtwissen eines Gründers. Unternehmerische Persönlichkeit, Mut zum Risiko und eine gute Entscheidungsfähigkeit sind ebenso wichtig, doch schwieriger zu lernen. Vorgründungscoaching ist eines der Mittel, eine dauerhaft tragfähige Unternehmung auf den Weg zu bringen. Voraussetzung ist eine professionelle Handhabung aller Beteiligten.

Erfolg in der Gruppe

Coaching in der Vorbereitung einer Existenzgründung in Anspruch zu nehmen, gehört heute zum guten Ton. Landauf, landab gibt es eine Menge unterschiedlicher Angebote, die Gründungswillige nutzen können. Gerade in der Orientierungsphase vor der Gründung spielen Gruppentrainings, Austausch mit anderen Gründern, Netzwerktreffen und Seminare zur Vermittlung von Grundkenntnissen eine wesentliche Rolle. Das Lernen dieser Grundlagen ist meist besser und effizienter in der Gruppe möglich. Nicht zu unterschätzen ist das Lernen an den anderen, die Einordnung der eigenen Idee und der eigenen Herangehensweise im Vergleich mit denen, die ebenfalls den Start in die Selbstständigkeit wagen. Die wiederholte Präsentation der Geschäftsidee vor anderen, deren Feedback, Kritik oder Anregungen, das Sprechen mit vielen Menschen, die potenzielle Kunden darstellen, überzeugt und begeistert werden wollen, ist ein Trainingsfaktor von großem Wert für die angehenden Unternehmer.

Klare Strategie am Ende

Individuelles Coaching in der Vorgründungsphase hat auch die Aufgabe, das Gründungsvorhaben konkret und mit der Gründerin oder dem Gründer zu entwickeln, beispielsweise Unternehmensstrategie, Marketingkonzept oder Finanzierung. Je konkreter die Gründungsidee entwickelt ist und je näher die Gründung rückt, umso wichtiger wird die individuelle Begleitung durch Profis. Mit Abschluss des Vorgründungscoachings sollten die Coachees eine klare Strategie an der Hand haben, hinter der sie stehen und die sie umzusetzen wissen. Hilfestellung kann auch bei Gründungsformalitäten und organisatorischen Fragen gegeben werden. Der Coach braucht jedoch nicht die Ansprechpartner in Behörden und Beratungsstellen zu ersetzen, auch wenn es zuweilen zeitaufwändig sein mag, formale Schritte zu klären.

Auswahl und Qualität der Coaches

Wichtig für den Coachingerfolg ist vor allem die Auswahl des passenden Coaches für das individuelle Gründungsvorhaben. Vorrangige Aufgabe der Beratungsakteure sollte daher eine Vorauswahl und ein geeignetes Verfahren sein, Coachingbedarf und qualifizierte Experten mit passendem Profil zusammenzubringen. Nur so kann auch sichergestellt werden, dass Gründungswillige überall ein vergleichbares Qualität und ein auf sie zugeschnittenes Angebot erhalten und ihr Bedarf in allen wichtigen Gründungsbereichen berücksichtigt wird. Coaches wiederum haben so die Möglichkeit, sich zu spezialisieren und entsprechend ihrem besten Einsatzfeld zum Zuge zu kommen.

Fazit:

Gründungsnetzwerke, Förderer und Berater vermitteln Kontakte, verkürzen überflüssige Amtswege durch gezielte Kooperation und bündeln notwendige Informationen. Damit leisten sie einen wichtigen Beitrag für die Vorbereitung und den Aufbau von Start-ups. Gefallen ist auf Gründerseite die Scham, sich professionelle Unterstützung zu holen. Galt dieser Schritt noch vor wenigen Jahren als Eingeständnis von Defiziten, so messen sich Gründungswillige heute mit gestandenen Unternehmern und Managern, die auch Beratung einholen. Damit ist die Nachfrageseite gestärkt und wird das Angebot in gefragter Qualität weiter am Laufen gehalten. ■

Zur Autorin



Dorothea Angel ist bei der LASA Brandenburg GmbH verantwortlich für „Innovationen brauchen Mut“. Mit dem u.a. vom Europäischen Sozialfonds finanzierten Projekt fördert das Land Brandenburg innovative Dienstleistungen und technologieorientierte Existenzgründungen (dorothea.angel@lasa-brandenburg.de).



Osborne Clarke brennt für Start-ups.

Osborne Clarke berät Gründer und Venture-Capital-Geber mit großer Kompetenz, ehrlichem Engagement und wirtschaftlichem Weitblick. Damit aus guten Ideen gute Geschäfte werden.

Mehr unter www.osborneclarke.de

Osborne
Clarke



„Erst auf dem Markt merkt der Unternehmer, was los ist“

Interview mit Dr. Hans-Günter Sanftenberg, akkreditierter KfW-Gründercoach

Gründer können auf ein vielfältiges, meist regional fokussiertes Förderangebot in der Vorgründungsphase zurückgreifen. Auch nach dem Start können sie auf weitere Unterstützung bauen, etwa durch das bundesweite „Gründercoaching Deutschland“ der KfW. Im Interview berichtet der akkreditierte KfW-Gründercoach Dr. Hans-Günter Sanftenberg u.a. über Mindestvoraussetzungen auf Gründerseite, seine Ausschlusskriterien und welche Themen ausgeklammert werden müssen.

VC Magazin: Herr Dr. Sanftenberg, wie wird man eigentlich Gründercoach?

Sanftenberg: Ich bin promovierter Volkswirt, aber als Lehrbeauftragter an der TFH Wildau habe ich mich von der großen Breite der Volkswirtschaft auf vergleichsweise enge Themen wie Unternehmensfinanzierung und Gründungsberatung spezialisiert. 1993 wurde ich Unternehmensberater und habe den Fokus auf Gründer gelegt, genauer auf die Sicherung und Festigung von Existenzen. Es macht mir einfach Spaß, gemeinsam mit Gründern Probleme zu lösen und zu sehen, wie sich die Unternehmen entwickeln.

VC Magazin: Auch im Gründungsprozess gibt es Beratungsangebote. Wofür braucht es spezielles Nachgründungs-Coaching?

Sanftenberg: Die Beratung in der Vorgründungsphase halte ich für recht eng gefasst. Man erstellt ein Konzept, kann vielleicht Fördermittel in Anspruch nehmen und legt los. Das ist alles noch Theorie. Aber erst, wenn der Unternehmer wirklich auf dem Markt ist, merkt er, was dort los ist. Er wird mit neuen Problemen konfrontiert, und ihm stellen sich völlig neue Fragen, bei deren Beantwortung wir als Coaches helfen.

VC Magazin: Worauf sollten Gründer achten, wenn sie über die KfW-Beraterbörse nach Hilfe suchen?

Sanftenberg: Die einzelnen Experten haben ihre Spezialfelder im Regelfall sehr detailliert aufgeführt. Gründer können also genau nach dem Coach für ihre individuellen Bedürfnisse suchen. Einen Punkt sollten sie zwingend beachten: Räumliche Nähe ist unabdingbar.

VC Magazin: Welche Mindestvoraussetzungen müssen auf Gründerseite erfüllt sein, welche Ausschlusskriterien haben Sie?

Sanftenberg: Eine zwingende Voraussetzung in der Nachgründungsberatung ist die Wirtschaftlichkeit. Der Gründer muss in der Lage sein, kostendeckend zu arbeiten. Auch sei-

ne kalkulatorischen Kosten inklusive kalkulatorischer Unternehmerlohn sind zu decken. Hobbygründer, die das nebenbei machen, können keine Programmförderung erhalten. Entweder man ist Unternehmer oder man ist es nicht, dazwischen gibt es nichts.

VC Magazin: Welche Themen müssen ausgeklammert werden, wo sehen Sie die stärkste Nachfrage?

Sanftenberg: Rechts- und Steuerberatung kann man staatlich einfach nicht fördern, das muss vom Unternehmen bezahlt werden. Großer Beratungsbedarf besteht in den Feldern Investition und Finanzierung: Wie komme ich an Geld, wie entwickelt sich der Umsatz bei einer Geschäftserweiterung? Eine große Nachfrage besteht auch bei der Ausarbeitung von Marketingstrategien sowie bei der Erstellung von Marktstudien.

VC Magazin: Was war Ihr Highlight in Ihrer Laufbahn als Gründercoach?

Sanftenberg: Ich freue mich immer, wenn sich von mir beratene Gründungen als nachhaltig erwiesen haben. Zu meinen Favoriten gehören die Pension zur Kornkammer in Großbeeren und Scandtrack Touristik aus Borgsdorf. Das Unternehmen bietet Jugendlichen Kanu- und Fahrradtouren in Skandinavien.

VC Magazin: Danke für das Gespräch. ■

torsten.passmann@vc-magazin.de



Dr. Hans-Günter Sanftenberg: „Es macht Spaß, gemeinsam mit Gründern Probleme zu lösen.“

Zum Gesprächspartner

Dr. Hans-Günter Sanftenberg ist seit 1993 als freiberuflicher Unternehmensberater tätig und hat sich auf Existenzgründungen spezialisiert. Der akkreditierte KfW-Gründercoach gehört dem Programm seit dessen Auflegung im Jahr 2007 an.

Nicht abschrecken lassen!

Was Start-ups beim Einwerben von Fördermitteln beachten sollten

Die Produktentwicklung, der Aufbau von Team und Organisation und die erfolgreiche Markteinführung sind Herausforderungen, denen sich Start-ups stellen müssen. Voraussetzung ist in der Regel eine solide Finanzierung, die trotz des High-Tech Gründerfonds in Deutschland häufig eine echte Hürde darstellt. Fördermittel können den Start eines Technologieunternehmens erleichtern.

Gute Gründe sprechen für Fördermittel

Klassische Fördermittel sind attraktiv, denn in der Regel werden sie in Form von Zuschüssen gewährt, die nicht oder nur bedingt zurückzahlen sind. Hinzu kommt, dass geförderte Projekte häufig zu innovativeren Produkten und Dienstleistungen und damit zu einem Wettbewerbsvorsprung führen. Durch Kooperationen in geförderten Verbundprojekten können zudem wichtige Partner und Kunden gewonnen werden. Es gibt also gute Gründe, als Start-up Fördermittel einwerben zu wollen. Dennoch sollten Interessenten unbedingt die folgenden Tipps beachten, bevor sie sich Hals über Kopf in den nächsten Förderantrag stürzen:

1. Wer fragt, gewinnt

Erfahrungsgemäß ist die Vielfalt der Fördermittel für Start-ups auf den ersten Blick abschreckend. Nicht umsonst grassiert das Wort „Förderdschungel“. Entsprechend gilt: Lassen Sie sich gut beraten! Qualifizierte Ansprechpartner helfen Ihnen in der jeweiligen Region, in Hamburg ist dies z.B. das Mittelstandsförderinstitut.

2. Fördermittel haben eigene Gesetze

Fördermittel wollen Unternehmen und Arbeitsplätze schaffen, während Investoren primär Geld verdienen wollen. Dies führt zu unterschiedlichen Sichtweisen: Während ein Investor z.B. Entwicklungsrisiken eher negativ bewertet, ist ihre Existenz oft Voraussetzung, damit ein Fördermittel überhaupt aktiv werden kann. Und ein Investor freut sich in der Regel, je früher seine Start-ups am Markt aktiv werden. Aus wettbewerbsrechtlichen Gründen verlangen Fördermittel jedoch häufig, dass sich die geförderten Projekte vollständig in der vorwettbewerblichen Phase befinden. Antragsteller sollten diese Unterschiede kennen und bei ihren Planungen berücksichtigen.

3. Fördermittel oder Investor?

Ein Projekt kann in der Regel nur mit etwa 50% gefördert werden. Ein Start-up steht daher vor der besonderen He-

rausforderung, nachzuweisen, wie es die verbleibenden 50% aufbringen wird. Hier hilft eine solide Finanzierung, idealerweise mit Eigenkapital. Für Start-ups kann eine Förderung eine Finanzierung durch Investoren daher in den wenigsten Fällen ersetzen. Stattdessen stellt sie eine sinnvolle Ergänzung dar. Eine Ausnahme bildet der Hamburger Pro-Ideenfonds, der technologisch innovative Start-ups in der Vorgründungsphase mit bis zu 50.000 EUR unterstützt. Hier liegt die Förderquote bei bis zu 100%.

4. Augenmaß beweisen

Jedes Fördermittel verursacht auch bürokratischen Aufwand. Zudem können Start-ups dazu verleitet werden, sich strategisch nicht nach dem Markt, sondern nach den Förderungen auszurichten. Das kann fatale Folgen haben. Entsprechend gilt es, genau zu prüfen, welches Fördermittel sinnvoll ist – denn langfristig hilft nur Umsatz, nicht Förderung.

Fazit:

Deutschland ist bezüglich der Förderung von Start-ups im internationalen Vergleich gut positioniert. Entsprechend vielfältig sind die Förderangebote. Gründer stehen daher vor der Herausforderung, eine passende Förderstrategie zu entwickeln. Übertriebenes Fokussieren auf Fördermittel ist dabei genauso falsch wie eine kategorische Ablehnung. Clever eingesetzt können Fördermittel eine sehr positive Wirkung entwickeln und maßgeblich zum Gesamterfolg eines jungen Technologieunternehmens beitragen. ■

Zum Autor



Dr. Heiko Milde ist Geschäftsführer der 2001 gegründeten MAZ level one GmbH. Die Hamburger Gesellschaft finanziert und betreut junge Technologieunternehmen bereits in der Gründungsphase. Seit 2009 betreut sie den Pro-Ideenfonds der Hansestadt.

Strukturwandel als Antrieb

Regionale Initiativen beleben Gründungsgeschehen

In der Wirtschaftsgeschichte haben Namen wie Krupp, Thyssen oder Siemens einen hervorragenden Klang. Sie zeigen, dass in Deutschland durchaus der Nährboden bestand, um aus dem Nichts Weltkonzerne zu formen. Seit dem Zweiten Weltkrieg ist das mit SAP allerdings nur einem Konzern gelungen und viele der alten Helden stammen aus Industrien, die vom Niedergang gekennzeichnet sind. Sichtbar wird das besonders in den Küstenregionen, wo die Werften gestorben sind, und im Ruhrgebiet, wo fast alle Schlote als stumme Zeugen des Verfalls in den Himmel ragen. Um den Strukturwandel aufzufangen und einen neuen Gründergeist zu entfachen, sind quer durch die Republik regionale Gründerinitiativen entstanden.

dortmund-project

Vielleicht ein regionales Wahrzeichen, auf jeden Fall eine Erinnerung an einen Eckpfeiler der Dortmunder Wirtschaft: Beim Verlassen des Hauptbahnhofs fällt der Blick fast unweigerlich auf das imposante Gebäude der Union-Brauerei. Aber das ist Geschichte – ebenso die einstmalen so florierenden Branchen Kohle und Stahl. Seit den 1970ern musste die westfälische Metropole den Wegfall von vielen zehntausend Arbeitsplätzen verkraften. Um dem Strukturwandel etwas entgegenzusetzen, riefen die Stadtväter gemeinsam mit ThyssenKrupp und der Unternehmensberatung McKinsey das dortmund-project ins Leben. Die beiden Ziele waren eindeutig: die etablierten Branchen sollten mit geeigneten Maßnahmen unterstützt und die Ansiedelung neuer Unternehmen durch verbesserte Rahmenbedingungen gefördert werden. Als Herzstück des dortmund-projects haben sich seitdem die drei jährlichen Gründungswettbewerbe herauskristallisiert. Ungewöhnlich für eine regionale Initiative ist dabei die

Offenheit, denn die Teilnehmer dürfen aus dem ganzen Bundesgebiet stammen. Der Trick an der Sache: Die Sieger erhalten die Fördersumme nur bei einer Gründung vor Ort. Das Konzept ist aufgegangen, denn nur rund 20% der Teilnehmer sitzen vor Ort, aber 40% der tatsächlichen Gründungen werden in Dortmund realisiert. Gestärkt durch den starken wissenschaftlichen Hintergrund (Universität und Fachhochschule) sowie das TechnologieZentrumDortmund konnten verschiedene Zukunftsbranchen, u.a. Software, Mikrosystemtechnik und Logistik, ihre Präsenz ausbauen und Arbeitsplätze schaffen.

WFB Wirtschaftsförderung Bremen

Für Außenstehende strahlen vor allem die Triumphe des Fußballclubs SV Werder Bremen auf die Hansestadt ab. Sonstige Erfolgsgeschichten, auch aus Gründersicht, sind rar – vielmehr leidet die Stadt unter dem Niedergang ehemaliger Wertschöpfungsträger wie Schiffbau oder Stahlindustrie. Um die regionale Wirtschaft zu dynamisieren, wurde daher 2006 die Bremer Investitions-Gesellschaft mbH (BIG) installiert, um die Wirtschaftsförderungspolitik aus einer Hand zu organisieren. Im Juni 2009 erfolgte dann – durch den Zusammenschluss u.a. mit Bremen Marketing – die Neuaufstellung unter dem Dach der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH. Zu den Angeboten im Bereich der Existenzgründungsförderung gehören beispielsweise zwei spezielle Wagniskapitalfonds, die bis zu 150.000 bzw. bis zu 400.000 EUR als stille Einlage zur Verfügung stellen. Ebenso werden Gründer beraten, die Neuan siedelung von Unternehmen gefördert und innovativen Unternehmen durch Technologie- und Gründerzentren ein guter Nährboden bereitet.

GRÜNDERINITIATIVEN (AUSWAHL)

Name	Fokusregion	Website
dortmund-project	Dortmund	www.dortmund-project.de
f.u.n. netzwerkNordbayern	Nordbayern	www.netzwerk-nordbayern.de
Forum Kiedrich	Wiesbaden	www.forumkiedrich.de
Hannover Impuls	Hannover	www.hannoverimpuls.de
Innosachs	Mittelsachsen	www.innosachs.de
Innovationscampus der Wolfsburg AG	Wolfsburg	www.wolfsburg-ag.com
NUK Neues Unternehmertum Rheinland	Rheinland	www.neuesunternehmertum.de
promotion Nordhessen	Nordhessen	www.promotion-nordhessen.de
WFB Wirtschaftsförderung Bremen	Bremen	www.wfb-bremen.de

Quelle: eigene Recherche

Netzwerk Nordbayern

Auf den ersten Blick mag der Name anglophilen Menschen lustig erscheinen, aber f.u.n. Netzwerk Nordbayern meint es ernst. Der Förderverein innovatives Unternehmertum Nordbayern (f.u.n.) hat das Netzwerk 1999 als operative Einheit gegründet, um innovative Gründer und bereits am Markt aktive Unternehmen vorrangig entlang der Autobahn A3 (Aschaffenburg, Würzburg, Nürnberg, Regensburg) zu unterstützen. Die Nürnberger begleiten Entrepreneure von den ersten Schritten der Unternehmens-



Bei den meisten Förder- und Gründungsinitiativen spielen Businessplan-Wettbewerbe eine gewichtige Rolle: Im Rahmen von Prämierungsfeiern wie nach der ersten Phase des BPW des Netzwerk Nordbayern (li.) lassen sich spielend Kontakte knüpfen. Neben der Aufmerksamkeit von Investoren können Sieger, so wie die Teilnehmer von start2grow, auch mit überdimensionalen Schecks rechnen. Bevor es soweit ist, vermitteln Coachingabende wie vom rheinischen Netzwerk NUK fehlendes Wissen.

planung und der Erstellung eines Businessplans bis zur Vermittlung von Investoren. Im Angebot befinden sich Seminare u.a. zu den Themenbereichen Marketing und Vertrieb sowie Unternehmenssteuerung und -entwicklung. Wertvoll ist auch der Businessplan-Wettbewerb, bei dem Gründer sich und ihre Ideen weiterentwickeln und Investoren auf sich aufmerksam machen können. Gerade im letztgenannten Punkt kann die Initiative einiges für ihre Gründer erreichen: Dank eines umfangreichen Investorennetzwerks (von Business Angels über Venture Capital-Gesellschaften bis hin zu Kreditinstituten konnte bereits 108 Finanzierungen mit einem Gesamtwert von knapp 130 Mio. EUR vermittelt werden. Vorteilhaft für junge und innovative Unternehmen ist neben der Forschungs- und Hochschullandschaft mit über zehn Universitäten und Fachhochschulen die Nähe zu Weltkonzernen wie adidas-Salomon, BMW oder Siemens.

Fazit:

Nach dem Prinzip „Stärken stärken“ agieren bundesweit die verschiedensten Gründerinitiativen. Viele von ihnen sollen den Strukturwandel von der Industrie- zur Wissensgesellschaft positiv begleiten. Oftmals steht dabei im Vordergrund, die vorhandenen Strukturen zu nutzen, um wachstumsstarke Technologiecluster zu bilden. Vor allem Dortmund zeigt, wie ein bundesweit ausgerichteter Businessplan-Wettbewerb dem Standort nützlich sein kann: Vor Ort gründen doppelt so viele Teilnehmer, wie aus der Region stammen. Insgesamt haben Vielfalt und inhaltliches Spektrum der verschiedenen Gründerinitiativen dazu beigetragen, zahlreiche neue Arbeitsplätze zu schaffen. ■

torsten.passmann@vc-magazin.de

Anzeige

Information & Communication Technologies

seventure

We're looking for innovative companies with strong growth potential and differentiators involved with:

- > Mobility and fixe-mobile convergence
- > Telecom Infrastructure
- > e-commerce and web-based services
- > Software & Software as a Service
- > Semiconductors



Contact

Wolfgang KRAUSE
Germany
deutschland@seventure.fr

seventure

Maximilianstraße 36
80539 München - Germany
Tél. +49 89 87 80 68 60
Fax +49 89 87 80 68 69-9
www.seventure.fr

Immer mehr Frauen gründen

Positiver Einfluss von spezifischen Förderprogrammen

Die Bundesregierung verfolgt seit Jahren ein starkes Commitment im Hinblick auf die Erhöhung der Zahl von Unternehmensgründungen und ist mit ihren Förderinstrumenten sehr erfolgreich. Die Exist-Initiative des Bundes, das Programm Power für Gründerinnen und die Einrichtung der bundesweiten gründerinnenagentur (bga), die von drei Bundesministerien und dem Europäischen Sozialfonds gefördert wird, haben das Gründungsgeschehen in Deutschland in den letzten Jahren positiv beeinflusst.

Anstieg gegen den Trend

Die positive Wirtschaftsdynamik der letzten Jahre sowie die Abschaffung von Förderinstrumenten wie der Ich-AG haben die Gründungsquote laut KfW-Gründungsmonitor von einem zwischenzeitlichen Hoch im Jahr 2004 von 2,3% auf geschätzte 1,5% im Jahr 2008 fallen lassen. Diesem negativen Trend steht eine sehr positive Entwicklung bei den Unternehmensgründungen von Frauen gegenüber. Dies belegt, dass vor allem zielgruppenspezifische Förderprogramme eine starke Gründungsdynamik entfalten können. Lag der Gründerinnenanteil 2003 laut KfW-Bankengruppe noch bei 38%, stieg er bis 2008 auf 41,4%.

Genderspezifische Programme mobilisieren

Das Monitoring von speziellen Gründungsinitiativen für Frauen zeigt, dass diese Zielgruppe vor allem in der Phase der Entscheidungsfindung und bei den ersten Gründungsschritten in besonderem Maße von genderspezifischen Angeboten profitiert, denn im Vergleich zu männlichen Gründern setzen Frauen hier andere Prioritäten. Sie gehen sehr risikobewusst vor, bevorzugen Kleingründungen und beziehen ihre Vision neben dem unternehmerischen Erfolg auch auf das Setzen neuer Qualitätsstandards bei Produkten und Dienstleistungen und die Umsetzung persönlicher Lebenskonzepte im Rahmen ihrer Strategien. Die Nano Entrepreneurship Academy (NEnA), ein Projekt des Aktionsprogramms „Power für Gründerinnen“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF), adressiert beispielsweise Wissenschaftlerinnen aus der Nanotechnologie und bereitet Gründerinnen mit Workshops auf die Umsetzung ihrer Geschäftsideen vor. Ein Drittel der bisherigen Teilnehmerinnen konnte so zur Gründung geführt werden. Das Beispiel belegt eindrücklich, dass Frauen auf diesem Wege nicht zuletzt auch für die großen Zukunftsbranchen des Technologiesektors als Gründerinnen gewonnen werden können.



Dank gezielter Förderung steigt der Gründerinnenanteil auch im Technologiesektor.

Fazit:

Da Unternehmensgründungen ein komplexer Prozess sind, kommt Hilfestellungen in den unterschiedlichen Phasen eine wichtige Funktion bei der Etablierung von Neugründungen bei Frauen zu. Wichtige Bausteine sind u.a. das Gründercoaching der KfW, das eTraining-Lernprogramm speziell für Gründerinnen des Bundeswirtschaftsministeriums und der bga, die vom Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (Bafa) erweiterten Fördermöglichkeiten für Beratungen während des Unternehmensauf- und -ausbaus sowie das Informations- und Serviceportal der bundesweiten gründerinnenagentur. Je nachhaltiger das Förderangebot in diesen Phasen ist, umso eher gelingt es den neuen Unternehmen, sich langfristig am Markt zu etablieren. ■

Zur Autorin



Iris Kronenbitter ist Projektleiterin bei der bundesweiten gründerinnenagentur bga mit Sitz in Stuttgart. Das Service- und Kompetenzzentrum berät zur unternehmerischen Selbstständigkeit von Frauen über alle Branchen und Phasen der Existenzgründung und des Unternehmensausbaus. Zu den Arbeitsschwerpunkten gehören u.a. technologieorientierte Gründung, Gründung aus den Geistes- und Sozialwissenschaften sowie Unternehmensnachfolge.

Deutschland mangelt es nicht an Innovationen – die Umsetzung in eine tragfähige Geschäftsidee will jedoch gut durchdacht sein

Deutschland ist innovationsstark. Dies beweisen die aktuellen Zahlen des größten branchenspezifischen Wettbewerbs Science4Life. Dennoch haben sich auch für Gründer in den Bereichen Life Sciences und Chemie die Bedingungen geändert: Seed-Kapital liegt nicht mehr auf der Straße. Vielmehr müssen Jungunternehmer bei ihren Planungen an besondere Finanzierungsmodelle denken. Private Geldgeber und Kooperationsmodelle mit großen Unternehmen sind eine begehrte Möglichkeit zur Beschaffung von Kapital. Ein fundierter Businessplan ist hierzu der Türöffner. Einige Gründer unterschätzen noch immer seine Bedeutung. Die Aufbereitung eines Businessplans ist sehr zeitaufwendig. Die intensive Auseinandersetzung mit der eigenen Geschäftsstrategie lohnt sich jedoch. Ein aussagekräftiges Zahlenwerk sowie eine klare Darstellung der Idee überzeugen und verhelfen zu Wettbewerbsvorteilen. Dabei sollten Gründer ihre Unternehmung nicht im Alleingang starten. Von keinem Wissenschaftler kann man erwarten, dass er gleichzeitig Experte für alle

gründungsrelevanten Themen ist. Patent, Personal-, Marketing- oder vielleicht auch juristische Fragen können nur von Fachleuten bearbeitet werden. Eine allzu wissenschaftliche Sprache sollte einer an betriebswirtschaftlichen Interessen orientierten Ausdrucksform weichen. Nur eine Idee, die frühzeitig in Hinblick auf ihre Umsetzbarkeit und Positionierung am Markt überprüft wird, kann überleben. Mit der Teilnahme an einem branchenspezifischen Businessplan-Wettbewerb ist der Gründer mit solchen Fragen nicht alleingelassen. Diese Chance sollte man sich nicht entgehen lassen! ■



DR. GERHARD HAHNER
PROJEKTLEITER
SCIENCE4LIFE E.V.
WWW.SCIENCE4LIFE.DE

Anzeige



Sie suchen Kapital

*... wir bieten Partnerschaft
und Venture Capital*



AURELIA PRIVATE EQUITY

www.aurelia-pe.de - info@aurelia-pe.de - 069-80900

Hilfreiche Kontaktbörse

PE PiezoElectronics wächst im Inkubator

Die ersten Schritte, sagt Reinhard Ulrich, waren „sehr ermutigend“. Zu Jahresbeginn 2008 hat sich der erfahrene Verfahreningenieur selbstständig gemacht. Sein Unternehmen PE PiezoElectronics GmbH entwickelt und produziert piezoelektrische Bauteile, vor allem so genannte Piezokomposit-schwinger. Sie kommen in Ultraschallsensoren zum Einsatz und können unter anderem zur Rohrprüfung oder zur Durchflussmessung von Gasen eingesetzt werden. Das Marktpotenzial, sagt Ulrich, sei theoretisch sehr groß.

Größere Stückzahlen als Ziel

Mit seiner Neugründung PE PiezoElectronics GmbH bedient der 58-jährige Unternehmer Reinhard Ulrich, der zuvor lange Jahre Führungspositionen in der chemischen Industrie innehatte, einen sehr speziellen Markt. Seine piezoelektronischen Kompositwerkstoffe ließen sich bislang nur einzeln in Forschungseinrichtungen herstellen. Ulrich will nun ein industrielles Verfahren anwenden, das unter anderem in Zusammenarbeit mit dem Saarbrücker Fraunhofer-Institut für zerstörungsfreie Prüfverfahren (IZFP) entstanden ist und auch größere Stückzahlen ermöglicht.

Von der Lohnfertigung zur Eigenproduktion

Aktuell allerdings steckt die PiezoElectronics GmbH noch in den Kinderschuhen. Das Personal besteht zurzeit noch aus Ulrich und seinem Sohn. Wesentliche Teile der Fertigung übernimmt eine Spezialfirma, die eigentlich die zur Produktion nötigen Hightech-Maschinen herstellt und auch gerne an das junge Unternehmen verkaufen würde. Diese Investition läge indes „deutlich im sechsstelligen Bereich“, sagt Ulrich – aktuell ist das eine zu große Hausnummer. Zwar gäbe es – wie schon für die Firmengründung – die Möglichkeit, Fördermittel des Landes Rheinland-Pfalz zu bekommen. „Dafür braucht es allerdings einen Side-Investor, der sich beteiligt“, sagt Reinhard Ulrich. Immerhin: Neben dem Beweis, dass Ulrichs Verfahren funktioniert, bringt das junge Unternehmen, das im Ludwigshafener



Die Vernetzung im chem2biz bringt dem Start-up PiezoElectronics Vorteile.

Hightech-Gründerzentrum chem2biz Labor- und Büroräume hat, gute Referenzen mit. PE PiezoElectronics wurde in das Mentorenprogramm der „Wissensfabrik für Deutschland“ aufgenommen, mit der über 60 große deutsche Unternehmen unter anderem Existenzgründer und Jungunternehmer unterstützen, um insgesamt den Standort Deutschland zu stärken.

Der gute Name hilft

Einer der Wissensfabrik-Initiatoren ist der Chemie-Riese BASF, der in Zusammenarbeit mit dem Technologiezentrum Ludwigshafen auf seinem Gelände auch das Gründerzentrum chem2biz aufgebaut hat. „Uns geht es um sinnvolle Vernetzung“, betont chem2biz-Projektleiter Michael Hanf. „Bei den Start-ups ist der Beratungsbedarf, insbesondere in Finanzierungsfragen, hoch. Andere, bereits etwas länger etablierte Unternehmen nutzen nur den Standort und die technischen Services bei der BASF.“ Für Reinhard Ulrich war es genau die Kombination aus beidem, die ihn zum Einzug bewog. „Als Industrie-Ingenieur war die Auffrischung des betriebswirtschaftlichen Know-hows sehr sinnvoll“, betont er. Gleichzeitig hilft die Infrastruktur im und um das chem2biz auch bei der Weiterentwicklung seiner Produkte. „Wenn ich für bestimmte Schritte etwa ein Rasterelektronenmikroskop brauche, ist der kurze Draht sehr sinnvoll“, sagt Ulrich. Zudem, hat der Unternehmer festgestellt, strahle ein Stück des BASF-Renommées auch auf die chem2biz-Mieter ab. Ganz zu schweigen von konkreten Geschäftskontakten, die sich aus der Konstellation ergeben könnten. Über seine Kunden, für die Ulrich die Piezokomposit-schwinger nach Einsatzgebiet und den jeweiligen Anforderungen speziell konfektioniert, redet der PiezoElectronics-Geschäftsführer prinzipiell nicht. Aber von Nachteil dürfte die Vernetzung im chem2biz nicht gewesen sein. ■

KURZPROFIL PE PIEZO ELECTRONICS GMBH

-
-
-
-
-
-

Science4Life Venture Cup

Aufsteiger gesucht!

Mitmachen beim bundesweit größten
Businessplan-Wettbewerb
für Geschäftsideen im Bereich
Life Sciences und Chemie

jetzt
kostenfrei
teilnehmen!

Science 4 Life

GRÜNDERINITIATIVE LIFE SCIENCES CHEMIE

Die Messe

Technologie & Innovation

Hier trifft sich die Branche!

22. Oktober 2009
Jahrhunderthalle Höchst,
Frankfurt am Main

Eintritt frei

Jobbörse &
Partnering

Science4Life ist
eine Initiative von:



sanofi aventis
Das Wichtigste ist die Gesundheit

Anmeldung und Infos zum Wettbewerb
und zur Messe unter www.science4life.de

Messesponsoren:

FUTURE CAPITAL AG
HESSEN LIFE SCIENCES CHEMIE



**JONES
DAY**

Legal Minds.
Global Intelligence.™

**MERCK
SERONO**

Die nährenden Mütter der Gründerszene

Businessplan- und Ideenwettbewerbe in Deutschland

Nach stark rückläufigen Zahlen im Jahr 2008 konnte das Institut für Mittelstandsforschung Bonn für das 1. Quartal 2009 mit 108.679 Existenzgründungen einen Anstieg um 1,2% gegenüber dem Vorjahresniveau feststellen. Die Experten zeigen jedoch nur verhaltenen Optimismus, da auch die Liquidationen um 1% stiegen und die Differenz aus Existenzgründungen und Liquidationen, das Gründungssaldo, negativ blieb. Da Deutschland seinen Gründern von Staats wegen nicht gerade rote Teppiche ausrollt, springen Länder, Regionen und Wirtschaft mit Businessplan- und Ideenwettbewerben in die Bresche, um die Gründerkultur am Leben zu erhalten.

Omnipotente Helfer

Deutschland hat nicht die größte Gründermentalität unter den Nationen. Um es den meist hoch qualifizierten Köpfen schmackhaft zu machen, den langen Hindernislauf zur Selbstständigkeit anzupacken, gehen die meisten Gründerwettbewerbe vor wie die Mama beim Großziehen ihres Säuglings: häppchenweise den Brei einflößen und bei Kummer Hilfe parat haben. Gelockt wird mit einer großen Belohnung am Ende in Form von Geld- und Sachpreisen. Meist fängt es mit einem kurzen Ideenpapier an, das sich stufenweise zu einem ausgewachsenen Businessplan

mausert. Zwischendrin stehen oft Beratungseinheiten, um zu sehen, wo der Schuh drückt. Am Ende muss niemand traurig sein, denn auch Teilnehmer abseits des Siegerentrepchens profitieren von den Tipps, um ihre Idee zu verwirklichen. Um hinterher das Abnabeln aus dem warmen Nest zu erleichtern, hilft Mama auch beim Suchen von Geldgebern, und manche schicken sogar einen Mentor als Helfer für die Anfangszeit in der großen weiten Wirtschaftswelt mit. Doch jede Mama erzieht ihre Kinder ein wenig anders. Illustriert werden die verschiedenen Varianten anhand des VentureCup Mecklenburg-Vorpommern, des Deutschen Gründerpreises sowie des Hightech-Award CyberOne.

CyberOne: Gemeinsam sind wir stark

Die Spezialität von Baden-Württemberg Connected e.V. (bwcon) ist die Vernetzung zwischen Entwicklern, Anwendern und Investoren, wofür das von der Wirtschaft finanzierte Netzwerk mit dem ersten Preis bei Kompetenznetz 2008 ausgezeichnet wurde. Der Erfolg bei interdisziplinärer Zusammenarbeit und branchenübergreifender Technologienutzung bei Kreativwirtschaft, Healthcare sowie Informations- und Kommunikationstechnologie kann sich sehen lassen: Schon 1997 gegründet, verbindet bwcon 420 Unternehmen und Forschungseinrichtungen

[illegible]

* volles Preisgeld bei Gründung in Dortmund
Quelle: eigene Recherche

FINANZIERTE BPW-TEILNEHMER 2008/2009 (AUSWAHL)

Name	Finanzierungssumme	Investor	Zeitpunkt	Wettbewerb
Cormoran GmbH	600.000 EUR	High-Tech Gründerfonds und Seedfonds Bayern (Bayern Kapital)	Sep 08	u.a. BPW Schwaben
Ilias-medical GmbH	600.000 EUR	High-Tech Gründerfonds, Sirius Venture	Apr 08	u.a. Startup-Wettbewerb Rheinland
Kinkon GmbH	750.000 EUR	ISB Rheinland-Pfalz, ShE Informationssysteme, Privatinvestoren	Jul 09	u.a. Gründerwettbewerb – mit Multimedia erfolgreich starten
Rodos BioTarget GmbH	700.000 EUR	High-Tech Gründerfonds, hannover innovations fonds	Dez 08	u.a. Science4Life Venture Cup
SurgicEye GmbH	600.000 EUR	High-Tech Gründerfonds, Technologie-Seed-Beteiligungsfonds-Bayern (Bayern Kapital)	Nov 08	u.a. Münchener BPW
Vimecon GmbH	ca. 1 Mio. EUR	Seed-Fonds Aachen, KfW Mittelstandsbank, Privatinvestoren	Jan 08	BPW Medizinwirtschaft

Quelle: eigene Recherche

und hat sich damit zu Europas größtem Branchennetzwerk aufgeschwungen. Innerhalb Baden-Württembergs hat CyberOne seit 1998 dazu beigetragen, 500 Arbeitsplätze zu schaffen und 220 Mio. EUR an Venture Capital einzuwerben. Der bwcon: Hightech-Award CyberOne hält neben dem Mentoring und der einjährigen Mitgliedschaft im Branchennetzwerk Preise in Höhe von 35.000 EUR für eine breit gestreute Zielgruppe bereit: Mitmachen dürfen sowohl Gründer und Jungunternehmer als auch Spin-offs aus Hochschulen und universitäre Projektgruppen – solange man aus dem südwestlichsten Bundesland der Republik kommt.

VentureCup-MV: Geldsegen für Hochschulen

Mecklenburg-Vorpommerns VentureCup überrascht mit zwei Fakten: Die rund 600.000 EUR an Prämien sind unter den Businessplan- und Ideenwettbewerben in Deutschland Spitze. Und: Mitmachen und gewinnen darf nur der elitäre Kreis von Studenten, wissenschaftlichen Mitarbeitern und Doktoranden von Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen. Der zwischen 2002 und 2007 unter dem Namen „venturesail“ firmierende Wettbewerb versteht sich als Brücke zwischen Wissenschaft und Wirtschaft: Gesucht werden Wissenschaftler und Forscher des Bundeslandes an der Ostseeküste mit Forschungsideen und -ergebnissen, die sich für Spin-offs eignen. Je nach Fortschritt der Forschungsgruppe stehen vier Kategorien zur Auswahl: angefangen vom „Nachwuchsforscher“ mit einer Idee im Gepäck über das „Forscherteam“ (weitere Forschungsarbeit nötig) und das „Serviceteam (Dienstleistungsideen)“ bis zum kurz vor dem Markteintritt stehenden „Gründerteam“. Bei der weiteren Rubrik „Mentor des Jahres“ werden zusätzlich Professoren und wissenschaftliche Mitarbeiter für ihre Verdienste bei der Gründungshilfe ausgezeichnet. Zusätzlich winkt kontinuierliche Unterstützung des Netzwerks

und von externen Partnerunternehmen zur Entwicklung der Geschäftsidee.

Deutscher Gründerpreis: Bühne frei

Der deutsche Gründerpreis wird von vier großen deutschen Unternehmen gesponsert und ist dem Renommee nach die wichtigste Auszeichnung dieser Art in Deutschland. Dies ist in erster Linie der großen medialen Bühne zu verdanken, die ZDF und Stern seit 1997 den Siegern bereiten. Neben den Kategorien Start-up, Aufsteiger, Lebenswerk und dem Sonderpreis werden auch Schüler im Rahmen des Existenzgründer-Planspiels ab 16 Jahren zur Entwicklung einer Geschäftsidee motiviert und separat prämiert. Dass keine Preisgelder ausgelobt werden, ist eine Rarität in der Gründerwettbewerbslandschaft, dafür dürfen sich die Gewinner und sogar die Nominierten über eine zweijährige Patenschaft von einer der 20 namhaften deutschen Unternehmenspersönlichkeiten freuen.

Fazit:

Der aktuelle Global Entrepreneurship Monitor zeigt, dass Deutschland bei den Gründungsaktivitäten international hinterherhinkt. Manche Gründe dafür, wie etwa die durch Befragung ermittelte ausgeprägte Angst vorm Scheitern bei den Deutschen, sind eine Frage der Mentalität und daher schwer zu ändern. Änderbar sind jedoch die Rahmenbedingungen, die die befragten Experten als besonders negativ bewerteten: gründungsbezogene Ausbildung in und außerhalb der Schule sowie Regulierung und Steuern. Hier müssen die nährenden Mütter der Gründerszene endlich Unterstützung aus Berlin bekommen. ■

Florian Schießl
redaktion@vc-magazin.de

Mitmachen lohnt sich!

Businessplan-Wettbewerbe geben wertvolle Tipps

Mitte der 90er-Jahre wurde der Businessplan-Wettbewerb aus Amerika vom Massachusetts Institute of Technology importiert, um Existenzgründer bei der Erstellung ihres Geschäftskonzepts zu unterstützen. Inzwischen decken Initiativen mit Businessplan-Wettbewerben ganz Deutschland ab. Gründer sollten dabei wissen, welche Bausteine für ihr Gründungsvorhaben elementar sind.

Vorträge, Workshops und Coaching

Viele Gründer lassen sich von dem Begriff „Businessplan-Wettbewerb“ abschrecken. Doch steckt hinter dem Begriff viel mehr, als auf den ersten Blick zu erwarten ist. Businessplan-Wettbewerbe bieten neben attraktiven Preisgeldern auch die Möglichkeiten, Know-how abzuschöpfen und seine Geschäftsidee einem breiten Publikum



Bei Businessplan-Wettbewerben können Gründer mit Experten ins Gespräch kommen.

zu präsentieren. Während des Wettbewerbs und darüber hinaus werden Vortragsveranstaltungen, Workshops und Seminare für Gründer und Jungunternehmer angeboten, die den Existenzgründern die theoretischen Grundlagen für ihr Vorhaben vermitteln. Herzstücke der Wettbewerbe sind jedoch die Coaching-Veranstaltungen, bei denen Experten aus der Wirtschaft mit Rat und Tat zur Verfügung stehen. Finanz-, Unternehmens- und Steuerberater, Patent- und Rechtsanwälte beraten Gründer und Gründerteams in Einzelgesprächen und bieten Unterstützung bei Problemstellungen rund um den Businessplan und die eigentliche Gründung. Dabei sind in der Regel Spezialisten aus allen Branchen vertreten, die auch die individuellsten Fragen der künftigen Entrepreneure beantworten können.

Mentoring, Feedback und Netzwerk

Viele Wettbewerbe bieten dem Gründer bzw. dem Gründerteam an, einen Mentor zur Seite zu stellen, der vor und während des Gründungsprozesses als fester Ansprechpartner zur Verfügung steht. Ein Start-up kann auf die Er-

fahrung eines gestandenen Unternehmers zurückgreifen und typische Anfangsfehler vermeiden. Dadurch wird der Gründungsvorgang ressourcenschonend und prozessoptimiert gestaltet. Durch die Teilnahme am eigentlichen Wettbewerb werden die Businesspläne durch Spezialisten und Branchenkenner bewertet. Die Teilnehmer erhalten ein schriftliches Feedback, das die Stärken, aber auch die Schwächen des eingereichten Konzeptes aufdeckt. Die Gutachter geben Tipps und Tricks, um das Konzept zu verfeinern. Damit können die Unternehmer von morgen gestärkt in die Finanzierungsrunde gehen. Hinter den einzelnen Initiativen stehen zudem weitere Experten und Unterstützer, die das Angebot des Businessplan-Wettbewerbs mit all seinen Leistungen um eine wichtige Komponente erweitern: ein Netzwerk. Bereits während des Wettbewerbs bieten zahlreiche Foren und Coaching-Abende, Vortrags- und Prämierungsveranstaltungen die Möglichkeit, mit Experten und Gleichgesinnten ins Gespräch zu kommen. Nach dem Wettbewerb führen Veranstaltungen des Alumni-Clubs, der aus ehemaligen Teilnehmern und Jungunternehmern besteht, die Möglichkeit fort, sich auch weiterhin mit dem Netzwerk auszutauschen.

Fazit:

Businessplan-Wettbewerbe bieten für Gründer eine hervorragende Möglichkeit, kostenloses Wissen, Feedback und Unterstützung von Experten zu erhalten. Der Austausch mit anderen Gründern und Unternehmern gibt wertvolle Hilfestellungen, um mit einem insgesamt geprüften und für gut befundenen Konzept gestärkt in Gespräche mit Kooperationspartnern und Financiers zu gehen. Mitmachen lohnt sich also! ■

Zum Autor



Stephan Bruns steuert seit 2008 als Projektleiter das operative Geschäft bei NUK Neues Unternehmertum Rheinland e.V. Die Initiative wurde 1997 ins Leben gerufen und zählt zu den ersten Businessplan-Wettbewerben in Deutschland.

Unternehmensfinanzierung –

Chancen und Herausforderungen für junge Unternehmen

Freitag, 9. Oktober 2009

Commerzbank AG, Frankfurt am Main

Beginn: 17.30 Uhr

Aufwarte

Joachim Müller, Regionalvorstand Süd, Privat- und Geschäftskunden, Commerzbank AG

Wilhelm Weymar, Hessischer Minister der Finanzen

Markus Gann, Leiter Innovationsprojekte, F.A.Z.-Institut GmbH

Agenda zur Wachstumsfinanzierung

Forum: Bankengespräche & Öffentliche Förderinstrumente

Ulrich Weymar, Leiterin Financial Engineering Center Süd, Corporate Banking, Commerzbank AG

Dr. Herbert Hirscher, Geschäftsleiter, Wirtschafts- und Infrastrukturbank, Commerzbank AG

Dr. Peter Schütz, Geschäftsführer, PS-Elektronik GmbH

Moderation: Markus Dantz, Redakteur, FINANCE-Magazin

Forum: Founding Angels & Family, Friends and Fools

Dr. Gunter Festel, Initiator Founding Angels und Inhaber FESTEL CAPITAL

Thomas Bikel, Geschäftsführer, WoschWosch GmbH

Alexander Kuhn, Geschäftsführer, Yourbus GmbH

Moderation: Daniel Schlicht, Leitender Redakteur, INNOVATIONS-MANAGER

Forum: Venture Capital

Thomas Henrich, Geschäftsführer, EXBA Exchange for Business Angels GmbH

Andreas Franz, Geschäftsführer, CREATOR VENTURE Management GmbH

Philipp G. Schwarz, Geschäftsführer, TRIGUIDO

Moderation: Markus Hofeldt, Chefredakteur, Unternehmeredition, VentureCapital-Magazin

Remote Speaker

Dr. Ralf Rinnert, CFO und Mitglied der Geschäftsführung, Heraeus Holding GmbH

Get-together



„Das Geschäftskundenzentrum der Commerzbank in Frankfurt ist wegweisend in der neuen Commerzbank. Unsere Geschäftskundenbetreuer sind kompetente Ansprechpartner für Ihren betrieblichen und privaten Beratungsbedarf und bieten Ihnen für Ihre individuellen Bedürfnisse umfassende Lösungen an. Als erfahrene Mitarbeiter verfügen die Berater über eine hohe Expertise und ein gebündeltes Know-how mit Blick auf Ihre unternehmerische Tätigkeit. Uns ist es wichtig, Sie ganzheitlich zu beraten und Ihr qualifizierter Partner zu sein.“

Joachim Müller, Regionalvorstand Süd, Privat- und Geschäftskunden, Commerzbank AG

VERANSTALTUNGSPARTNER:

COMMERZBANK



WI Bank

Wirtschafts- und Unternehmensbank Hessen

MECHENPARTNER:

FINANCE

INNOVATIONS-MANAGER

VentureCapital-Magazin

Anmeldung (bitte faxen an 069-75 913 2 67)

Anmeldung zur Veranstaltung „Unternehmensfinanzierung – Chancen und Herausforderungen für junge Unternehmen“ bitte als:

Gründer ☐ junger Unternehmer ☐ Gründungsjahr: _____

Netzwerkpartner von BEST EXCELLENCE ☐ Sonstige*: _____

Anmeldung erfolgt auf der Basis von:

Forum Bankengespräche & Öffentliche Förderinstrumente

Forum Founding Angels & Family, Friends and Fools

Forum Venture Capital

Name, Vorname: _____ Geburtsjahr: _____ Telefon: _____

Funktion: _____ E-Mail-Adresse: _____

Wohnort: _____ PLZ/Ort: _____

Telefon: _____ E-Mail-Adresse: _____



BEST EXCELLENCE, Im F.A.Z.-Institut, Innovationsprojekte

Tel: (0 69) 75 91 15 44, Fax: (0 69) 75 91 32 87

www.bestexcellence.de

Bitte beachten Sie, dass nur vollständig ausgefüllte Anmeldungen berücksichtigt werden können. Die Teilnahmeanzahl ist begrenzt. Eine Teilnahme ist nur mit einer schriftlichen Teilnahmebereitschaft von BEST EXCELLENCE möglich. Die Teilnahme an der Veranstaltung erfolgt auf eigene Verantwortung. Der Veranstalter haftet nicht für Sach- und Personenschäden.

* Teilnahmegebühr 100,- € zzgl. MwSt. pro Person. Kostenfrei nur für Gründer, junge Unternehmer und Netzwerkpartner von BEST EXCELLENCE.

SPONSOR:



HERFORD

Herforder Maschinenbau- und Werkzeugmaschinenbau

Frankfurter Allgemeine

KOOPERATIONSPARTNER:

Wirtschafts- und Unternehmensbank Hessen

PROJEKTPARTNER:

F.A.Z.-INSTITUT

„Durch einen Wettbewerb optimieren Gründer sich selber“

Interview mit Philipp Berner, Gründer und Geschäftsführer der ViCommerce GmbH, und Werner Arndt, Geschäftsführer der MBPW GmbH

Als das Gründungsgeschehen kurz vor der Jahrtausendwende rasant an Fahrt aufnahm, legten auch die ersten Businessplan-Wettbewerbe los. Über die Jahre haben sie sich als wichtige Sparringspartner etabliert, die Gründer auf den rauen Wettbewerb im Markt vorbereiten. Im Interview geben der Gründer Philipp Berner und Werner Arndt, Geschäftsführer des Münchner Businessplan-Wettbewerbs, ihre jeweilige Sichtweise preis.



Im Innenhof des Münchner Technologiezentrums stellten sich (v.l.n.r.) Philipp Berner von ViCommerce, Werner Arndt vom MBPW und Torsten Paßmann vom VentureCapital Magazin der Fotografin.

VC Magazin: Ein Wettbewerb lässt sich nicht nebenbei stemmen. Warum sollten Gründer Zeit und Ressourcen in ein solches Vorhaben stecken?

Arndt: Natürlich ist es anstrengend und oftmals ein erheblicher Aufwand, und das auch noch unter Zeitdruck. Aber durch einen Wettbewerb optimieren Gründer sich selber. Sie erkennen, welche Fragen die Außenwelt bewegen – Kapitalgeber, Industrie, Kunden. Die Wettbewerbssituation ist auch ein erster Vorgeschmack auf die echte Konkurrenzsituation am Markt.

Berner: Wir haben durch die Teilnahme viel gelernt – und jedes Detail unseres Businessplans mehrfach überprüft. Was passt, was muss doch verändert werden? Da der Geschäftsbetrieb schon läuft, haben wir sehr viel Zeit nachts und am Wochenende investiert.

Arndt: Das ist auch gut so, man muss solche Wettbewerbe auch ernst nehmen. Es gibt immer mal wieder Teilnehmer, die ihre Pläne gezielt zu den Prämierungen einreichen und nebenbei an einen Geldpreis kommen wollen. Das hat bei uns in München bislang noch nie geklappt.

VC Magazin: An wie vielen Businessplan-Wettbewerben sollte ein Gründer teilnehmen?

Arndt: Erfolgreiche Teilnehmer versuchen ihr Glück auch anderswo. Es kann durchaus ein kluger Schachzug sein, sich nach einem regionalen Wettbewerb ein differenziertes Feedback von bundesweiten Wettbewerben zu holen, die auf spezielle Branchen fokussiert sind. Man kann das

auch strategisch nutzen, um neue Kontakte zu knüpfen, denn andere Organisationen haben andere Sponsoren.

Berner: Für uns kommt ein weiteres Engagement derzeit nicht in Frage. Auch wenn nur kleine Anpassungen notwendig sind, ist es doch relativ viel Arbeit. Wir überlegen uns lieber weitere Schritte mit dem Geschäftsmodell.

VC Magazin: Was sind Ihrer Meinung nach die sinnvollsten Angebote eines Wettbewerbs?

Arndt: Es kommt vielfach auf fachliche Ergänzungen an. Viele Teilnehmer verfügen über spezialisiertes Wissen aus ihren Branchen – etwa Software oder Maschinenbau –, aber es fehlt oft betriebswirtschaftliches oder rechtliches Wissen. Welche Rechtsform ist die passende? Was für Finanzierungsmodelle gibt es? Solche Lücken lassen sich mit Veranstaltungen und über Coaches schließen. Wichtig sind außerdem Workshops, die Erfahrungen vermitteln, z.B. wie Verhandlungen geführt werden.

Berner: Für mich zählen auch die Gespräche mit Juroren und Coaches. Sehr wichtig ist der Dialog mit anderen Gründern. Man kann unheimlich voneinander profitieren, wenn man sich über die Probleme im Tagesgeschäft austauscht.

Arndt: Anfangs besteht hier meist eine Scheu, die ganzen Probleme zu teilen. Aber weil man bei uns mit Gründern aus allen Branchen ins Gespräch kommt und es somit keine reale Wettbewerbssituation gibt, zeigt sich sehr schnell: Alle Unternehmer haben die gleichen Probleme. Das erleichtert den offenen und detaillierten Austausch.

VC Magazin: Wie wirkt sich Teilnahme an einem Businessplan-Wettbewerb auf die Kapitalsuche aus?

Arndt: Zuallererst hilft ein Wettbewerb dabei, dass sich die Teilnehmer selber finden: Wie kann ich mich aufstellen, wie kann das Endprodukt optimiert werden, wie verfeinere ich den Businessplan? Damit machen sie sich nicht nur fit für den Markteintritt, sondern auch für Gespräche mit potenziellen Investoren.

Berner: Auf den Veranstaltungen kommt man auch mit Business Angels und Venture Capital-Investoren in Kontakt. Das hat unser Verständnis vertieft, worauf die Kapitalgeber Wert legen. Mehr als die technischen Features zählt die Rendite, die am Schluss erzielt wird.

Arndt: Da ist das Entscheidende. Der Wettbewerb soll ja Ideen aus den Bereichen Wissenschaft, Technologie oder Dienstleistung an das Kapital heranführen. Darum sind reale Finanzpartner als Jury eingebunden. Aber wie schnell es klappt, nach dem Wettbewerb Kapital einzuwerben, können wir nicht konkret sagen. Wenn ein Gründer aber ernsthaft nach Kapital sucht, sollte er nach rund sechs bis neun Monaten erfolgreich sein. Zur Zeit der Internetblase ging das natürlich schneller.

VC Magazin: Wie schätzen Sie derzeit die Voraussetzungen für eine Unternehmensgründung in Deutschland ein?

Arndt: Aus meiner Sicht sind Gründer von der gesamtwirtschaftlichen Lage nicht betroffen, wenn sie entweder ausreichend mit Eigenkapital ausgestattet sind oder vorschreiten mit innovativen Ideen, die bei gleichen Kosten zu besseren Ergebnissen führen. Relativ problematisch stellt sich aber die Zahlungsmoral etlicher Firmenkunden dar. Wahrscheinlich wissen selbst viele nicht einmal, wie sie zahlen sollen.

„Sehr wichtig ist der Dialog mit anderen Gründern“



Philipp Berner

Berner: Ich glaube auch, dass innovative Ideen unabhängig vom aktuellen Marktumfeld immer eine Chance haben, wenn sie wirklich einen Nutzen haben. Kritisch sind derzeit die Themen Finanzierung und Umsatz. Die Banken halten sich zurück, und die Unternehmen sind gegenüber neuen Angeboten nicht zwingend aufgeschlossen. Bei unserer Softwarelösung für den E-Commerce haben wir uns für ein zusätzliches Produktangebot entschieden, bei dem Kunden nur zahlen, wenn ihr Umsatz dank uns steigt. Das hat bislang gut geklappt.

VC Magazin: Herr Arndt, die Gründerförderung in Oberbayern wird seitens der Landesregierung auf neue Füße gestellt. Was bedeutet das konkret für den MBPW?

„Der Wettbewerb soll Ideen an Kapital heranführen“



Werner Arndt

Arndt: Es gibt ein Mehr an Aufgaben, wir wollen uns intensiver um Gründer kümmern und das Netzwerk vergrößern. Wie wir das konkret umsetzen, wird sich im Alltag zeigen. Auf jeden Fall haben wir zum 1. Oktober eine Doppelgeschäftsführung installiert, zu der Dr. Carsten Rudolph neu dazugestoßen ist. Wir wollen langjähriger Begleiter von Entrepreneuren werden – vom Jahr vor der Gründung eines jungen Unternehmens bis zum fünften Lebensjahr.

VC Magazin: Gibt es eine Anekdote aus Ihrer Zeit beim MBPW als Geschäftsführer bzw. Teilnehmer, an die Sie sich gerne erinnern?

Arndt: Im Rahmen des Vorauswahlverfahrens hat ein Wissenschaftler statt Details zu seiner Geschäftsidee lieber seine 27 Patente vorgestellt. Bei der ersten Frage nach dem Markt ist er wütend und mit hochrotem Kopf aus dem Raum gestürmt, weil wir seine wissenschaftliche Kompetenz in Frage stellen würden. Nach ein paar Tagen Bedenkzeit hat einen neuen Anlauf gewagt und später auch einen Preis beim Wettbewerb gewonnen. Und seine hochkarätigen Vertriebs- und Marketing-Präsentationen kommen jetzt ohne Patente aus. Diese Mutation vom Wissenschaftler zum Geschäftsmann erleben wir jedes Jahr.

VC Magazin: Herr Berner, Herr Arndt, herzlichen Dank für Ihre Zeit! ■

torsten.passmann@vc-magazin.de

Zu den Gesprächspartnern

Philipp Berner ist Gründer und Geschäftsführer der 2008 gegründeten ViCommerce GmbH. Das Unternehmen hat eine Software-as-a-Service-Lösung entwickelt, um in einem Video gezeigte Waren unmittelbar innerhalb des Videos zu erwerben. **Werner Arndt** leitet seit 13 Jahren die MBPW GmbH, die den Münchner Businessplan-Wettbewerb ausrichtet.

Spitze im Allgemeinen wie im Speziellen

Amniofluid GmbH durchläuft zwei Businessplan-Wettbewerbe

Im Regelfall motivieren Väter ihre Kinder, ein lange geplantes Vorhaben umzusetzen. Bei Familie Rochel war es umgekehrt: Erst auf Initiative des Juniors wurde aus der Idee des Seniors auch ein Geschäftsmodell entwickelt. Mit einem befreundeten Apotheker legten die beiden dann los, das Feintuning erfolgte in zwei Businessplan-Wettbewerben.

Familiäre und geschäftliche Bande

Das Gen für Unternehmertum scheint in der Familie zu liegen: Seit Mitte der 1990er-Jahre führt Dr. Michael Rochel seine eigene Praxis, und sein Sohn Roman gründete schon zu Schulzeiten eine Internetagentur. Im Studium schließlich vertiefte er die theoretische Basis mit dem Schwerpunkt Entrepreneurship. Bei der Amniofluid GmbH knüpften die beiden dann über die familiären Bande hinaus auch geschäftliche Kontakte – der Sohn als Geschäftsführer, der Vater als Gesellschafter und Ideengeber. Dritter im Bunde ist der Apotheker Uwe-Bernd Rose. Er ist ebenfalls Gesellschafter und hat die Idee des Seniors für ein allergiefreies Hautpflegeprodukt praktisch umgesetzt.

Komplementärer Sachverstand

„Neugeborene leiden nicht an Hautekzemen wie Neurodermitis, Säuglinge nach dem vierten Lebensmonat aber relativ häufig“, beschreibt Roman Rochel die Ausgangslage. Als sein Vater daher die Bestandteile des menschlichen Fruchtwassers untersuchte, stieß er 2005 auf Hyaluronsäure, die die Wundheilung beschleunigt. Im Folgejahr stellte Kinderarzt Rochel mit Apotheker Rose das „Amniosan“ getaufte Hyalurongel her, eine bislang einmalige Fruchtwasser-Simulation, die insbesondere Kindern mit trockener, wunder und juckender Haut hilft. „Nach den ersten Erfolgen in der Anwendung war mir klar, dass das Produkt Potenzial hat“, erklärt Rochel junior. Also brachten die drei ihren ärztlichen, pharmazeutischen und wirtschaftlichen Sachverstand zusammen und gründeten die Amniofluid GmbH. Obwohl sie ihr Gel ab September 2008 deutschlandweit vermarkteten, nahmen sie anschließend an zwei Businessplan-Wettbewerben teil.



Amniosan lindert Hautekzeme, die schon wenige Monate nach der Geburt auftreten können.

Je einmal Top und Top 10

Gleich zum Auftakt gab es einen ersten Platz: Beim bundesweiten, branchenoffenen Wettbewerb von start2grow aus Dortmund setzte sich Amniofluid unter 53 Wettbewerbern durch. Besonders wertvoll sei der fachfremde Mentor gewesen, der als Sparringspartner fungierte. „Es ist wichtig, dass auch Laien den Businessplan verstehen. Er hat mir einige gute Impulse gegeben“, erklärt Rochel. Start2grow entpuppte sich auch als Kontaktmesse – Amniofluid hält seitdem lockeren Kontakt zu einigen Investoren und hat einen Business Angel an sich gebunden. Rochel: „Sein Know-how und sein Adressbüchlein sind wertvoller als Kapital.“ Im Sommer 2009 folgte der zweite Streich – bei dem auf Biotech und Life Sciences fokussierten Wettbewerb von Science4Life schaffte es Amniofluid in die Top 10. „Gute Platzierungen sind toll für die eigene PR-Arbeit. Aber zwei Wettbewerbe reichen, denn sie binden Ressourcen“, schließt Rochel diese Phase der Unternehmensentwicklung ab.

Fazit:

Der Businessplan von Amniofluid sollte aufgehen. Da keine teuren klinischen Studien wie in der Pharmaforschung anfallen, ist der Kapitalbedarf relativ gering – das Pflegegel zählt aufgrund unbedenklicher Inhaltsstoffe zu den Kosmetika. Recht groß ist dagegen die potenzielle Zielgruppe: In Deutschland sollen über fünf Mio. Menschen an Neurodermitis und Schuppenflechte leiden. Auch die Absatzwege stimmen: Der Pharmagroßhandel beliefert Apotheken in der gesamten Republik, und der eigene Online-Shop ermöglicht den Direktvertrieb. ■

torsten.passmann@vc-magazin.de

KURZPROFIL AMNIOFLUID GMBH

•

•

•

•

3

•

•

MAN KANN AN DIE NÄCHSTE WAHL DENKEN. ODER AN DIE NÄCHSTE GENERATION.

Fast 1.700 Milliarden Euro – so viele Schulden hat unser Staat angehäuft.

Würden wir Familienunternehmer genauso auf Pump leben, wären längst über 80 Prozent aller deutschen Unternehmen bankrott und damit auch Millionen von Arbeitsplätzen weg.

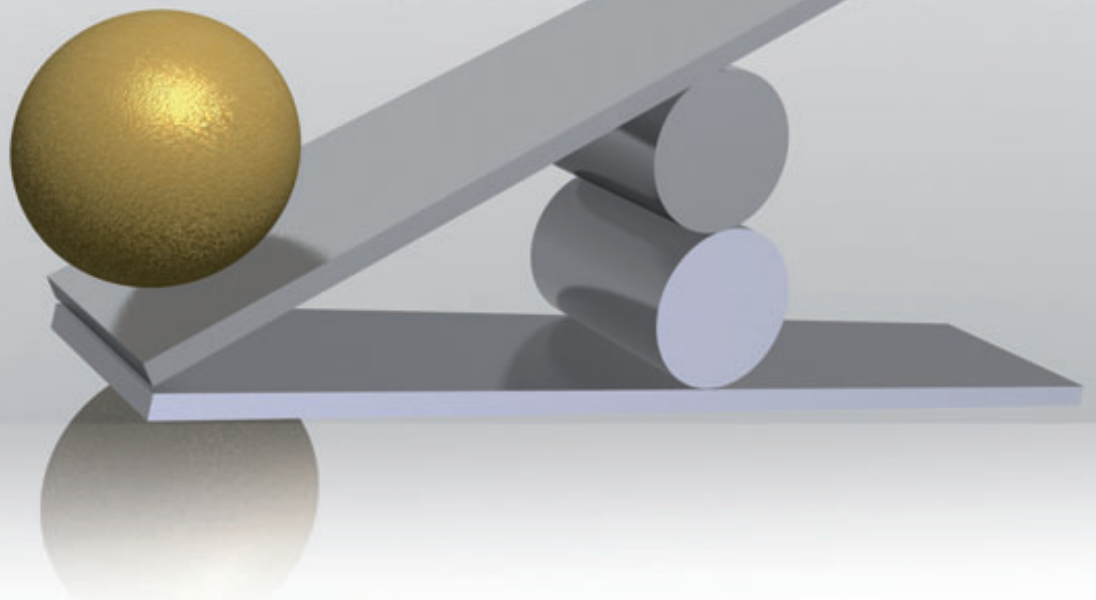
.....
**DIE FAMILIENUNTERNEHMER.
IMMER EINE GENERATION VORAUSS.**

**DIE FAMILIEN
UNTERNEHMER**

ASU

Geringes Risiko bei Spin-offs

Investoren schätzen Ausgründungen



Bei Spin-offs aus der Wissenschaft bildet meist eine Forschungsarbeit oder ein Patent die Grundlage, in der Industrie wird oftmals eine reife Geschäftseinheit ausgegliedert. Beiden Varianten ist gemein, dass sie auf eigenen Füßen und ohne ihre „Mutter“ stehen sollen. Investoren finden sich in beiden Fällen.

Wissenschaft und Forschung

Dr. Bernd Geiger investiert voller Freude in Spin-offs aus Hochschulen und Forschungseinrichtungen. „Die Grundlagenforschung finanziert der Staat. Und in den Technologien stecken wenige Risiken, denn industrielle Prozesse

sind bestens durchstrukturiert“, erklärte der Geschäftsführer von Triangle Venture Capital aus St. Leon-Rot im vergangenen Jahr gegenüber dem VentureCapital Magazin. Dennoch köchelt das Interesse der privaten Wagniskapitalgeber auf Sparflamme, weil sie das Risiko junger innovativer Unternehmen als zu hoch einschätzen. Neben Triangle engagieren sich nur wenige Gesellschaften wie EnjoyVenture oder Global Life Sciences Ventures (GLSV) in diesem Feld. Daher sorgt die öffentliche Hand nicht nur für die Grundlagenforschung, sondern finanziert (teilweise über Bande gespielt) auch Spin-offs. Neben dem High-Tech Gründerfonds, der auch in diesem Sub-

segment zu den aktivsten Investoren in der frühen Phase zählt, öffnen beispielsweise S-Refit und die Seedfonds der NRW.Bank ihre Geldbörsen. Eine Sonderrolle beim Transfer von Ideen in Geschäftsmodelle spielt Fraunhofer Venture. Die Einrichtung, die vor Kurzem zehnjähriges Bestehen feierte, ist rein auf Spin-offs aus den verschiedenen Instituten der Fraunhofer-Gesellschaft fokussiert (siehe auch Seiten 68/69). In einem etwas größeren

INVESTOREN MIT FOKUS AUF SPIN-OFFS (AUSWAHL)		
Unternehmensname	Hauptsitz	Website
Argos Beteiligungsverwaltung	München	www.argosinvest.com
BayernLB Private Equity	München	www.bayernlb-pe.de
BPE Private Equity	Hamburg	www.bpe.de
ECM Equity Capital Management	Frankfurt	www.ecm-pe.de
EnjoyVenture Management	Gelsenkirchen	www.enjoyventure.de
Equita Management	Bad Homburg	www.equita.de
Fraunhofer Venture	München	www.fraunhoferventure.de
GBK Beteiligungen AG	Hannover	www.gbk-ag.de
Global Life Science Ventures	München	www.glsv-vc.com
High-Tech Gründerfonds	Bonn	www.high-tech-gruenderfonds.de
L-EA Private Equity GmbH	Karlsruhe	www.l-ea.de
Nord Holding Unternehmensbeteiligungsgesellschaft	Hannover	www.nordholding.de
S-Refit	Regensburg	www.s-refit.de
Triangle Venture Capital Group Management	St. Leon-Rot	www.triangle-venture.com
WGZ Initiativkapital	Münster	www.wgz-initiativkapital.de

Quelle: Corporate Finance & Private Equity Guide, eigene Recherche

FINANZIERUNGSRUNDEN FÜR SPIN-OFFS 2009 (AUSWAHL)

Unternehmensname	Herkunft	Geschäftsfeld
Ganymed Pharmaceuticals	Universitäten Mainz und Zürich	Biotech
Innovatis	Universität Bielefeld	Life Sciences
Novald	Fraunhofer IPMS	Neue Materialien
PomBioTech	Universität des Saarlandes	Biotech
Power Plus Communications	MVV Energie	Kommunikationstechnologie
ProximusDA	Instigate	Software
Ubidyne	Siemens	digitale, aktive Antennensysteme
Unicor	Uponor	Maschinen- und Anlagenbau

Quelle: Dealmonitor des VentureCapital Magazins

Rahmen engagiert sich GLSV. Die Münchner Fondsgesellschaft interessiert sich nur für Life Science und Biotechnologie, allerdings stammen die Spin-offs weniger aus dem wissenschaftlichen als aus dem Konzernumfeld.

Es muss weg, ist aber gesund

Solange es nicht um Sondersituationen, sprich Restrukturierungen geht, versprechen sich die meisten Fonds ein relativ gefahrloses Geschäft: Denn im Regelfall passen die kleineren Geschäftseinheiten oder ganzen Sparten, die ausgegliedert werden, nicht mehr zum Kerngeschäft des Konzerns, schreiben aber schwarze Zahlen. Folglich ist die Zahl der privaten Akteure, die ihre Krümel vom Kuchen haben möchten, bedeutend größer als bei

men in reifen Industrien“. Einen leicht anderen Fokus pflegt die Nord Holding, die u.a. „zum Verkauf stehende Konzerntöchter“ finanziert. Wie die BayernLB Private Equity belegt, bewegen sich auch in diesem Segment Akteure mit öffentlichem Hintergrund.

Fazit:

Kein Spin-off gleicht dem anderen. Dank der Vielzahl der Player finden Konzerne ebenso wie Wissenschaftler „ihren“ Investor, der sich für die jeweilige Phase und den jeweiligen Sektor interessiert.

torsten.passmann@vc-magazin.de

Anzeige

Erfolg

»Mit der BayBG erfolgreich durchgestartet ...«

*Peter Ledermann und Dr. Sebastian Wieser,
Vorstände der Mercateo AG, München*



»Nach der erfolgreichen Entwicklung unserer Handelsplattform für Geschäftskunden war uns weiteres Eigenkapital zur Beschleunigung des Markteintritts und zum Ausbau unseres Teams sehr willkommen. Die stille Beteiligung der BayBG war für uns die ideale Kombination aus Kapitalzufluss und Eigenkapitalverstärkung ohne die bestehenden Gesellschafterverhältnisse zu verändern.«

Dr. Sebastian Wieser und Peter Ledermann haben die Mercateo AG aufgebaut und im Rahmen eines MBO Management-Buy-outs übernommen. Mit derzeit über 420.000 registrierten Geschäftskunden und über 4 Millionen Artikeln im Angebot gehört Mercateo mittlerweile zu den größten Online-Händlern.

Eigenkapital. Beratung. Netzwerk.

www.baybg.de

Peter.Pauli@baybg.de · 089 122280-100

BayBG
Bayerische
Beteiligungsgesellschaft mbH

Wie kommt die Idee in die operative Neugründung?

Spin-offs aus Wirtschaft und Wissenschaft

Ausgründungen aus einem Unternehmen und aus einer Forschungseinrichtung haben unterschiedliche Motive, aber eine entscheidende Gemeinsamkeit: Die technologische Idee gehört nicht dem Spin-off, sondern der Mutter. Für den zwingend notwendigen Transfer der Schutzrechte bieten sich verschiedene Lösungen an.

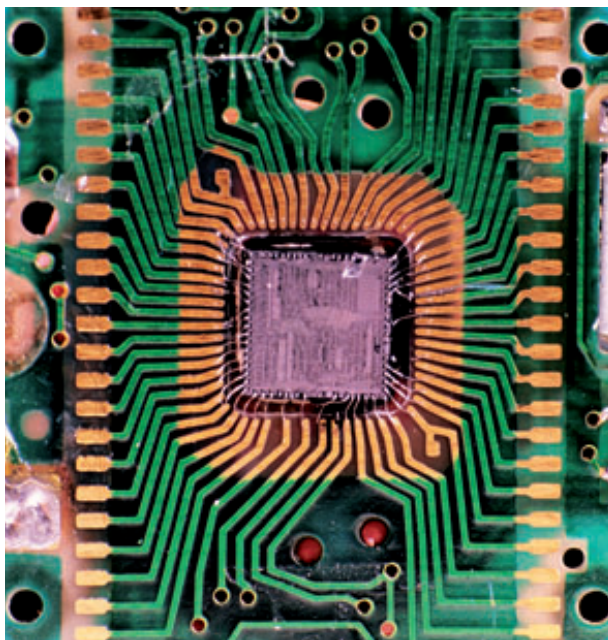
Transfer von Ideen und Schutzrechten

Ausgründungen aus einem Unternehmen und aus einer Forschungseinrichtung haben unterschiedliche Motive: Aus Konzernsicht mag sich eine Ausgründung (Corporate Spin-off) anbieten, wenn die technologische „Idee“ nicht zum Kerngeschäft gehört, ihre Umsetzung durch eine kleinere, selbstständige Einheit größere Kundenakzeptanz verspricht oder die Ausgründer oder auch Venture Capital-Investoren größeres unternehmerisches Potenzial freisetzen können. Die Forschungseinrichtung demonstriert mittels University Spin-off Anwendungsnähe, steigert durch eine erfolgreiche Ausgründung ihre Reputation und schafft Arbeitsplätze. Eines haben beide Varianten gemeinsam: Die technologische Idee wurde in einem anderen Rechtsgebilde geboren als dem, in dem sie vermarktet werden soll. Folglich gehört sie zunächst auch nicht den Ausgründern, sondern dem Rechtsträger, in dem sie entstanden ist. Daher geht es in beiden Fällen primär darum, diese Idee und hiermit verbundene Schutzrechte auf das Spin-off zu transferieren. Bei einem Corporate Spin-off kann die Idee bereits zur Marktreife getrieben sein, und es können bereits erste Kundenbeziehungen bestehen. In diesen Fällen wird der Ideentransfer Teil eines „Asset Deals“ sein, also eines Kaufs der Gesamtheit der mit der Idee verbundenen Vermögenswerte. Der Rechtskauf setzt allerdings auf Seiten des Spin-offs eine Finanzierung voraus, da nur dann der Kaufpreis aufgebracht werden kann. Wegen der steuerlichen Sperrwirkung der §§ 15 UmwStG bzw. 8 b Abs. 4 KStG (einbringungsgeborener Anteil) wird eher selten der Weg einer Spaltung nach § 123 UmwG gewählt.

Interesse des Mutterunternehmens?

Will der „Mutterrechtsträger“ weiter an dem Spin-off beteiligt bleiben, ist statt eines Verkaufs auch eine Sacheinlage oder, zusätzlich zu einer nominalen Bareinlage, die die Formalitäten der Sachgründung erspart, die Einbrin-

gung dieser Vermögenswerte in die Kapitalrücklage gegen Ausgabe einer Beteiligung möglich. Beim Corporate Spin-off ist dabei vor allem zu bedenken, dass dann, wenn bereits grundsätzlich eine auf der Idee basierende wirtschaftliche Unternehmenseinheit besteht, die Arbeitsverhältnisse aller, die hier beschäftigt sind, auf das Spin-off



Unabhängig davon, wie „groß“ die auf das Spin-off zu übertragende Idee ist, die Klärung der Rechtsfragen zwischen Spin-off und Mutter ist von existenzieller Bedeutung.

übergehen, sofern dies nicht durch Widerspruch des betroffenen Arbeitnehmers verhindert wird (§ 613 a BGB). Die Übertragung der „Idee“ bestimmt sich zunächst danach, ob bereits Patentschutz besteht, da nur dann ein übertragungsfähiges Recht gegeben ist (§ 15 PatG). Für nicht übertragbare Rechte, wie Urheberrechte (§ 29 UrhG) oder Know-how, kommt nur eine Auslizenzierung in Betracht. Dabei wird das Spin-off zum Zwecke einer Venture Capital-Finanzierung darauf angewiesen sein, möglichst umfassender, also exklusiver Rechteinhaber zu werden. Umgekehrt kann aus Sicht des Mutterunternehmens gegen eine Vollrechtsübertragung sprechen, wenn die Schutzrechte weitere Nutzungen außerhalb der wirtschaftlichen Zielrichtung des Spin-offs ermöglichen, die sich der Mutterrechtsträger weiter offenhalten will. Sie könnten ihm

zwar auch über eine Rücklizenz eröffnet werden, doch ist dabei zu bedenken, dass durch die Vollrechtsübertragung bei Insolvenz des Spin-offs die Schutzrechte in die Insolvenzmasse fallen und die Rücklizenz dem Kündigungsrecht eines Insolvenzverwalters auf Seiten des Spin-offs ausgesetzt ist, § 103 Abs. 2 InsO. Entscheidend für die Entscheidung für oder gegen die Vollrechtsübertragung wird daher sein, ob der Mutterrechtsträger noch ein irgendwie geartetes Interesse an der weiteren Nutzung der „Idee“ hat oder nicht.

Wie sieht die Zukunft aus?

Die Ausgründung bedeutet in beiden Fällen des Spin-offs meist noch nicht die vollständige Abnabelung. Denn vielfach wird das Spin-off zumindest noch übergangsweise auf weitere Infrastrukturleistungen oder auch auf die Einbeziehung in weitere Forschungsprojekte angewiesen oder hieran interessiert sein. Dies und die diesbezüglichen Konditionen werden meist in einem eigenständigen Kooperationsvertrag geregelt. Last, but not least: Wie in allen Fällen einer Gründung, so gilt auch bei Spin-offs (und gerade auch aus dem Forschungsumfeld), dass es weitere erfahrene Kräfte braucht, die kaufmännische oder speziell vertriebliche Erfahrungen aufzuweisen ha-

ben, um die Idee nach der Ausgründung zum Markt zu bringen. Mit der Ausgründung zählt nicht mehr so sehr der Erfinder als vielmehr das Managementteam. Seine Zusammenstellung ist meist der entscheidende Erfolgsfaktor für die Ausgründung. ■

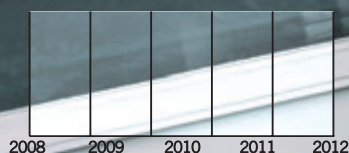
Zum Autor



Dr. Wolfgang Weitnauer, M.C.L., ist Rechtsanwalt und Gründungsgesellschafter von Weitnauer Rechtsanwälte Wirtschaftsprüfer Steuerberater. Seine Schwerpunkte sind Unternehmensfinanzierung und -beteiligungen, Unternehmensrestrukturierungen und M&A. Die Partnerschaft unterhält eigene Büros in München, Berlin und Heidelberg (wolfgang.weitnauer@weitnauer.net).

Anzeige

CHANCEN ENTSTEHEN DORT,
WO MAN SIE ERKENNT.



Von A wie antispaimeurope, dem Anbieter für Antispam-Konzepte bis W wie worldwidegames als Browsergames-Portalbetreiber, Neuhaus Partners unterstützt seine Beteiligungsunternehmen in allen Phasen der Unternehmensentwicklung. Unsere Stärke liegt in der Verbindung aus unternehmerischem Know-how, langjähriger Erfahrung im Bereich Venture Capital und technischem Fachwissen. Denn nur wer Ideen versteht, kann Chancen erkennen. www.NeuhausPartners.com



**NEUHAUS
PARTNERS**

Attraktives Chancen- und Risikoprofil

Was Venture Capital-Investoren an Spin-offs reizt

Privates Risikokapital bzw. Venture Capital fokussiert sich in der Regel auf die Finanzierung früher Entwicklungsphasen junger innovativer Technologie-Unternehmen. Diese streben meist danach, selbst entwickelte oder einlizenzierte Produkte und Produktkandidaten und Technologien zur Marktreife zu bringen. Beteiligungen an Spin-offs aus der Industrie, in mancher Hinsicht den Management Buyouts ähnlich, stellen eine interessante Ausweitung des Geschäftsfeldes in Richtung Private Equity dar, das für den Venture Capital-Investor aus Risikobalancegründen höchst willkommen sein kann.

Im Idealfall gewachsene Organisationen

Wodurch unterscheiden sich Neu- von Ausgründungen, und warum sind sie für den Investor interessant? Diese sogenannten Spin-offs sind häufig in ihrer Produkt- und Unternehmensentwicklung weiter fortgeschritten und verfügen im Idealfall bereits über gewachsene Organisationen oder ein Management, das über Jahre relevante Erfahrungen sammeln konnte. Je nachdem, ob der Spin-off aus Umsätzen positiven oder aufgrund von Entwicklungskosten (noch) negativen Cashflow aufweist, kommt zur Finanzierung entweder Private Equity plus Fremdfinanzierung oder wie bei einem Start-up eine reine Venture Capital-Beteiligung ohne Leverage durch Bankdarlehen in Betracht. Inwiefern beide Kategorien von Eigenkapital-Investoren weiteren Mehrwert liefern, hängt stark vom Einzelfall ab. Generell lässt sich aber wohl sagen, dass auf bestimmte Branchen spezialisierte Fonds eher relevanten Zusatznutzen in Form von Netzwerken oder Know-how einbringen.

Vorteile für alle Beteiligten

Die Motivation für ein Spin-off kann vielfältig sein, aber die Vorteile für die Beteiligten liegen auf der Hand. Das ehemalige Mutterunternehmen kann sich z.B. auf Kerngeschäftsfelder konzentrieren, Kosten abbauen und je nach Vertragsgestaltung Erlöse aus Verkauf oder Auslizenzierung generieren oder Nutzen aus einer fortbestehenden Beteiligung oder einer Option auf Einlizenzierung oder sogar Rückkauf ziehen. Das Management gewinnt Freiraum, die Mitarbeiter behalten ihre andernfalls eventuell gefährdeten Arbeitsplätze, und der Investor erwirbt eine Beteiligung mit attraktivem Chancen- und Risikopro-

fil im Vergleich zu einem Start-up, bei dem alles erst neu aufgebaut werden muss.

Early Stage- oder Later Stage-Charakter

Unabhängig von der Reife seiner Organisation und seines Managements kann ein Spin-off, je nach Entwicklungsstand, Early Stage- oder Later Stage-Charakter besitzen. Im Fall der Nitec Pharma AG haben im August 2004 zwei Manager von Merck-Darmstadt ein Produkt in der klinischen Entwicklung erworben, das aus strategischen Gründen zum Verkauf stand. Es handelte sich dabei um eine galenische Reformulierung eines erfolgreichen Präparats mit dem Ziel der zeitlichen Verzögerung seiner Wirkstoffabgabe zur Behandlung der Morgensteifigkeit von rheumatischen Arthritispatienten. Der Erwerb und die folgenden klinischen Phase III-Studien wurden in zwei Runden durch Venture Capital finanziert. Mittlerweile ist dieses Präparat in Europa zugelassen und Merck hat seine Option für den Vertrieb in Deutschland und Österreich ausgeübt. Bei der Nabriva AG wurde ein komplettes Forschungsinstitut mit 40 Mitarbeitern von Sandoz mit Hilfe von Venture Capital im Januar 2006 ausgegründet. Der Spin-off basierte auf starken vorklinischen Daten einer neuen Klasse von Antibiotika im Kampf gegen in Krankenhäusern erworbene Infektionen, die gegen herkömmliche Antibiotika vermehrt Resistenz zeigen. Die Firma plant derzeit den Beginn von klinischen Phase II-Studien und hat dieser Tage eine zweite Finanzierungsrunde abgeschlossen. ■

Zum Autor



Hanns-Peter Wiese ist Partner bei Global Life Science Ventures und seit 20 Jahren im Private Equity und Venture Capital tätig. Bei der Gründung im Jahr 1996 war die Münchner Venture Capital-Gesellschaft der erste reine Life Science-Fonds mit internationaler Ausrichtung in Deutschland.

STARTMESSE ►►

**Die Schweizer Messe für Firmengründung,
Franchising und Nachfolge.**



**Mit interessanten Referaten, dem Test «Sind Sie ein
Unternehmertyp?» sowie dem Check «Testen Sie Ihre
Geschäftsidee».**

**Am 29. Oktober 2009 im Kongresshaus Zürich, Eintritt
kostenlos. Für weitere Infos und Ihre Anmeldung:
www.startmesse.ch**

Veranstalter



Eventpartner



Sponsoren



Medienpartner



Gründungsunterstützung hands-on

Fraunhofer Venture feiert 10-jähriges Bestehen

Mehr als 150 Unternehmen haben sich in den letzten zehn Jahren aus der Fraunhofer Gesellschaft ausgegründet, die Insolvenzrate ist dabei geringer als 10%. Dies ist u.a. der qualifizierten Unterstützung in der Gründungsphase durch Fraunhofer Venture geschuldet, das Spin-offs bei der erfolgreichen Positionierung am Markt unterstützt. Das technologische Know-how der Forscher aus den knapp 60 Fraunhofer-Instituten ergänzt Fraunhofer Venture mit betriebswirtschaftlicher Expertise. Unterstützung bei der Vertragsgestaltung, der Finanzierung in der Seed- und Start-up-Phase und dem Beteiligungsmanagement runden das Angebot ab.

Fraunhofer fördert Existenzgründer ...

Seit Oktober 2005 unterstützt Fraunhofer Venture ausgründungswillige Wissenschaftler darüber hinaus mit

dem Programm „Fraunhofer fördert Existenzgründer“ (FFE). Ziel ist es, den Technologietransfer von Forschungsergebnissen in den Markt über Spin-offs zu verbessern, erläutert Thomas Doppelberger, Leiter von Fraunhofer Venture: „Wir stellen Gründern aus den Instituten und Einrichtungen von Fraunhofer finanzielle Mittel bereit, um ihnen die Weiterentwicklung von Technologien zur Marktreife, die Erarbeitung eines tragfähigen Geschäftskonzepts und die Vorbereitung der Unternehmensgründung zu ermöglichen.“ Das Kapital stammt je zur Hälfte von der Fraunhofer-Gesellschaft sowie von dem Institut, an dem die Forscher tätig sind. Maximal 150.000 EUR hat Fraunhofer Venture jeweils an die 70 bisher aus FFE geförderten Gründungsprojekte vergeben.

AUSWAHL VC-FINANZierter AUSGRÜNDUNGEN AUS DER FRAUNHOFER-GESELLSCHAFT (VON FRAUNHOFER VENTURE BEGLEITET)

Name des Spin-offs	Branche
acp – advanced clean production GmbH	Fertigung und Verfahren
Aixuv GmbH	Photonik
Concentrix Solar GmbH	Energie und Umwelt
Diamond Materials GmbH	Werkstoffe
facilityboss GmbH	Information und Kommunikation
JenaValveTechnology GmbH	Life Science/Medizin
LinogistiX GmbH	Transport und Logistik
mignos GmbH	Mikroelektronik
MusicTrace GmbH	Information und Kommunikation
NDT Systems & Services AG	Fertigung und Verfahren
NovaLED AG	Photonik
PharmedArtis GmbH	Life Science/Medizin
Stress & Strength GmbH	Werkstoffe
Subitec GmbH	Energie und Umwelt
TriDiCam GmbH	Mikroelektronik

Quelle: Fraunhofer Gesellschaft

... und mit FFM auch Management

Unternehmen in der Gründungs- und Nachgründungsphase, die nicht länger als ein Jahr am Markt existieren, steht auch das Programm „Fraunhofer fördert Management“ (FFM) offen. Mit dem Ziel, die Managementkompetenz im Unternehmen zu erhöhen, finanziert Fraunhofer Venture über FFM im Rahmen eines sogenannten „Initialmanagements“ z.B. für bis zu zwölf Monate einen CTO oder CFO, erklärt Doppel-

DREIDIMENSIONALE KLANGRÄUME

IOSONO SCHAFFT INNOVATIVE SOUNDLÖSUNGEN

In der Produktion bzw. Reproduktion von Sound besteht das Ideal der authentischen, völlig einhüllenden Klänge. Soundsysteme wie Mehrkanalton, Mono oder Stereo sind dazu nicht oder nur sehr eingeschränkt in der Lage. Die Lösung schafft die Technologie von Iosono, die das lange bekannte physikalische Prinzip der Wellenfeldsynthese auf den akustischen Bereich anwendet.

Von der Forschung in die Praxis

Aufbauend auf den Ergebnissen des europäischen Entwicklungsprojekts „Caruso“ hat das Fraunhofer-Institut für Digitale Medientechnologie (IDMT) in Ilmenau die Technologie weiterentwickelt und sie „prototypisch erstmals zum Klingen gebracht“, erläutert Olaf Stepputat, Geschäftsführer der Iosono GmbH aus Erfurt. Die Erbringung des „proof of concept“ führte im Dezember 2004 zum Spin-off aus dem IDMT. Den ersten Kapitalbedarf deckten Fraunhofer Venture sowie Prof. Karlheinz Brandenburg, Miterfinder der mp3-Technologie und IDMT-Leiter. Ende 2007 stellte Venture Capital Thürin-

gen (VCT) einen größeren einstelligen Millionen-Euro-Betrag zur Verfügung.

Geschäftsmodell

Zur Produktpalette gehören portable oder fest installierbare 3D-Audiosysteme sowie deren Planung und Installation, Softwareerweiterungen für computerbasierte Mischwerkzeuge, die die Klangerzeugung in der dritten Dimension ermöglichen, sowie Dienstleistungen rund um das Soundsystem. Zu den Kunden zählen u.a. Kinos, Tonstudios, Themenparks und Planetarien. „Darüber hinaus findet unsere Technologie Verwendung in Clubs und Diskotheken sowie in Virtual Reality-Umgebungen“, weiß Stepputat. Nach Abschluss erfolgreicher Referenzprojekte werden die Erfurter mit Beginn des Jahres 2010 Aufgaben wie Produktion und Installation an externe Partner übergeben und sich auf die Lizenzierung und Weiterentwicklung der Technologie fokussieren. Zudem steht der Roll-out im Kinomarkt der USA an, womit Iosono der fulminanten Entwicklung von 3D im Kinobereich Rechnung trägt.

berger. Eine Förderung über FFM haben bisher 21 Unternehmen in Anspruch genommen. Zudem unterstützt Fraunhofer Venture die Vernetzung von Forschern, Unternehmen und Investoren durch einen jährlichen Networkshop sowie regelmäßige Investorenforen.

Sacheinlagen als Agio

Fraunhofer Venture tritt selbst als Investor auf, führt dabei aber keine klassische Venture Capital-Finanzierung durch, sondern bietet „Gründungsunterstützung hands-on“, wie Doppelberger berichtet. Bei Ausgründungen beteilige man sich anteilig am Stammkapital, der Rest erfolge durch Sacheinlagen. Das Agio wird in Form von Know-how, Labor- oder Reinraum-Kapazitäten oder der Bereitstellung von Büros erbracht.

„Kommt es im Anschluss zu einer echten Venture Capital-Finanzierungsrunde, so führen wir teilweise auch Co-Investments durch, um die Verwässerung unserer Anteile zu vermeiden“, erklärt Doppelberger. Im Sinne eines „equity based licensing“ vergabe Fraunhofer zudem Nutzungsrechte für Technologien an Spin-offs aus den eigenen Reihen. „Es handelt sich hierbei um exklusive Lizenzvereinbarungen, es erfolgt kein Downpayment, dafür erhalten wir Anteile am Unternehmen“, so Doppelberger.



Thomas Doppelberger,
Fraunhofer Venture



Im Akustiklabor erläutert Olaf Stepputat, Geschäftsführer des Fraunhofer-Spin-offs Iosono (siehe Kasten), das System hinter der neuen Technologie.
Foto: Iosono GmbH

Erfolgreiche Bilanz

Den Erfolg von Fraunhofer Venture belegen die Beteiligungen an über 70 Unternehmen seit Aufnahme der operativen Tätigkeit im Jahre 1999. An 26 der Finanzierungsrunden in den letzten fünf Jahren waren neben Fraunhofer Venture weitere Investoren beteiligt, das dabei erzielte Gesamtfinanzierungsvolumen liegt bei rund 70 Mio. EUR. Unter den erfolgreichen (Teil-)Exits finden sich das IPO der Biogate AG, der 270 Mio. USD-Trade Sale von Coding Technologies an Dolby Labs sowie MusicMatch, das Yahoo für 160 Mio. USD erwarb. Außerdem zählen einige KMU mit zweistelligen Millionen-Euro-Umsätzen zu den von Fraunhofer Venture begleiteten und mit Venture Capital-Unterstützung realisierten Ausgründungen. ■

Max Eckhardt

redaktion@vc-magazin.de

Kapitalgeber, Coach und Netzwerker

Business Angels schieben Gründungen an

Zahlenmäßig mögen Business Angels weniger Anfragen von Gründern bekommen als Venture Capital-Investoren. Bezogen auf die Entwicklung eines Unternehmens setzen sie aber deutlich früher an. Damit haben sie den Finger am Puls der Gründerszene und tragen durch ihren Einsatz als Kapitalgeber sowie als Berater zu deren weiterer Entwicklung bei.

„Aber nicht unbedingt besser ...“

Neben Fördereinrichtungen und Businessplan-Wettbewerben steht mit Business Angels eine dritte Gruppe in

der frühesten Entwicklungsphase eines Unternehmens in Kontakt mit Gründern. Ihnen kommt in diesem Umfeld eine Sonderrolle zu, die treffend mit dem Bild von den zwei Flügeln eines Engels beschrieben ist: Ein Engel unterstützt Gründer nicht nur mit Know-how, sondern auch mit Kapital. Gerade in Zeiten der Wirtschaftskrise, wenn die Zahlungsbereitschaft privater Venture Capital-Geber massiv sinkt und auch die Banken jungen Gründern kein Geld mehr anvertrauen wollen, steigt die Bedeutung der Business Angels. Grundsätzlich scheint diese Gruppe die Geschäftsaussichten der näheren Zukunft positiv zu be-

INSTITUTIONALISIERTE ENGEL

Einige der aktivsten Business Angels der Internetszene stehen prototypisch für den Business Angel an sich: Sie haben erfolgreich ein bis zwei Firmen aufgebaut und verkauft und nutzen den finanziellen Freiraum, andere Gründer anzuschieben. Um diesen Prozess professionell zu betreuen, haben sie sich zudem institutionalisiert. Zu den Lichtgestalten der Szene zählen etwa die drei Samwer-Brüder Marc, Oliver und Alexander. Bei Alando (später eBay Deutschland) und Jamba waren sie noch selbst Entrepreneure, über den European Founders Fund und Rocket Internet finanzieren sie heute den Gründernachwuchs. Der führende Kopf hinter Team Europe Ventures ist mit Lukasz



Marc Samwer



Lukasz Gadowski

Gadowski ebenfalls ein erfolgreicher Internetgründer. Der Macher von Spreadshirt hat unter diesem Dach seine über 50 Internet-Beteiligungen zusammengefasst. Noch einen Schritt weiter gegangen ist die Mountain Super Angel AG, die von Dr. Cornelius Boersch initiiert wurde. Der Gründer des Chipbrokers ACG hat Mountain als „institutionellen Investor mit Business Angel-Charakter“ aufgebaut. Die börsennotierte Gesellschaft verwaltet derzeit ein Vermögen von ca. 46 Mio. CHF.



Dr. Cornelius Boersch



werten (siehe Kasten). Die Gründungsaktivitäten würden sich auf dem Niveau der Vorjahre halten oder seien gestiegen, meinen die Marktteilnehmer. Von zwei verschiedenen Perspektiven gleichzeitig schaut etwa der Stuttgarter Alec Rauschenbusch auf das Geschehen: Als Geschäftsführer der Venture Capital-Gesellschaft Grazia Equity erhält er „deutlich mehr“ Businesspläne als vor anderthalb Jahren, als Vorsitzender des Business Angel-Forums Region Stuttgart sieht er keine Schwankungen. „Es gibt mehr Gründungen. Sie sind aber nicht unbedingt besser geworden“, urteilt Prof. Dr. Tobias Kollmann, Hochschulprofessor für E-Entrepreneurship, ehemaliger Gründer und heutiger Business Angel. „Die Selbstständigkeit wird als Alternative angesehen, aber oftmals auch als Notnagel. Das schlägt negativ auf die Qualität der Ideen und der Businesspläne durch“, fährt er fort.

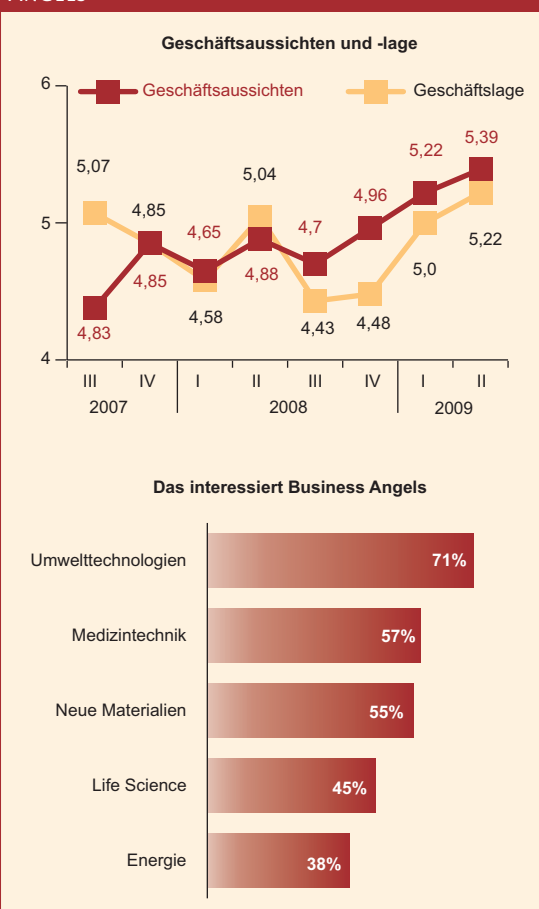
Fokussiert auf Branchen und Region

Im Kreis der Business Angels bewegen sich die beiden einerseits im normalen Rahmen, ihr Investmentfokus ist beschränkt: Kollmann erhält nur Anfragen von Gründern aus dem Bereich der Net Economy, Rauschenbusch sieht in seinem Business Angel-Netzwerk überwiegend Interesse an technischen Themen und Software. Gleichzeitig nimmt Kollmann jedoch eine Sonderposition ein, denn er unterstützt Gründer in der gesamten Bundesrepublik – normalerweise engagiert sich ein Business Angel nur in seiner Region. Aber das mache er auch, gibt Kollmann zu. Ein Widerspruch? Falls er auf ein spannendes Unternehmen außerhalb seines persönlichen Einzugsgebietes stoße, gebe es eine einfache Lösung, verrät er: „Ich suche mir einen befreundeten Business Angel, um zu syndizieren.“ Dennoch sieht er die räumliche Nähe zu den Gründern als einen wichtigen Aspekt bei der Entwicklung eines Start-ups an: „Teilweise ist die Einbindung des Business Angels in das Management und die Managementprozesse elementar. Das funktioniert besser, wenn man sich häufiger zusammensetzen kann.“

POSITIV DER ZUKUNFT ENTGEGEN

Während die Industrie unter den Folgen der Wirtschafts- und Finanzkrise ächzt, zeigen sich die Business Angels in Deutschland frohen Mutes: Sie beurteilen ihre Situation als so gut wie seit zwei Jahren nicht mehr (siehe Grafik). „Es wurde lange genug lamentiert. Wir müssen endlich die Ärmel hochkrempeln und anpacken“, kommentierte der Wittener Business Angel Georg Marekwica die Situation. Allerdings zeigen sich die Chancen, das Interesse eines frühen Investors zu wecken, ungleich verteilt: An den Bereichen EDV-Hardware, Internet-Infrastruktur und Medien/Entertainment sind die Teilnehmer des Business Angels Panel nicht interessiert. Hohen Zuspruch erfuhren dagegen die Segmente Umwelttechnologien (71%), Medizintechnik (57%) und neue Materialien (55%).

EINSCHÄTZUNGEN UND INTERESSEN VON BUSINESS ANGELS



Quelle: Business Angels Panel

BUSINESS ANGELS-NETZWERKE IN DEUTSCHLAND (AUSWAHL)

Netzwerk	Standort	Website
BANO – Business Angels Nordost	Rostock	www.fmvev.net/bano.html
Business Angel Netzwerk Niedersachsen	Hannover	www.nbank.de
Business Angels Agentur Ruhr	Essen	www.baar-ev.de
Business Angels Club Berlin-Brandenburg	Berlin	www.business-angels-berlin.de
Business Angels FrankfurtRheinMain	Frankfurt	www.ba-frm.de
Business Angels Netzwerk Sachsen-Anhalt	Magdeburg	www.businessangels-netzwerk.de
Business Angels Rheinland-Pfalz	Mainz	www.business-angels-rlp.de
Euregionales Business Angels Netzwerk	Aachen	www.euban.net
Exchange for Business Angels	Frankfurt	www.exchangeba.com
IQ2B Business Angels Netzwerk	Weimar	www.iq2b.net
Munich Business Angel Network	München	www.munichnetwork.com
NUK Neues Unternehmertum Rheinland	Köln	www.neuesunternehmertum.de
win NRW.Bank Business Angels Initiative	Düsseldorf	www.nrwbank.de/win

Quelle: Corporate Finance & Private Equity Guide 2009

Kapital – Rat – Kontakte

Auch Rauschenbusch hebt die Bedeutung von räumlicher Nähe hervor: „Besonders in der Anfangszeit ist es wichtig, sich oft zu sehen. E-Mail und Handy können den direkten Kontakt mit Gründern nicht vollständig ersetzen.“ Neben Kapital bringt ein Business Angel dann strategischen Rat und vor allem Kontakte ein, die sich beispielsweise positiv für den Vertrieb nutzen lassen. Ebenso sei es wichtig, dass er seine Kenntnisse im Controlling



Alec Rauschenbusch,
Business Angel-Forum
Region Stuttgart

einsteuere, meint Kollmann. Fachlich versierte Gründer hätten hier tendenziell Lücken. „Jeder Fall ist aber individuell“, betont Rauschenbusch. „Ein Business Angel muss die jeweiligen Lücken füllen, aber die Gründer müssen auch lernen wollen“, gibt er die Richtung vor. Darüber hinaus verstehen sich Business Angels als Sparringspartner, die sich als persönlicher Coach der Gründer engagieren.

Es darf auch einer mehr sein

Auch wenn einerseits noch Lernbedarf besteht, haben die Gründer eine Lektion gelernt, meinen Kollmann und Rauschenbusch unisono: „Die Unternehmensbewertungen, die sie sich vorstellen, sind deutlich realistischer als vor ein paar Jahren.“ Auch wenn Business Angels im Vergleich zu Venture Capital-Investoren günstig einsteigen können – der Wert einer Idee ist niedriger als der eines marktreif entwickelten Produkts –, stehen sie dem Thema Co-Investments positiv gegenüber. „Es ist immer ein positives Gefühl, wenn auch andere Personen an das junge Unternehmen glauben“, meint Rauschenbusch. „Es minimiert außerdem das Risiko, wenn man sich die Last auf-



Prof. Dr. Tobias Kollmann,
Business Angel

teilt und sich bei der Unterstützungsleistung abstimmt“, ergänzt Kollmann. Die Zahl der Beteiligten darf jedoch nicht zu hoch sein. „Ab drei Leuten wird es schwer. Dann treffen zu viele Meinungen und Ziele aufeinander, und der Abstimmungsprozess wird schwerer“, hält Kollmann den Ball flach. „Zu viele Köche verderben den Brei“, stimmt Rauschenbusch zu. Allerdings ließe sich auch dieses Problem lösen, verrät er:

„Es können sich auch fünf oder mehr Business Angels beteiligen, sofern sie sich auf einen Vertreter einigen und einen Poolvertrag abschließen.“ Bei der Beteiligungsdauer scheiden sich die Geister. Typischerweise bringe sich ein Business Angel in den ersten zwei bis drei Jahren ein, der „klassischen Startphase, die unterstützt werden kann“, so Kollmann. „Wenn ein Business Angel außerhalb des Internetsegments ein gutes Geschäft machen möchte, muss er fünf bis zehn Jahre beteiligt sein“, erwidert Rauschenbusch.

Fazit:

Neben Kapital investieren Business Angels vor allem Zeit, Kontakte und ihre Erfahrung. Wichtig ist dabei vor allem, dass die Gründer lernwillig sind. In der frühen Phase eines Start-ups gehören Business Angels damit zu den wichtigsten Entwicklungshelfern. Falls Gründer es schaffen, einen Business Angel von sich zu überzeugen, sollten sie damit die oftmals bemängelten Schwächen in den Businessplänen oder im Team ausmerzen können. ■

torsten.passmann@vc-magazin.de

Messe für Ausbildung und Studium,
Weiterbildung und Personal,
Existenzgründung und Unternehmensentwicklung

Karriere
Start 2010

Zukunft selbst gestalten!

MESSE DRESDEN 22.–24. Januar

Fr. 9–17 Uhr, Sa./So. 10–17 Uhr

Schwerpunktt Themen

- Existenzgründung
- Unternehmensentwicklung
- Franchising mit dem
4. Sächsischen Franchiseforum
- Aus- und Weiterbildung, Studium
- Personal

KarriereStart – seit 11 Jahren die Messe für Sachsen – leistet am attraktiven Wirtschaftsstandort Dresden komplette Beratung und Information um Job und Karriere. „Zukunft selbst gestalten“ – das Motto der Messe umfasst neben Aus- und Weiterbildung die berufliche Selbständigkeit und Neuorientierung und ist zentraler Anlaufpunkt für Gründungsinteressierte, Existenzgründer und Unternehmer.

Als etablierte Messe greift die KarriereStart stets die aktuelle wirtschaftliche Entwicklung auf und zeigt in der Ausstellung sowie in den begleitenden Fachforen, Diskussionsrunden und Vorträgen fokussiert und aktuell, in welche Richtung sich der Arbeitsmarkt bewegt.

Alle Informationen finden Sie im Internet unter:
www.messe-karrierestart.de

Die KarriereStart ist der zentrale Anlaufpunkt für **Gründungsinteressierte und Existenzgründer**. Die erfolgreiche Realisierung beruflicher Selbständigkeit in Form von Neugründung oder Unternehmensübernahme ist an verschiedenste Faktoren gebunden. Dazu gehören u. a. die Geschäftsidee, das Unternehmenskonzept, betriebswirtschaftliche Planungen, rechtliche Gegebenheiten, Finanzierung und Förderung, die Erlangung von Fach-, Methoden- und Sozialkompetenzen oder effektives Zeitmanagement. Die KarriereStart bietet mit Ausstellungsbereich, Fachleuten und Experten vor Ort sowie begleitendem Fachprogramm die optimale Plattform für kompetente und umfassende Beratung.



Verleihung des Sächsischen Gründerinnenpreises – in Trägerschaft des Sächsischen Staatsministeriums für Soziales – auf der KarriereStart 2009 durch Sozialministerin Christine Clauß an Claudia Riedel-Göpfert

In enger Zusammenarbeit mit dem Deutschen Franchise-Verband e. V. (DFV) wird zur KarriereStart das **4. Sächsische Franchise-Forum** mit einem umfangreichen und professionell gestalteten Rahmenprogramm stattfinden. Zudem steht der DFV an allen drei Messetagen den Gründungsinteressierten, potenziellen Franchise-Nehmern sowie Franchise-Gebern für Fragen rund um das Thema mit seiner mehr als 30-jährigen Erfahrung beratend zur Seite. Der Verband zeigt Chancen und Risiken auf, die die Gründung mit einem bereits am Markt etablierten Geschäftskonzept bietet, und informiert über die richtigen Schritte in eine Franchise-Partnerschaft. Parallel dazu stellen etablierte Franchise-Geber sich und ihre Geschäftsmodelle vor und beantworten individuelle Fragen.



Veranstalter:

ORTEC Messe und Kongress GmbH

Bertolt-Brecht-Allee 24 · 01309 Dresden · Telefon: 0351 315330 · karrierestart@ortec.de · www.ortec.de

IHRE FREUNDLICHE MESSE



DIN EN ISO 9001:2000
Zertifikat: 09 100 95244

Ideeller Träger:



Landeshauptstadt Dresden
Amt für Wirtschaftsförderung

Enttäuschungen vermeiden

Business Angels mögen gut vorbereitete Gründer

Business Angels haben die Krise hinter sich gelassen und sind bereit für neue Deals. Auch die deutschen Business Angels-Netzwerke befinden sich im Aufwärtstrend, deren Mitglieder zeigen sich auf breiter Front investitionsbereit. Nicht nur Geschäftsideen aus den allgegenwärtigen Lieblingsbranchen der Business Angels – Medizintechnik, Energie und Umwelt – können sich Hoffnung auf eine Beteiligung machen, auch Projekte, die gemeinhin nicht zu den bekannten Investitionsschwerpunkten gehören, können erfolgreich Kapital einwerben. Dazu gehören Geschäftsideen aus der Kreativwirtschaft, aus Handel und Dienstleistung. Diese positiven Zeichen der Marktbelebung sind kein Garant für junge Unternehmen, in Windeseile die perfekte Business Angel-Beteiligung zu finden.

Business Angels-Netzwerke als Türöffner

Wer sich auf Kapitalsuche begibt, muss als Top-Team antreten und einen aussagefähigen Businessplan geschrieben haben. Vor allem aber sind Engagement und Eigeninitiative gefragt. Auf jeden Fall ist es sinnvoll, zunächst Kontakt zu den deutschen Business Angels-Netzwerken aufzunehmen. Die gebündelte Kompetenz eines Netzwerkes gibt die Gewähr für konstruktive Kritik am Unternehmerteam und an der Geschäftsidee. Hinzu kommt, dass die Kontakte, die sich in einem Business Angels-Netzwerk knüpfen lassen, für jeden Gründer Gold wert sind. Selbst wenn der richtige Business Angel nicht auf Anhieb zu finden ist, profitiert man von den Erfahrungen, man wird weiterempfohlen und macht sich in der Szene bekannt. Mittlerweile haben sich flächendeckend in Deutschland Netzwerke etabliert, der überwiegende Teil von ihnen hat sich dem Dachverband Business Angels Netzwerk Deutschland e.V. (BAND) angeschlossen. Gründer können hier direkt nach Ansprechpartnern in ihrer Region suchen oder über ein Onlineformular („One-Pager“), das von BAND auf Vollständigkeit sowie Plausibilität überprüft und dann weitergeleitet wird, indirekt an die Business Angels-Netzwerke wenden. Diese melden sich bei Interesse direkt bei den nachfragenden Unternehmen und laden sie gegebenenfalls zu einer Präsentation ein.

Verschiedene Wege versuchen

Aber das allein reicht nicht: Wer Geld, Know-how und Kontakt will, muss aktiv werden und sich kümmern. Erschreckend ist die Zahl aus der jüngsten Studie des Bundeswirtschaftsministeriums, wonach nur 25% der Nachwuchsunternehmer eine Veranstaltungsteilnahme aktiv nachbereiten. Gespräche müssen gesucht, Kontakte müssen gepflegt werden, Gründer müssen „am Ball“ bleiben.



Für den Markterfolg ist mehr nötig als eine clevere Geschäftsidee.

Und sie müssen es mehrfach über verschiedene Wege versuchen. Außerhalb der Business Angels-Netzwerke ist eine noch weitaus größere Zahl von Business Angels aktiv. Nicht alle tummeln sich auf Veranstaltungen, und vieles läuft informell. Den Zugang muss sich der Gründer hart erarbeiten.

Unverzichtbar: Investment Readiness

Je intransparenter der Markt, desto größer für Gründer die Gefahr, in Fallen zu tappen. Gründer müssen eine Vorstellung davon haben, was einen guten Business Angel auszeichnet, sie müssen wissen, was von ihnen erwartet wird, aber auch, wann sie ihrerseits die Reißleine ziehen müssen, wenn die Business Angels ihre Forderungen überziehen. An dieser Stelle sollten aber auch die Investoren an sich arbeiten. Die Bedeutung einer stärkeren Qualifizierung muss den verschiedenen Akteuren bewusst sein. Nur wer sich auskennt, kann begründet Entscheidungen treffen. Es ist sicher, dass dadurch die Dealhäufigkeit und die Dealqualität gesteigert werden und dass manche Enttäuschung auf beiden Seiten vermieden werden kann. Auch wenn spezielle Qualifizierungsangebote dieser Art in Deutschland noch rar sind: Es gibt sie, und die beste Empfehlung ist, sie zu besuchen. Der systematische und strukturierte Aufbau einer Qualifizierungsinstitution war aber bislang mangels Finanzierung nicht möglich.

Augenmaß und Realitätssinn sind gefragt

Natürlich müssen Gründer von ihrer Idee begeistert und vom Erfolg überzeugt sein. Diese Begeisterung darf aber nicht zu überzogenen Erwartungen führen. Wer glaubt, alle warten auf diese eine, einzigartige Geschäftsidee, und

wer zu hohe Bewertungen fordert, wird keinen Business Angel finden. Aber nicht nur die Unternehmer haben die Verpflichtung, Auskunft zu geben und sich zu bewähren. Auch Engel müssen sich bewähren und bereit sein, Auskunft zu erteilen. Gründer sollten ihrerseits sehr genau nachfragen, an welche Bedingungen die Business Angels ihre Beteiligungen knüpfen. Gründer sollten sich Referenzen vorweisen lassen, Verträge bis ins Detail prüfen, vorsichtig sein, wenn Beraterhonorare ins Spiel kommen. Niemals unter Druck oder aus Freude, es endlich geschafft und eine Finanzierung gefunden zu haben, Verträge unterschreiben.

Fazit:

Durch gute Vorbereitung können Gründer dazu beitragen, die Suche nach einem Business Angel zu beschleunigen und erfolgreich abzuschließen. Aber die beste Vorbereitung hilft nicht, wenn die Chemie zwischen Gründerteam und Business Angel nicht stimmt. Da man längere Zeit zusammenarbeiten will – und es wird auf jeden Fall auch schlechte Zeiten geben –, muss man sich persönlich verstehen und das Gefühl haben, dass auch in kritischen Zeiten das nötige Vertrauen vorhanden ist – auf beiden Seiten. ■

Zu den Autoren

Dr. Ute Günther und **Dr. Roland Kirchhof** sind seit 2001 Vorstände des BAND Business Angels Netzwerk Deutschland e.V. Das Netzwerk wurde 1998 gegründet, um die Business Angels-Kultur in Deutschland zu fördern (band@business-angels.de).

Venture your capital, not your rights!

www.weitnauer.net

„Gründer müssen sich substantiell beteiligen“

Interview mit Ralf Knobel, Business Angel

Neben der Dreifaltigkeit aus Family, Friends und Fools stellen Business Angels die wichtigste private Kapitalquelle für Start-ups dar. Welche Investmentkriterien er anlegt, was seine Ausschlusskriterien sind und was er von einer Finanzierung in der Gruppe hält, verrät Business Angel Ralf Knobel im Interview.

VC Magazin: Was reizt Sie, sich mit Ihrer Zeit und Ihrem Privatvermögen in der riskanten Seedphase zu engagieren?

Knobel: Es ist ein extrem spannendes Umfeld mit interessanten Geschäftsmodellen und motivierten Gründern, die etwas bewegen wollen. Mir bereitet auch die ganze Umsetzung, sprich einen Businessplan zu realisieren, viel Freude. Ich bin aber auch renditeorientiert und kann mir altruistische Motive nicht leisten. Die Seedphase ist der einzige Moment, in dem sich ein Business Angel zu fairen Konditionen an wachstumsstarken Unternehmen beteiligen und sich aktiv einbringen kann. Später wäre sein Anteil mit bloßem Auge nicht mehr zu erkennen.

VC Magazin: Welche Kriterien und Qualitäten zählen für Sie bei Geschäftsidee und Gründer?

Knobel: Es muss sich um eine innovative Lösung für ein bestehendes Problem handeln. Seitens der Kunden muss Zahlungsbereitschaft bestehen, und das Geschäftsmodell sollte natürlich skalierbar sein. Außerdem ist mir wichtig, dass der Markteintritt absehbar ist und die Finanzierungsrunde für den Break-even ausreicht. Ein besonderes Augenmerk lege ich auf die oft unterschätzten Themen Marketing und Vertrieb. Bei den Gründern, deren Stärken sich komplementär ergänzen, kommt es mir auf Unternehmer bzw. Macher an, die Branchenerfahrung mitbringen.

VC Magazin: Welche Bedingungen lassen Sie von einem Engagement Abstand nehmen?

Knobel: Die angehenden Unternehmer müssen selbstverständlich ihrer eigenen Idee vertrauen und sich substantiell beteiligen. Überzogene Bewertungen sind ebenfalls ein Ausschlusskriterium. Wenn allein aufgrund des Businessplans der Unternehmenswert schon im Millionen-Euro-Bereich ist, habe ich Bauchschmerzen.

VC Magazin: Mittels Syndizierung können Business Angels größere Summen stemmen. Wie stehen Sie dem Thema gegenüber?

Knobel: Sehr positiv! Aus unseren limitierten Ressourcen – die meisten Business Angels investieren pro Fall zwischen 50.000 und 100.000 Euro – ergibt sich eine gewisse Notwendigkeit für gemeinsame Engagements. Auf jeden Fall sollte man vorher klären, wer was macht. Dann gibt es einen Leadinvestor, und ein oder zwei Angels bringen sich mit ihrem Know-how ein. Bei einer Bewertung von 500.000 Euro sollten maximal acht bis zehn Business Angels beteiligt sein.



Ralf Knobel: „Gehälter auf Industrieniveau sind in der Gründungszeit zu früh.“

VC Magazin: Haben Sie zum Abschluss vielleicht noch eine Anekdote im Umgang mit Gründern parat?

Knobel: Es handelt sich hier um einen Ausnahmefall: Laut Businessplan sollte das Gehalt eines Geschäftsführers bei 80.000 Euro liegen – es gab allerdings drei von ihnen. Entsprechend hoch war auch die Bewertung. Wir mussten dann noch einmal in Klausur gehen, aber die Gründer haben dann eingesehen, dass das Industrieniveau in der Gründungszeit zu früh ist.

VC Magazin: Herzlichen Dank für das Interview, Herr Knobel. ■

torsten.passmann@vc-magazin.de

Zum Gesprächspartner

Der ehemalige Unternehmensberater **Ralf Knobel** ist seit 2006 mit seinem Investmentvehikel Meacura GmbH als Business Angel aktiv. Er gehört mehreren Business Angels-Initiativen an, darunter win der NRW.Bank und Business Angels Agentur Ruhr. Beim Businessplan-Wettbewerb des Netzwerks Nordbayern engagiert er sich als Juror.

Das Kernprodukt ist kostenfrei

Jedox verschenkt Software und gewinnt Investoren

Für private Anwender ist Open-Source-Software oftmals wie Weihnachten und Ostern an einem Tag: Für viele Anwendungsgebiete steht qualitativ hochwertige Software kostenfrei zur Verfügung. Aber ob und wie die Anbieter Geld verdienen können, spielt in ihren Überlegungen keine Rolle. Investoren wie der Schweizer Business Angel Klaus Wecken sind sich aber sicher, dass Produzenten wie Jedox auf lange Sicht ertragreicher sind als Wettbewerber mit klassischen Lizenzierungsmodellen.

„Open Source hat eine große Zukunft“

Nach der landläufigen Meinung kann die Jedox GmbH kein Geld verdienen: Das Freiburger Unternehmen hat sich auf Planungs-, Analyse- und Reporting-Systeme spezialisiert, die auf Open-Source-Software basieren. Und so etwas wird, wie der Browser „Firefox“ und das Officepaket „OpenOffice“ zeigen, kostenfrei im Internet angeboten. Auch Jedox stellt sein Kernprodukt Palo – ein Worksheet-Server, der Excel-Lösungen in unternehmensweite Anwendungen für Business Intelligence wandelt – umsonst zur Verfügung. „Immer mehr Kunden weigern sich, im Voraus hohe Lizenzen für proprietäre Systeme zu akzeptieren“, schätzt der Schweizer Business Angel Klaus Wecken die Lage ein. Richtig skaliert würden es auch Open-Source-Lizenzmodelle erlauben, den notwendigen Umsatz zu generieren, um eine seriöse Entwicklung und Wartung der Software zu gewährleisten. Also beteiligte sich Wecken mit einem niedrigen einstelligen Millionen-Euro-Betrag an Jedox. „Ich denke, dass Open Source eine große Zukunft hat, auf lange Sicht ertragreicher und traditionellen Lizenzierungssystemen überlegen ist“, zeigt er sich überzeugt. Mit dieser Einstellung und seinem Erfahrungsschatz wurde er im Breisgau freundlich empfangen: „Mit ihm als Finanz- und Strategiepartner sind wir in der Lage, unsere Vertriebs- und Marketingaktivitäten nachdrücklich auszubauen“, freute sich Kristian Raue, Geschäftsführer von Jedox, als er Weckens Einstieg mitteilte.



Auf lange Sicht soll Open-Source-Software ertragreicher sein als bisherige Lizenzierungssysteme, zeigt sich Business Angel Klaus Wecken überzeugt.

Aktiv als Sparringspartner

Zeitgleich zur Erweiterung des Gesellschafterkreises fand zum Jahreswechsel 2007/08 auch die Umwandlung von einer GmbH in eine AG statt. Der geschäftsführende Gesellschafter und Gründer Raue wurde Vorstand, Klaus Wecken kam in den Aufsichtsrat. Das sei eine wesentliche Bedingung gewesen, erklärt er: „Ich gehe nur Engagements ein, bei denen gleichzeitig meine persönliche Unterstützung im Aufsichtsrat oder Beirat erwünscht ist.“ Wie es sich für einen Business Angel gehört, brachte Wecken neben Kapital auch Know-how ein – zwischen 10 und 15 Tage investiert er im Jahr. „Ich stehe als Sparringspartner bei wichtigen Entscheidungen oder auch alltäglichen Problemen zur Verfügung“, so Wecken. Das Unternehmen solle von seinen jahrelangen praktischen Erfahrungen profitieren, in die operative Geschäftsführung mische er sich aber niemals ein. Weitere „wertvolle Anstöße und Unterstützung“ brachten später die zusätzlichen Investoren eCapital und die KfW ein, erklärt Wecken.

Fazit:

Der Einsatz der Kapitalgeber hat sich für Jedox gelohnt. Beim Einstieg Klaus Weckens arbeiteten 30 Mitarbeiter für das Unternehmen, zweieinhalb Jahre später sind es über 60 Angestellte. Der Umsatz habe sich dabei „überproportional zur Anzahl der Mitarbeiter entwickelt“, freut sich der Business Angel. Mit der bisherigen Entwicklung zeigt er sich daher voll und ganz zufrieden. Wecken will Jedox so lange zur Seite stehen, wie die Firma ihn finanziell und persönlich braucht: „Mein Investitionshorizont ist nicht kurzfristig.“ ■

torsten.passmann@vc-magazin.de

KURZPROFIL JEDOX AG

-
-
-
-
-
-

Im Widerspruch zur Statistik

Venture Capital-Geber sehen Seedphase positiv

Der Irrsinn im Gründergeschehen um die Jahrtausendwende – Powerpoint statt Businessplan, aberwitzige Bewertungen, schnellste Finanzierungen – existiert heute nur noch in Anekdoten. Die überlebenden Investoren haben ihre Lehren aus dem Crash gezogen und investieren derzeit sehr vorsichtig. Das belegen Statistiken. Grundsätzlich schätzen die Akteure den Markt aber positiv ein – auch dank der Business Angels.

Wie aktiv sind die Gründer wirklich?

Die Zahl der Gründungen fällt. Die der Hightech-Gründungen (siehe Interview S. 10) sogar überproportional stark. Dennoch weicht die Einschätzung der Branchenteilnehmer von den Statistiken ab. So schaut Dr. Peter Terhart, Vorstand der S-Refit AG, zuversichtlich in die Zukunft: „Wir standen 2006/07 auf dem Gipfel, dann ist eine Normalisierung erfolgt. Aus unserer Sicht zieht die Zahl der Gründungen aber wieder an.“ Das liege vorrangig an den zwischenzeitlich eingetrübten Aussichten in der Großindustrie, meint er. Das Wort „Notgründungen“ sei aber unglücklich gewählt, denn es impliziere geringe Qualität. Die

verschiedenen Förderprogramme und Businessplan-Wettbewerbe (siehe Seiten 40/41 und 54/55) hätten aber die Güte der Businesspläne in den vergangenen zehn Jahren deutlich angehoben. Oliver Borrmann, Vorstand der bmp AG, kann dagegen keinen Rückgang erkennen: „Wir haben im laufenden Jahr bislang so viele Businesspläne wie 2008 gesehen.“ Sören Schuster, Geschäftsführer des Technologiegründerfonds Sachsen in Leipzig, kombiniert beide Ansichten: „An der Gründungsaktivität hat sich nichts geändert. Aber da die Sogwirkung der Industrie nachgelassen hat, finden Gründer leichter bessere Mitstreiter.“



Sören Schuster, Technologiegründerfonds Sachsen

„Web 2.0 ist entzaubert“

Hinsichtlich der aktuellen Trends herrscht Einigkeit: Cleantech gilt weiterhin als das heißeste Thema. „In einen Hersteller von Solarmodulen würde ich wegen der vielen starken Wettbewerber aber nicht mehr investieren“, meint Borrmann. Aussichtsreicher sei es, sich dem Lowtech-Bereich des Sektors zu widmen, da es hier noch Reserven gebe.

Auch Schuster beurteilt dieses Segment differenziert: „Cleantech bleibt weltweit ein Megatrend. Aber kurzfristige Sondereffekte durch Subventionen sollte ein langfristig orientierter Seedinvestor ignorieren.“ Großes Potenzial sieht Terhart auch in der Bio- und Medizintechnologie sowie in den Life Sciences allgemein: „Große Konzerne pushen Innovationen durch Gründer.“ Besonders offensichtlich sei das im Pharmasektor, da laufend Patente ausliefen und auch einige Blockbuster kurz vor ihrem Zyklusende stünden. „Big Pharma braucht drin-

INVESTOREN MIT FOKUS AUF DIE SEEDPHASE (AUSWAHL)

Unternehmensname	Hauptsitz	Internetadresse
Aurelia Private Equity GmbH	Frankfurt am Main	www.aurelia-pe.de
Bayern Kapital GmbH	Landshut	www.bayernkapital.de
BC Brandenburg Capital GmbH	Potsdam	www.bc-capital.de
bmp AG	Berlin	www.bmp.com
Creathor Venture Management GmbH	Bad Homburg	www.creathor.de
EnjoyVenture Management GmbH	Gelsenkirchen	www.enjoyventure.de
Genius Venture Capital GmbH	Schwerin	www.genius-vc.de
hannover innovations fonds GmbH	Hannover	www.hannoverimpuls.de
High-Tech Gründerfonds Management GmbH	Bonn	www.high-tech-gruenderfonds.de
IBB Beteiligungsgesellschaft mbH	Berlin	www.ibb-bet.de
LBBW Venture Capital GmbH	Stuttgart	www.lbbw-venture.de
MAZ level one GmbH	Hamburg	www.mazlevelone.com
MIG Verwaltungs AG	München	www.mig.ag
Mountain Super Angel AG	St. Gallen	www.super-angel.ch
New Commercial Room GmbH	Hamburg	www.necoro.de
NRW.Bank Seedfonds	Düsseldorf	www.nrwbank.de
SeedCapital Dortmund GmbH & Co. KG	Dortmund	www.seedcapital-dortmund.de
Sirius Venture Partners GmbH	Wiesbaden	www.sirius-venture.com
S-Refit AG	Regensburg	www.s-refit.de
Technologiegründerfonds Sachsen	Leipzig	www.tgfs.de
Triangle Venture Capital Group Management GmbH	St. Leon-Rot	www.triangle-venture.com
ZFHN Zukunftsfonds Heilbronn GmbH	Heilbronn	www.zf-hn.de

Quelle: Corporate Finance & Private Equity Guide 2009, eigene Recherche

gend Nachschub“, macht Terhart den Gründern Mut. Deutlich anders als noch vor zwei Jahren zeigt sich der schnelllebige Internetsektor, vor allem Social Networks seien als Investmentthema nicht mehr spannend. „Web 2.0 ist entzaubert“, bekräftigt Schuster. Worauf solle man stattdessen setzen? „Cloud Computing und Sicherheit im Netz sind viel versprechend“, sagt Terhart. Oliver Borrmann von bmp hält Marketinggründungen für aussichtsreicher: „Wem die zielgerichtete Adressierung von Werbung gelingt, gewinnt zahlungsbereite Kunden.“

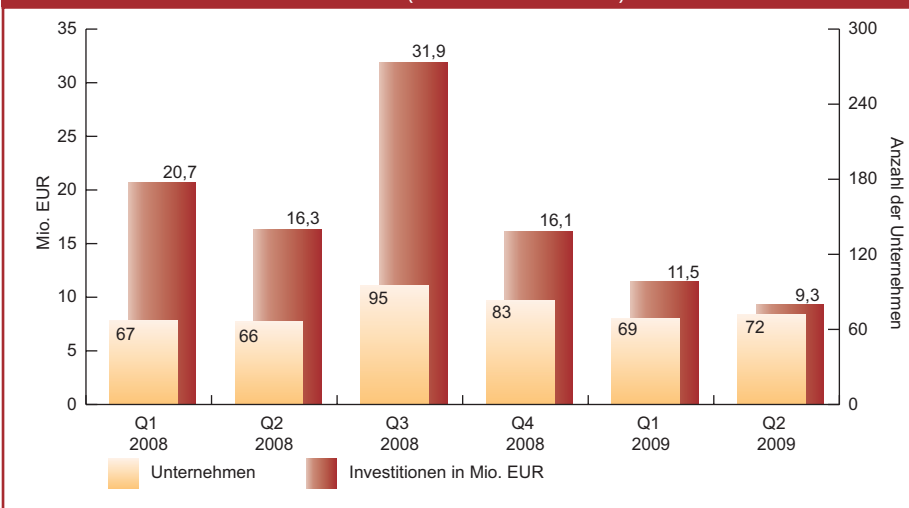
Investiertes Kapital sinkt

Auch wenn die Gründer noch so spannende Ideen haben: Sie brauchen Geld, um ihr Unternehmen aufzubauen. Und hier erwecken die Branchenzahlen, die der Branchenverband BVK für 2008 sowie das erste Halbjahr 2009 publiziert hat, wenig Freude (siehe Grafik). Die niedrigen Werte führt Borrmann auf die Zurückhaltung der privaten Investoren zurück. Das Platzen der Internetblase im Jahr 2001 habe Spuren hinterlassen: „Wer das damals überlebt hat, wurde fast immer ohne Arme und Beine vom Schlachtfeld getragen.“ Weil damals zu viel Geld in zu vielen Firmen verbrannt worden sei, habe sich ein neues kostenbewusstes Denken durchgesetzt. „Die Portfolios sind kleiner und die Unternehmen schlanker aufgestellt, was den Cashbedarf reduziert“, so Borrmann. Ansteigende Investitionen werde es in den kommenden zwölf Monaten nicht geben, zeigt sich Schuster überzeugt: „Exits sind derzeit kaum möglich, und ohne frisches Kapital pflegen Investoren lieber ihr bestehendes Portfolio.“ Aus Sicht Peter Terharts von S-Refit ist die Schockstarre des Marktes aber überwunden. Gerade in der frühen Phase sei die Situation für Gründer vergleichsweise gut: „Im Seedbereich gibt es sehr engagierte öffentliche Investoren wie den High-Tech Gründerfonds, die NRW.Bank oder Bayern Kapital. Da passiert einiges.“ Daneben habe sich über die Jahre auch eine „große Gruppe von unkoordinierten Business Angels“ entwickelt, die pro Fall auch sechs- bis siebenstellige Beträge investieren, hebt Schuster hervor.

Mehr Akzeptanz und neue Konzepte

Gerade weil derzeit Kapital knapp ist und sich vor allem die Banken sehr zurückhaltend bei der Vergabe von Krediten zeigen, sind sich die Seedinvestoren ihrer volkswirtschaftlichen

SEEDINVESTITIONEN IN DEUTSCHLAND (BRANCHENSTATISTIK)



Quelle: BVK/Perep-Analytics



Dr. Peter Terhart,
S-Refit

Bedeutung als Eigenkapitalgeber bewusst. Auf die politischen Signale aus Berlin reagieren sie entsprechend sensibel: „Die Diskussion ist teilweise grotesk. Politisch werden Venture Capital und große Buyouts oftmals über einen Kamm geschoren“, drückt Oliver Borrmann seinen Ärger aus. Ähnlich sieht es Sören Schuster, der sich weniger Propaganda gegen die Finanzindustrie und mehr Rationalität wünscht. „Das bleibt aber wohl ein frommer Wunsch“, sagt er leicht resigniert. „Wir wollen mehr politische Akzeptanz für unser Schaffen“, bringt Terhart, der als BVK-Vorstandsvorsitzender den Finger am Puls der Branche hat, die Stimmung diplomatisch auf den Punkt. Allerdings formulieren die Branchenteilnehmer konkrete Wünsche an die kommende Regierung, um das Unternehmertum zu fördern und die Frühphase zu stabilisieren. „Die Streichung der Verlustvorträge ist eine absolute Katastrophe. Das muss geändert werden!“, meint Schuster. Oliver Borrmann möchte der kommenden Bundesregierung zwei Punkte auf die Tagesordnung setzen: „Der High-Tech Gründerfonds betreibt Förderung mit der Gießkanne – hier muss es ein Anschlusskonzept geben. Außerdem sollten Gründer fünf Jahre von Steuern freigestellt sein.“ Dies würde echte Anreize für Unternehmertum schaffen.

Fazit:

Auch wenn die Statistiken – weniger Investitionen und weniger Gründungen – anderes vermuten lassen, zeigen sich die Investoren doch zuversichtlich. Aus ihrer Sicht hat sich trotz Wirtschaftskrise nichts an der Gründungsaktivität geändert, und Finanzierungsmöglichkeiten gebe es gerade dank der öffentlichen Hand ausreichend. Darüber hinaus freuen sie sich, dass sich mit finanzstarken Business Angels eine weitere Kapitalquelle in der Seedphase entwickelt hat. Jetzt braucht es nur noch politischen Rückenwind und verbesserte gesetzliche Rahmenbedingungen. ■

torsten.passmann@vc-magazin.de

Nachhaltigkeit ist, unbeirrt bei der Sache zu bleiben

Innovationen brauchen Kontinuität, um sich auswirken zu können

Der Superlativ von September 2008 gilt bis heute: Die 210 Mio. EUR, die Bayer HealthCare für die Aktien der Direvo Biotech AG aus Köln gezahlt hat, sind der größte Deal eines privaten Biotech-Unternehmens in Deutschland. Damit hat Bayer die Möglichkeit erworben, biologisch-pharmazeutische Wirkstoffe für die spätere Anwendung im Menschen aufzufinden und zu optimieren. Am Beispiel Direvo lässt sich exemplarisch aufzeigen, warum Innovationen Kontinuität brauchen.

Vertrauen in das Management

Von der Gründung im November 2000 durch das promovierte Dreigespann Ulrich Kettling, Andre Koltermann und Jens Stephan bis zum Trade Sale erhielt Direvo Biotech insgesamt 30 Mio. Euro an Venture Capital. Die erste Finanzierungsrunde fiel noch in den Goldrausch des Neuen Marktes: Unter Führung von TVM Capital brachte sie 9 Mio. EUR ein, darunter auch eine stille Beteiligung über 1,5 Mio. EUR von der tbG Technologie-Beteiligungsgesellschaft, heute KfW Bankengruppe. Mit dem Geld entwickelten und optimierten die Wissenschaftler auf dem BioCampus Köln ihre Plattform-Technologie ständig weiter. Das Beiwort „Plattform“ zeigt an, dass eine solche Technologie für mehr als eine Anwendung nutzbar ist. Im Rahmen des Trade Sale im September 2008 hat Bayer Healthcare nur die Option für die Anwendung im Menschen erworben; der verbliebene Bereich industrielle Biotechnologie bildet seit Juli 2008 die Geschäftsgrundlage der Direvo IBT GmbH. Die mittlerweile 39 Mitarbeiter

laborieren an der Optimierung von Enzymen und Mikroorganismen. In Waschmittel oder Tierfutter integriert, oder als biologische Katalysatoren in der chemischen Industrie, sollen diese Stoffe in Zukunft die Ökobilanz der Produkte verbessern. „Was wir hier machen, ist definitiv Cleantech“, urteilt Dr. Thomas von Rügen, der alte und neue CEO von Direvo. Auf deren Gesellschafterliste finden sich u.a. die meisten Altaktionäre der Direvo AG wieder, darunter TVM Capital, die NRW.Bank, Wölbner EquityPartner, Danisco Ventures, die Sparkasse Köln-Bonn, Mulligan BioCapital und auch die KfW Bankengruppe. Mit dem Verkauf ihrer Direvo-Aktien an Bayer haben sie gutes Geld verdient und einen Teil davon quasi stehen gelassen bei jenem Managementteam, das seine Fähigkeiten und Vertrauenswürdigkeit schon einmal bewiesen hat. Welche allgemeinen Schlussfolgerungen lassen sich aus diesem Beispiel ziehen?

Zeit ist Geld – Geld ist Zeit

Entwicklung ist immer eine Funktion von Zeit. Es wird Zeit benötigt, um valide Forschungsergebnisse zu erzielen, die richtigen Investoren zu finden oder belastbare Erfahrungen zu sammeln, wie lange ein Vertragsabschluss mit einem Konzern wie Bayer wirklich dauert. Noch mehr Zeit ist nötig, bis sich in einer jungen Branche produktive Kooperationen ergeben, funktionierende Joint Ventures herausbilden und Wertschöpfungsketten entstehen, deren Resultate auch einen Preis am Markt erzielen. Nicht zuletzt ist Zeit Voraussetzung für die Möglichkeit der Veränderung. Die erforderliche Zeit muss finanziert werden. Dazu u.a. gibt es Wagniskapital. Das ist (im Gegensatz zu einem Kredit) dafür da, auch Experimente und zwangsläufig auch Scheitern mit zu finanzieren. Weil ungewiss ist, welches junge Unternehmen später einen hohen Gewinn erzielt, die Gunst eines strategischen Partners oder eines großen Investors findet, werden diverse Firmen finanziert. Ähnliche (Teil-)Ziele wie Direvo IBT verfolgen auch andere Unternehmen: C-Lecta in Leipzig etwa optimiert Enzyme, OrganoBalance aus Berlin sucht neue Einsatzmöglichkeiten für Hefen und Bakterien, und Sloning aus Puchheim stellt synthetische Gene her. Hier können sich neue Chancen zur Kooperation zwischen und zur Verschmelzung von Firmen ergeben. Diese Diversität stellt Optionen bereit und ist damit weitere Voraussetzung für die Entwicklung einer Branche.

DR. THOMAS VON RÜGEN

Bevor Dr. Thomas von Rügen 2006 zur Direvo AG kam, war er sechs Jahre lang im Vorstand der MorphoSys AG tätig. Die 1992 gegründete Firma gehört zu den ältesten Biotech-Unternehmen Deutschlands. Auch hier war die öffentliche Hand früh am Werk: Bereits 1993 hatte die tbG zusammen mit den Venture Capital-Veteranen von TechnoStart eine stille Beteiligung über 1 Mio. DM ausgereicht, welche die MorphoSys vor dem Börsengang 1999 zurückzahlte. Heute hat das vielfach ausgezeichnete Unternehmen eine Marktkapitalisierung von rund 380 Mio. EUR und beschäftigt in Deutschland 240 Mitarbeiter.

Besser durch Wiederholung

Kontinuität und Stabilität sind wichtige Bedingungen für volkswirtschaftliche Skalenerträge, auch in innovativen Sektoren wie der Biotechnologie. Einfacher gesagt: Je öfter man etwas machen kann, desto schneller und besser funktioniert es meist. Beispielsweise können sich die Erfahrungen eines Managers optimal auswirken, wenn er in seiner Branche ein neues Unternehmen gründen kann. Ein Investorenkonsortium wird immer zielsicherer, je öfter es gemeinsam Unternehmen finanziert. Stabile Beziehungen zwischen Managern, Investoren und Anwälten senken die Kosten jeder weiteren gemeinsamen Transaktion. Ein spezifischer und kontextgebundener Erfahrungsschatz entsteht, der sich positiv auf der Zeitachse auswirkt.

Fazit:

Das Institut für Weltwirtschaft hat den Preis all dessen einmal als „volkswirtschaftliche Lernkosten“ bezeichnet und darauf hingewiesen, dass auch bei der Finanzierung dieser Bildungsaufgabe dem Staat eine wichtige Rolle zukommt. Damit dieses Wissen erhalten bleibt, sich thesaurieren und rentieren kann, braucht es Investoren, die die spezifischen Strukturen längerfristig mit aufrechterhalten. Wirtschaftsförderung bedeutet hier also auch ganz wesentlich, nachhaltig aktiv zu sein. Hier ein Initiativchen, dort ein Fördermittelchen – das hilft gar nicht. Deshalb verfügen die Mittelstandsbank des Bundes oder die Förderinstitute der Länder über Fonds und Angestellte, die kontinuierlich in Technologieunternehmen investieren – egal, ob gerade Börsengänge stattfinden oder nicht. An einer solchen politisch gesetzten Stabilität können sich im Optimalfall andere Strukturen entwickeln – ein Arbeitsmarkt für Start-up-Manager, ganze neue Technologiebranchen oder – hoffentlich – auch ein funktionierender Markt für privates Venture Capital. ■

Zum Autor



Michael Steinmetzer ist Abteilungsleiter bei der KfW Mittelstandsbank in Bonn. Er zeichnet im Bereich Finanzierung von Innovationen und Beteiligungen u.a. für den ERP-Startfonds verantwortlich.



Bayern Kapital

Venture Capital für Bayern



Sie suchen Eigenkapital für ihr High-Tech-Projekt?

Bayern Kapital bietet:

- Eigenkapital für die Seedphase, F&E, Markteinführung und Wachstum
- Co-Investments mit Partnern
- Langjährige Finanzierungserfahrung
- Zugang zu einem starken Netzwerk

Neue Fonds mit rund 90 Mio. EUR aufgelegt!

www.bayernkapital.de

Bayern Kapital GmbH · Ländgasse 135 a · 84028 Landshut
Telefon 0871 92325 - 0 · info@bayernkapital.de

Value Add in der Seedphase

Nutzen stiften – über Kapital hinaus

Die Startphase junger Technologieunternehmen ist gekennzeichnet durch vielfältige und vielleicht kaum zu übersehende Risiken, aber auch durch eine Fülle unterschiedlicher und sich stark verändernder Aufgaben. Selbst die besten Gründerteams geraten angesichts der Vielzahl schwieriger Herausforderungen oft an ihre Grenzen. Gleichzeitig findet man einen hohen Anteil relativ (geschäfts-)unerfahrener Gründer. Vor diesem Hintergrund ist der Nutzen („value add“), den Gesellschafter – insbesondere Investoren – stiften, in der Regel mitentscheidend für den Erfolg der finanzierten Unternehmen. Was sind nun die relevanten Felder, in denen Nutzen gestiftet werden kann? Und vor allem, was können Investoren leisten?

Beistand im Operativen ...

Gerade technologiebasierte Gründungen sind meistens durch sehr spezialisierte Gründerteams geprägt. Hier liegen oft einseitige Erfahrungen vor, die durch den universitären Alltag geprägt wurden. Oftmals fehlen grundlegende Kenntnisse, die beim Aufbau von schnell wachsenden Unternehmen benötigt werden. Idealerweise können Investoren, die selbst ein junges Unternehmen aufgebaut oder zumindest in einem Start-up gearbeitet haben, diese direkt an die Gründer weitergeben. Industrieerfahrene Business Angels können nicht nur helfen, grundlegende Strukturen im Unternehmen aufzubauen, sondern über ein vielfältiges Netzwerk Türen zu öffnen, z.B. zu Partnern und Kunden. Berater verfügen zwar oft über das relevante Know-how, vermissen aber manchmal die langfristige Perspektive, die ein Gesellschafter mitbringt. Institutionelle Investoren können sehr viel Know-how aus einem (großen) Portfolio generieren. Von Unternehmen, die ähnliche Produkte in vergleichbare Märkte verkaufen, kann man wichtige Planungsparameter wie z.B. Sales Cycles, Kostenstrukturen oder Cash-to-cash-Cycles lernen.

Manchmal kann man die „Nummer 2“ in einem Recruitingprozess bei einem Unternehmen noch sehr gut bei einem anderen Portfoliounternehmen ins Gespräch bringen.

... wie auch Strategischen

Gerade technisch geprägte Gründer verfangen sich gerne im Detail. Zumindest als kritischer Sparringspartner können Investoren in der frühen Phase helfen, grundlegende Weichenstellungen erst einmal aufzuzeigen und dann mithelfen, das Unternehmen in die richtige Richtung zu steuern. Gründer sind oftmals der Ansicht, dass das Verfolgen vieler verschiedener Richtungen das Risiko reduziert. Tatsächlich „verzetteln“ sich die Gründer damit und bringen jeweils zu wenig PS auf die Straße. Ein klarer Fokus dagegen erhöht die Chancen, damit auch erfolgreich zu sein – und senkt letztlich das Risiko für das Unternehmen. Erfahrene Investoren bringen nicht unerhebliche Netzwerke mit, in denen sich gezielt Experten finden lassen, die bei solch schwierigen Weichenstellungen helfen können.

Managementunterstützung

Unvollständige Managementteams müssen spätestens mit der A-Runde so ergänzt werden, dass erfahrene Venture Capitalisten von einem Investment überzeugt werden können. Neben den eigenen Netzwerken ist nach unserer Erfahrung ein professioneller Recruitingprozess entscheidend für die passende Ergänzung des Gründermanagements. Verglichen mit einer sporadischen Suche („wir schauen mal in unserem Netzwerk“) schafft es ein Headhunter, viel mehr Kandidaten zu screenen bzw. anzusprechen. Nicht selten kann es gelingen, aus ca. 100 Kandidaten einen oder zwei herauszufiltern, die dann nicht nur fachlich, sondern vor allem auch persönlich sehr gut zu dem Gründerteam passen. Zusätzlich kann ein Head-

hunter sehr wertvolle Hilfe beim sehr kritischen und gleichzeitig sensiblen Moderationsprozess der Vertragsverhandlung leisten. Insbesondere, wenn die Kandidaten aus sicheren Positionen in der Industrie in ein junges Unternehmen wechseln, kann schon „ein falsches Wort“ genügen, um einen guten Kandidaten zu verschrecken.

Entscheidende Unterstützung können „sturm-erprobte“ Investoren jungem Management geben, wenn ein Unternehmen in die (übliche) Krise kommt. Sowohl operative Durststrecken als auch die letzten Meter beim Closing einer Finanzierungsrunde sind für junge Gründer in der Regel nicht nur etwas Neues, sondern treffen diese oft sehr persönlich. Ein mögliches Scheitern des Unternehmens betrifft Gründer in ihrem Job, mit ihrem finanziellen Engagement und nicht zuletzt in ihrem Selbstverständnis. Hier kann ein symbolisches „In-den-Arm-Nehmen“ durch Investoren viel bewirken und maßgeblich zum Erfolg beitragen.

Unterstützung im Vertrieb

Das Verkaufen von Produkten und Dienstleistungen ist grundsätzlich Sache des Unternehmers. Für Start-ups ist es allerdings eine große Herausforderung, Kunden zu erschließen und die im Businessplan geplanten Umsätze zu



Mit professioneller Hilfe stehen die Chancen für das Gründerteam gut, einen passenden Partner zu finden, der mehr als Geld in das Start-up einbringt.

erzielen. Investoren, die Start-ups den Zugang zu relevanten Kunden, etwa großen Konzernen, ermöglichen, sind in Deutschland selten. Eine systematische Vernetzung von Industrie und Venture Capital-finanzierten Hightech-Unternehmen findet allenfalls in der Biotechnologie statt. Hier könnten Investoren noch besser werden und wertvollen Nutzen stiften.

Anzeige



Eine Unternehmensfamilie für wachstumsstarke Branchen

CRESCES Technologie GmbH & Co. KGaA

Oststraße 10 • 40211 Düsseldorf

Tel.: +49 (211) 913 77 0 • Fax: +49 (211) 913 77 147

www.cresces.com • iro@cresces.com

●●● **CRESCES**



Ein gut vorbereiteter, punktgenauer Exit kann für das junge Unternehmen einen konkret quantifizierbaren Value Add erreichen.

Finanzierung und Exit

Bei weiteren Finanzierungsrunden und später beim Exit existiert sicher eine Vielfalt von Interessenkonflikten zwischen Unternehmern und Investoren. Den Prozentpunkt bzw. Euro, den der eine bekommt, bekommt der andere nicht. Auch wenn die Verteilungsdiskussion selten zu vermeiden ist, bieten weitere Finanzierungsrunden und schließlich der Exit vielfältige Möglichkeiten, den Kuchen zu vergrößern.

Gerade Investoren in der Seedphase sind oftmals in ihrem finanziellen Spielraum begrenzt. Das bedeutet, dass neue Investoren gefunden und überzeugt werden müssen. In aller Regel sind Gründer hier sehr unerfahren – institutionelle Investoren aber sehr erfahren. Neben den vordergründigen Parametern wie Pre-Money-Bewertung und Höhe der Finanzierungsrunde gibt es in einer Finanzierungsrunde einen Blumenstrauß von Variablen und damit Möglichkeiten, Nutzen im Unternehmen zu stiften. Entscheidend aus unserer Erfahrung: der richtige Investor. Auch wenn man selten die Wahl hat, so gibt es doch eine Vielzahl sehr unterschiedlicher Investoren, die man für ein junges Unternehmen gewinnen kann. Die Kunst ist, die richtigen zu erkennen und dann gezielt die Ansprache und den weiteren Prozess zu begleiten. Neben den typischen Venture Capitals gibt es große und kleine Business Angels, Corporates sowie eine Vielzahl von anderen Finanzierungsmodellen. Ist die grobe Richtung erst einmal klar, können bestehende Investoren die Türen zu anderen Investoren öffnen, die Gründer beim Pitch und dessen Vorbereitung unterstützen und nicht zuletzt das aufgebaute Vertrauensverhältnis zu anderen Investoren nutzen, um ehrlich einen Deal zu präsentieren.

Fazit:

Gerade bei kleinen Exits, die unter der Wahrnehmungsschwelle von etablierten Corporate Finance-Beratern liegt, ist die Erfahrung der bestehenden Gesellschafter gefragt. Gut vorbereitet und gut verhandelt, d.h. auch an einem Strang ziehend, lassen sich Exit-Werte durchaus verdoppeln. Der Value Add wird dann nicht nur transparent, sondern klar quantifizierbar. Dies gilt umso mehr, wenn die Unternehmensbewertung nicht auf klassischen Bewertungsmethoden wie EBIT-Multiple basiert, sondern vielmehr Technologie und viel Fantasie bei den zukünftigen Cashflows des Käufers verkauft wird. Erfahrene Investoren verstehen es, parallel konkurrierende Interessenten zu gewinnen (oder zumindest durch Kaffeeleckchen auf den Due Diligence-Unterlagen zu suggerieren). Es gibt eine Vielzahl von Möglichkeiten, den „Kuchen zu vergrößern“: Letztendlich ist das die ureigene Rolle des Unternehmers und seines Handelns. Andere Gesellschafter, insbesondere Investoren, können sicherlich an zahlreichen Stellen maßgeblich dazu beitragen. ■

Zu den Autoren



Dr. Michael Brandkamp (Sprecher) und **Dr. Alexander von Frankenberg** sind Geschäftsführer der High-Tech Gründerfonds Management GmbH, die technologiebasierte Unternehmensgründungen mit Kapital und Coaching versorgt. Zu den Investoren des 272 Mio. EUR schweren Fonds gehören neben staatlichen Stellen auch Großkonzerne.

Nano-Transporter

Rodos BioTarget GmbH: Kampf den Krankheiten

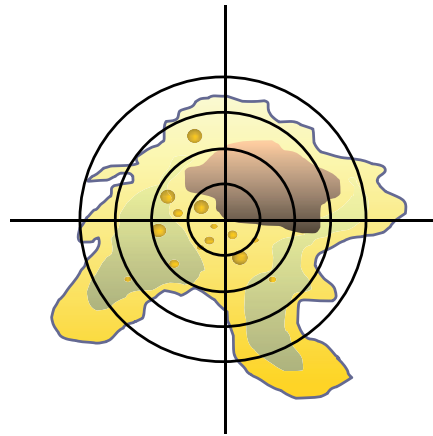
Das Unternehmen ist im Bereich der Forschung und Entwicklung von Transporter-Strukturen zur Bekämpfung von Virus- und Krebserkrankungen tätig. Wesentlicher Kern der patentierten Technologie ist der Transport medizinischer Wirkstoffe in das Zentrum der Immunabwehr.

Neuartige Transportvehikel

Die Unterwanderung der körpereigenen Abwehrkräfte durch Krebszellen und Infektionserreger macht Medizinern zu schaffen. Abhilfe soll durch eine neu entwickelte Technologie kommen. Erfunden wurde sie 2004 in den USA, daraufhin weiterentwickelt und von den Erfindern selbst seit 2008 in dem deutschen Unternehmen Rodos BioTarget (RBT) weitergeführt. Die dort entwickelten Transportvehikel – TargoSpheres genannt – schleusen medizinische Wirkstoffe direkt in sogenannte Antigen-präsentierende Zellen ein. Deren hauptsächliche Aufgabe liegt in der Erkennung von Erregern und der Organisation der Immunabwehr. Bei diesen Transportvehikeln handelt es sich um zellspezifische Nanosysteme, erklärt CEO Dr. Marcus Furch: „Nanokleine Partikel, die einen Zuckerrest tragen, werden von Rezeptoren, die vor allem auf Antigen-präsentierenden Zellen zu finden sind, erkannt und aufgenommen.“

Vielfältige Einsatzmöglichkeiten

Die Technologie von Rodos BioTarget bietet unterschiedliche Möglichkeiten, Funktionen dieser entscheidenden Immunzellen zu aktivieren (bei Krebserkrankungen) oder zu hemmen (bei Autoimmunerkrankungen). Sie wurde in einem privaten Forschungsinstitut unter Leitung von Prof. Michael Scolaro entwickelt, der zu den ersten Medizinern gehörte, die Patienten mit Aids behandelten. „Gegenwärtig liegt unser Schwerpunkt auf der Bekämpfung der Hepatitis C“, fährt Furch fort. Trotz der durch die Finanzkrise verursachten allgemeinen Zurückhaltung bei Investoren gelang eine erfolgreiche Start-up-Finanzierung: Im Mai dieses Jahres erhielt das Unternehmen Mittel des hannover innovations fonds (hif) und des High-Tech



Die Macher von Rodos BioTarget haben eine Technologie entwickelt, um medizinische Wirkstoffe zielgenau zu transportieren.

Gründerfonds. Kurz zuvor wurde das Unternehmen mit einem Preis der Matching-Veranstaltungsreihe Venture Lounge ausgezeichnet und hatte bereits im Jahr 2007 drei Gründerpreise – u.a. durch Science4Life – erhalten. Da die Funktionsfähigkeit der Technologie in den USA bereits in vitro nachgewiesen wurde, sehen die Investoren in dem Konzept interessantes wirtschaftliches Potenzial. „Die Überführung des Wissens in das Unternehmen Rodos BioTarget bietet attraktive Entwicklungsmöglichkeiten, die auch durch die Zusammenarbeit der mit unterschiedlichen Kompetenzen ausgestatteten Know-how-Träger im Unternehmen gewährleistet sind“, erläutert Dr. Bert Brinkhaus von EnjoyVenture und hif-Manager. Besonders interessant sei, dass „die Technologie als Plattformtechnologie bei vielen Viruserkrankungen eingesetzt werden kann“, ergänzt er.

Ausblick

Mit den Geldern der ersten Finanzierungsrunde wurden u.a. die Patente erworben, um die Technologie für andere Indikationen in Lizenz zur Verfügung zu stellen. „Im Gegensatz zur möglichen Einlizenzierung wurde dieses Vorgehen von den Investoren begrüßt“, so Furch. Für die zweite Finanzierungsrunde sieht er einen Finanzierungsbedarf von etwa 5 Mio. EUR. Das Geld soll u.a. für die Komplettierung der präklinischen Untersuchungen und für die klinische Phase I an Patienten mit Hepatitis C verwendet werden. ■

Christian Bayer
redaktion@vc-magazin.de

KURZPROFIL RODOS BIOTARGET GMBH

-
-
-
-
-
-

Daten-Detektiv auf Expansionskurs

Yasni GmbH will das Personen-Google werden

Die Personen-Suchmaschine Yasni.de wächst seit dem Start im Oktober 2007 rasant – mittlerweile verzeichnet das Portal monatlich mehr als 30 Millionen Zugriffe. Haben die Gründer die ersten Schritte noch selbst finanziert, sichert jetzt Seed-Kapital der Schweizer Beteiligungsgesellschaft Mountain Super Angel AG das weitere Wachstum.

Über 100 Quellen werden angezapft

Als Manager zweier Internet-Stellenbörsen hatte Steffen Rühl schnell festgestellt, dass es kompliziert ist, im Netz Informationen über Bewerber zusammenzutragen. „Manchmal musste ich bei der gleichen Suchmaschine sechs verschiedene Anfragen starten, um ein umfassendes Bild zu bekommen“, blickt er zurück. Diesen Zustand wollte er mit einem eigenen Projekt beenden. Das Ergebnis heißt Yasni – und ist eine Metasuchmaschine für Personen. Benutzer müssen auf der Website nur einen



Steffen Rühl gründete Yasni, weil er ein selbst erlebtes Problem beseitigen wollte.

Suchmaschine ist eine der „mehr als 100“ Quellen für Yasni – ebenso wie Netzwerke und Online-Communitys wie Facebook, Xing, MySpace & Co. Mit vier Freunden baute Rühl die Plattform, die im Oktober 2007 online ging, auf – und die ersten 50.000 EUR für den Start finanzierten die Gründer selbst. „Wir waren ziemlich schnell bei 2,3 Millionen Nutzern“, sagt Rühl.

Von Google-Treffern zu Qualitäts-Content

Das Wachstum von Yasni, darauf legt Rühl wert, soll sich prinzipiell „eher langsam, aber dafür substantiell“ gestalten. Gleichwohl ging von Anfang an die Post ab: Die Seite tauchte bei Google schnell weit vorne auf, die Besucherzahlen und auch die Zahlen der angemeldeten Nutzer stiegen rasant. Letztere können ihr Yasni-Profil pflegen – und unpassende oder inzwischen unangenehme Such-Treffer ausfiltern. Als Steffen Rühl dann im Frühjahr 2008 auf Kapitalsuche für das weitere Wachstum ging, hatte Yasni bereits 120 000 registrierte Nutzer und monatlich rund 3,3 Millionen Unique Visitors. Nach einer Präsentation kam Rühl mit Sebastian Kübler, Investment-Manager der Mountain Super Angel AG, in Kontakt (siehe Interview). Die börsennotierte schweizerische Beteiligungsgesellschaft steht bevorzugt jungen und schnell wachsenden Unternehmen mit Geld und Rat zur Verfügung. Bei Yasni engagierte sie sich im Juni 2008 als Lead Investor und stellte dem Unternehmen mit sieben weiteren Investoren einen hohen sechsstelligen Betrag als Seed-Finanzierung zur Verfügung.



Auf yasni.de können User das eigene Profil bearbeiten und ergänzen.

Namen eingeben, und das System trägt Informationen aus den verschiedensten öffentlich zugänglichen Online-Quellen zusammen. „Unsere Vision ist es, das Google für die Personensuche zu werden“, erläutert Rühl. Die

KURZPROFIL YASNI GMBH

-
-
-
-
-
-

NACHGEFRAGT BEI SEBASTIAN KÜBLER, INVESTMENT-MANAGER DER MOUNTAIN SUPER ANGEL AG

VC Magazin: Herr Kübler, was sprach für das Engagement bei Yasni?

Kübler: Die Suche nach Personen im Internet ist zum einen ein sehr aktuelles und viel diskutiertes Thema. Zum anderen birgt sie ein erhebliches Wertschöpfungspotenzial. Im B2B-Bereich sind zum Beispiel Personalverantwortliche an einfach zu bekommen, umfangreichen Informationen über Bewerber interessiert. Mit Yasni kann jeder – also auch Privatleute – schnell und einfach herausfinden, welche Daten über die eigene Person im Internet abrufbar sind – und zusätzlich im nächsten Schritt das eigene Profil ergänzen. Deswegen sind wir überzeugt, dass Yasni eine weiterhin rasante Entwicklung bevorsteht.



Sebastian Kübler

VC Magazin: Sie haben im vergangenen Sommer zu einem Zeitpunkt investiert, zu dem Internet-Geschäfts-

modelle eigentlich keinen Investor hinter dem Ofen vorlockten. Warum?

Kübler: Herr Rühl hatte ja nicht nur eine Idee. Das war schon ein sehr vorzeigbares Gesamtpaket mit Ausbaupotenzial – die selbst entwickelte Technologie, die rasant steigenden Nutzerzahlen sowie das Know-how der Beteiligten –, das das Yasni-Team präsentieren konnte.

VC Magazin: Wie verstehen Sie Ihre Rolle als Investor?

Kübler: Wir haben einen Minderheitsanteil gezeichnet, allerdings arbeiten wir sehr eng mit dem Management zusammen. Als institutioneller Business Angel-Investor sehen wir unsere Rolle gewissermaßen als Vermittler von Kapital und Know-how. Unsere Partner beim Yasni-Engagement, typischerweise Privatinvestoren, unterstützen nicht nur mit Geld, sondern auch bei Bedarf mit Rat und Tat. Das bezieht sich aber auf strategische Hinweise – aus dem operativen Geschäft halten wir uns in der Regel heraus und sehen die Umsetzung als Aufgabe des Managements.

VC Magazin: Herzlichen Dank für das Gespräch.

Aktuelles Ziel: Break-even

Denn für das weitere Wachstum setzt Yasni nicht auf die Werbeeinnahmen, die „jetzt noch helfen, die Cash-Burn-Rate niedriger zu halten“, wie Steffen Rühl schmunzelnd erklärt. Die Suche ist mittlerweile nicht mehr auf Namen beschränkt, sondern liefert auch zu unterschiedlichsten Suchbegriffen die passenden Personen. Seit kurzem sind zudem kostenpflichtige Zusatz-Services freigeschaltet. Primonatliche Gebühr ihr Profil bei Suchanfragen als „Top-Person“ und damit weit vorne platzieren. Und als explizite Business-to-Business-Anwendung gibt es den Premium-Check, der Personalverantwortlichen auf Knopfdruck geeg-

nete Bewerber und alle im Netz auffindbaren Informationen über sie präsentiert. „Das ist aus unserer Sicht definitiv ein Wachstumsmarkt“, sagen Steffen Rühl und Sebastian Kübler unisono. Er soll auch Yasni „weiteres Wachstum“ bescheren. Und als Etappe auf dem Weg zum „Google für die Personensuche“ will das in Frankfurt und Leipzig angesiedelte Unternehmen bis Mitte kommenden Jahres „zumindest den Break-even erreichen“, betont Rühl. ■

Lars Radau
redaktion@vc-magazin.de

Anzeige

Wir bieten:

- Geschäftsräume, Labore, Werkstätten
- Beratung und Coaching zum Businessplan, Finanzierung und Unternehmensaufbau
- enge Kontakte zu High-tech Netzwerken (z.B. Silicon Saxony)
- PR-Unterstützung
- Management von nationalen/internationalen Technologietransferprojekten
- Kostenlose Nutzung der Konferenz- und Besprechungsräume inkl. Technik

Ihr Ansprechpartner: Dr. Bertram Dressel
Gostitzer Straße 61-63, D-01217 Dresden
Telefon: +49 351. 871 8665, Fax: +49 351. 871 8734
E-Mail: kontakt@tzdresden.de, www.tzdresden.de

Zukunft Gestalten!

Standorte für High-Tech in Dresden.



TechnologieZentrumDresden GmbH

Early-Stage-Zahlen stimmen nicht froh

Investitionen sinken, Abschreibungen steigen

Das Segment der Early-Stage-Finanzierungen ist beinahe schon traditionell das Sorgenkind der Private Equity-Branche in Deutschland. Nachdem in den letzten Jahren, nicht zuletzt durch das Engagement öffentlich-rechtlicher Investoren, immerhin ein moderater Anstieg der Investitionsvolumina zu verzeichnen war, hat die Krise an den Finanzmärkten auch hier ihren Tribut gefordert. Die gute Nachricht: Die Einbrüche sind bei Weitem nicht so massiv wie in anderen Finanzierungsphasen.

Die nackten Zahlen

Der Marktstatistik (nationale und internationale Investitionen in deutsche Unternehmen) des Bundesverbandes Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften (BVK) zufolge

möglicherweise das vierteljährlich vom Beratungsunternehmen Fleischhauer Hoyer & Partner erhobene Venture Capital Panel, das für das zweite Quartal einen leichten Anstieg der Investitionstätigkeit – wenn auch auf niedrigem Niveau – registriert hat. Bei anderen Marktparametern sieht es jedoch ähnlich dunkel aus wie in der BVK-Statistik: So liegt die Anzahl der Abschreibungen im ersten Halbjahr 2009 mit 25 bereits über der des gesamten Vorjahres (19). Dagegen ist die Anzahl der Veräußerungen rückläufig: Während die Panel-Teilnehmer 2008 pro Quartal im Schnitt knapp 15 Unternehmen veräußerten, waren es in den ersten beiden Quartalen 2009 knapp zehn. Damit übersteigt die Anzahl der Abschreibungen seit fünf Jahren erstmals wieder die der Veräußerungen.

EARLY-STAGE-INVESTOREN IN DEUTSCHLAND (AUSWAHL)

Unternehmensname	Ort	Internetadresse
bmp AG	Berlin	www.bmp.com
DEWB AG	Jena	www.dewb-vc.com
Earlybird Venture Capital GmbH & Co. KG	München	www.earlybird.de
eCapital entrepreneurial Partners AG	Münster	www.ecapital.de
IBB Beteiligungsgesellschaft mbH	Berlin	www.ibb-bet.de
Impera Total Return AG	Frankfurt am Main	www.impera.de
LBBW Venture Capital GmbH	Stuttgart	www.lbbw-venture.de
mic AG	München	www.mic-ag.eu
Nanostart AG	Frankfurt am Main	www.nanostart.de
Neuhaus Partners GmbH	Hamburg	www.neuhauspartners.com
Siemens Venture Capital GmbH	München	www.siemensventurecapital.com
Target Partners GmbH	München	www.targetpartners.de
TVM Capital GmbH	München	www.tvn-capital.com
VNT Management Oy	München	www.vntm.com
Wellington Partners	München	www.wellington-partners.com

Quelle: Corporate Finance & Private Equity Guide 2009, eigene Recherche

lag das Investitionsvolumen im Early-Stage-Bereich im ersten Halbjahr 2009 bei 140,8 Mio. EUR – gegenüber dem Vergleichszeitraum im Vorjahr ein Verlust von einem Drittel. Damit schneidet die Frühphasenfinanzierung noch vergleichsweise gut ab: Im selben Zeitraum büßten Later-Stage-Investments mehr als zwei Drittel ein, Buyout-Finanzierungen sogar rund 95%. So spielen Early-Stage- und Buyout-Investments derzeit zwar in derselben Liga, aber das hat auch für den Early-Stage-Bereich nichts Gutes zu bedeuten: Seit einem Dreivierteljahr sinken die Investitionssummen. Ob die 61,3 Mio. EUR im zweiten Quartal 2009 bereits die Talsohle markieren, bleibt offen. Einen Lichtblick zeigt

die von Early-Stage-Fonds eingeworbenen Mittel waren laut BVK-Statistik im vergangenen Jahr rückläufig. Im Vergleich mit 2007 sanken sie um ein Drittel von rund 590 Mio. EUR auf 379 Mio. EUR. Roger Bendisch, Geschäftsführer der IBB Beteiligungsgesellschaft mbH, der Venture Capital-Gesellschaft der Investitionsbank Berlin, will das aber nur für die privaten Investoren gelten lassen: „Die öffentlichen Investoren stehen Gewähr bei

Schwer: Die Startfinanzierung

Matthias Grychta, Managing Partner bei der Hamburger Neuhaus Partners GmbH, fasst die Situation folgendermaßen zusammen: „Die Finanzierungsmittel sind knapp, und im Early-Stage-Segment sind weniger Unternehmen als noch vor ein oder zwei Jahren aktiv. Nur die Unternehmen, die wie wir noch über gut gefüllte Fonds verfügen, können derzeit investieren.“ Damit spricht Grychta ein weiteres Problem der Frühphasenfinanzierung an: Auch



Roger Bendisch,
IBB Beteiligungsgesellschaft

EARLY-STAGE-FINANZIERUNGEN SEIT NOVEMBER 2008 (AUSWAHL)

Start-up	Investor	Geschäftsfeld
Baimos Technologies GmbH	Bayern Kapital GmbH via Seedfonds Bayern und Clusterfonds Start-Up, High-Tech Gründerfonds	mobile Identifikationstechnologien
Curadis GmbH	S-Refit, medTech Capital Fonds u.a.	Life Sciences: Krebsdiagnose
Entertainment Shopping AG	August Capital Partners (Menlo Park)	Shopping-Portal Swoopo
Lecturio GmbH	Technologiegründerfonds Sachsen	Weiterbildung via Internet
Music Networx GmbH	Earlybird, DuMont Venture	Plattform für Livemusik
Retailo AG	Seventure, Wellington	Geschenkkarten
SimuForm GmbH	LBBW Venture Capital, EnjoyVenture Management, High-Tech Gründerfonds	Simulationssoftware
Sirion GmbH	Clusterfonds Start-up!, Creathor Venture, KfW	Biotech
Smarthouse GmbH	eCapital via Gründerfonds Bielefeld-Ostwestfalen	Baumodule
Sones GmbH	T-Online Venture Fund	Datenbanksoftware
SP Solution Pool GmbH	High-Tech Gründerfonds	Navigationssysteme zur Unterstützung von Chirurgen bei Operationen
Statista GmbH	Grazia Equity	Statistikportal
Tellja GmbH	Creathor Venture Management	Digitales Empfehlungsmarketing
Transcatheter Technologies	High-Tech Gründerfonds, Bayern Kapital GmbH via	Medizintechnik/Entwicklung einer repositionierbaren
Ubidyne GmbH	BayTech Venture Capital, TVM Capital, Gimv, Doughty Hanson	digitale, aktive Antennensysteme
Worldwidgames GmbH	Neuhaus Partners, T-Venture, Holtzbrinck Ventures, High-Tech Gründerfonds	Browsersgame-Portal Playnick

Quelle: Dealmonitor des VentureCapital Magazins

Fuß, insbesondere im Seedbereich sind sie durch die öffentlichen Regionalfonds und den High-Tech Gründerfonds inzwischen sehr gut aufgestellt. Damit sie aber wie gewünscht weiter investieren können, sind sie nun einmal auf private Investoren, die sich ebenfalls engagieren, angewiesen.“ Bei der im IZB Martinsried ansässigen Sirion GmbH hat dieses Zusammenspiel im November 2008 funktioniert (siehe Tabelle). Auch Dr. Paul-Josef Patt, CEO der Münsteraner eCapital AG, hebt die positive Rolle des High-Tech Gründerfonds hervor und weist auf ähnliche Aktivitäten hin: „Darüber hinaus gibt es eine ganze Reihe neuer Seedfonds, nicht nur in Nordrhein-Westfalen, wo die NRW.Bank mit einer Seedfonds-Initiative den Markt deutlich beleben konnte.“ Grundsätzlich bleiben jedoch auch aus seiner Sicht die Finanzierungsmöglichkeiten für junge Unternehmen aufgrund der wenigen aktiven Investoren eingeschränkt. Positiver schätzt Patt das Start-up-Segment ein, allerdings sei die Anzahl der deutschlandweit aktiven Investoren hier ebenfalls überschaubar: „Letztlich bekommt aber jedes exzellente Team Geld, es dauert nur viel zu lange.“



Dr. Paul-Josef Patt,
eCapital

Schwieriger: Anschlussfinanzierung und Exit

Während Grychta und Bendisch die Situation bei der Anschlussfinanzierung unisono als „schwierig“ charakterisieren, gibt sich Patt verhalten optimistisch: „Die meisten Venture Capital-Investoren haben ihre Aktivitäten im Zuge der Finanzkrise nicht eingestellt, aber doch teilweise reduziert. Sobald der Proof of Concept erbracht ist und erste

Umsätze erzielt werden, steigt die Anzahl potenzieller Investoren aber deutlich. Im internationalen Vergleich besteht jedoch auch hier weiterhin großer Nachholbedarf.“ Eine einheitliche Meinung gibt es hingegen bei der Beurteilung des Exit-Marktes. Neben der bereits angesprochenen Zunahme bei den Abschreibungen beschränke sich der auf gelegentliche Trade Sales und sei im Übrigen so gut wie geschlossen. „2009 hat es bisher keinen Börsengang gegeben“, stellt Grychta fest und geht von einer Marktbelebung erst wieder aus, wenn die für die erste Jahreshälfte 2010 angekündigten Börsengänge in den USA über die Bühne gegangen sind. Bendisch rechnet mit dem nächsten IPO eines deutschen Technologie-Unternehmens frühestens in der zweiten Jahreshälfte 2010.



Matthias Grychta,
Neuhaus Partners

Fazit:

Der Markt für Early-Stage-Finanzierungen ist im Zuge der Finanzkrise erheblich geschrumpft. Fallende Unternehmensbewertungen haben aber dafür gesorgt, dass die Anzahl der finanzierten Unternehmen nicht im selben Umfang sank wie das Volumen der investierten Mittel, laut BVK-Statistik waren es im ersten Halbjahr des Vorjahres 345 Unternehmen und 291 im ersten Halbjahr 2009. Gleichzeitig führen die derzeitigen Bewertungen zu großer Zurückhaltung im Exit-Geschäft – mit einer Belebung wird frühestens in einem Jahr gerechnet. ■

Bernd Luxa
redaktion@vc-magazin.de

„Die schwierige Situation hat nichts mit der Wirtschaftskrise zu tun“

Interview mit Dörte Höppner, Geschäftsführerin des Bundesverbands Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften (BVK)

Im ersten Halbjahr 2009 musste die Riege der Finanzinvestoren bluten: Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum brach das Fundraising ein, und über alle Marktsegmente hinweg sank das Investitionsvolumen. Im Early-Stage-Bereich fing das Jahr erst gut an, im zweiten Quartal sackten aber auch hier die Zahlen ab. Lichtblicke und Chancen gebe es dennoch, spricht Dörte Höppner vom Branchenverband BVK den hiesigen Gründern Mut zu.

VC Magazin: Wie haben sich seit 2008 die Transaktionen im Bereich Venture Capital entwickelt?

Höppner: Der Frühphasenbereich zeigt sich relativ unbeeindruckt – das investierte Kapital ist 2008 trotz der Finanz- und Wirtschaftskrise nur leicht um zwei Millionen Euro auf 390 Millionen Euro zurückgegangen. Auch im ersten Quartal des laufenden Jahres zeigen die Venture Capital-Investoren die gewohnte Aktivität, im zweiten Quartal müssen wir leider einen deutlichen Rückgang feststellen. Die grundlegende Problematik bleibt unverändert: Das Niveau ist zu niedrig, wir haben zu wenig Venture Capital in Deutschland.

VC Magazin: Das Fundraising gilt als eine der größten Hürden deutscher Wagniskapitalgeber. Wie stellt sich die Situation derzeit dar?

Höppner: Es ist sehr schwierig. Die institutionellen Investoren warten ab und rechnen ihr Portfolio durch, weil die Anteile pro Anlageklasse begrenzt sind. Und bei zu niedrigen Aktienkursen kann der relative Anteil an alternativen Anlagen zu hoch sein. Diese Zurückhaltung wird bald überwunden sein, denn die hohe Liquidität der Institutionellen muss angelegt werden. Diese zeigen derzeit ein hohes Interesse an Fonds mit einem Cleantech-Fokus.

VC Magazin: Auch die Finanzinvestoren halten ihr Kapital derzeit lieber zurück. Mit wie vielen Start-up-Insolvenzen aufgrund von Portfolio-Bereinigungen rechnen Sie?

Höppner: Im Early-Stage-Bereich sind 25% der finanzierten Unternehmen ein Totalausfall – das war schon immer so. Die Branche hat immer offen kommuniziert, dass man aufgrund des hohen Risikos ein großes Portfolio braucht. Wie gut Geschäftsmodell oder Team wirklich sind, zeigt sich erst am Markt.



In den Räumlichkeiten der GoingPublic Media AG beantwortete Dörte Höppner vom BVK die Fragen des Redakteurs Torsten Paßmann.

VC Magazin: Welche Sektoren sind aktuell bei den Venture Capital-Gebern besonders beliebt?

Höppner: Die Favoriten sind weiterhin Life Sciences und IT. Cleantech gewinnt deutlich an Attraktivität, weshalb wir im BVK eine segmentübergreifende Cleantech-Initiative ins Leben gerufen haben. Als Querschnittsbranche wird auch die Kreativwirtschaft an Bedeutung zunehmen.

VC Magazin: Hinter vorgehaltener Hand tuscheln viele Marktteilnehmer über mögliche Insolvenzen der Wettbewerber. Wie stark wird die Marktbereinigung voraussichtlich ausfallen?

VC Magazin: Die deutsche Venture Capital-Branche ist grundsätzlich in einer schwierigen Situation – das hat aber nichts mit der Wirtschaftskrise zu tun. Es gibt Umsatz-

steuer auf Managementgebühren und Verlustvorträge der Portfoliounternehmen können komplett untergehen. Das erschwert das Geschäft hierzulande enorm. Im internationalen Vergleich fehlen auch die großen Ankerinvestoren. Anders als in den USA gibt es hier keine Pensionskassen, was das Fundraising erschwert. Die Lage bleibt also schwierig. Ich will nicht ausschließen, dass einzelne Gesellschaften wie schon 2002 bis 2004 den Markt verlassen werden, wenn sie keine neuen Fonds einwerben können.

VC Magazin: Wirkt das Engagement der öffentlichen Hand ausgleichend?

Höppner: Die verschiedensten Programme der KfW, des European Investment Fund EIF sowie auf Landesebene versuchen das Fehlen der nationalen Ankerinvestoren zu kompensieren. Auch der High-Tech Gründerfonds leistet hervorragende Arbeit. Hier besteht allerdings die Gefahr, dass dies verpufft und viele der finanzierten Unternehmen nicht von den zu wenigen Venture Capital-Investoren aufgenommen und weiterfinanziert werden können.

VC Magazin: Seit 2008 hat eine Reihe ausländischer Kapitalgeber den deutschen Markt betreten. Gründer können sich über die Vielfalt freuen, aber wie stehen die deutschen Akteure zu den neuen Marktteilnehmern?

Höppner: Wir begrüßen jeden Euro, der in Deutschland investiert wird, egal aus welchem Land er kommt. Das ist extrem wichtig für unsere Volkswirtschaft. Denn wenn junge Technologieunternehmen nach vorne gebracht werden, profitieren letzten Endes alle davon. Die ausländischen Fonds lassen sich hier nieder und verstehen sich als Teil der deutschen Branche. Natürlich würden wir uns als Verbandsvertreter wünschen, dass parallel zu diesem Zuwachs auch neue deutsche Fonds gegründet werden. Das Investitionspotenzial reicht für alle aus!

VC Magazin: Was müsste sich ändern, damit hiesige Kapitalgeber ähnlich zahlreich, gut ausgestattet und risikofreudig sind wie im Silicon Valley oder in Frankreich?

Höppner: Besonders die Franzosen verfügen über unglaublich viel Kapital, weil ihre Regierung einen nachahmenswerten Kapitalmarktrahmen für Private Equity geschaffen hat. Außerdem hat Nicolas Sarkozy die großen institutionellen Investoren ermuntert, in heimische Venture Capital-Geber zu investieren. Hierzulande fehlt dieses Engagement. Was die Kompetenz und die Risikofreude angeht: Da sind die deutschen Investoren ihren US-Kollegen ebenbürtig. Leider ist hierzulande die Gründermentalität nicht so ausgeprägt, und grundsätzlich wird wirtschaftliches Scheitern noch als lebenslanges Stigma angesehen.

„Es besteht die Gefahr, dass die hervorragende Arbeit des HTGF verpufft“



VC Magazin: Wie schätzen Sie die Marktentwicklung für die kommenden zwölf Monate ein?

Höppner: Wer es kann, verschiebt sein Fundraising auf das nächste oder übernächste Jahr. Das Investitionsniveau wird niedriger als 2008 sein, aber nicht völlig einbrechen. In Branchen wie Life Sciences und Cleantech werden Investoren und Gründer vergleichsweise wenige Schwierigkeiten bekommen – im Bereich Automotive kämpfen die alteingesessenen Akteure mit dem Nachfrageeinbruch, aber innovativen Gründern mit Lösungen für die drängenden Probleme unserer Zeit werden sich Chancen bieten.

VC Magazin: Vielen Dank für das Gespräch! ■

torsten.passmann@vc-magazin.de

Zur Gesprächspartnerin

Dörte Höppner (bvk@bvkap.de) ist Geschäftsführerin des Bundesverbands Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften (BVK).

Anzeige



Mummert & Company
Corporate Finance



Excellence in Execution

Mergers & Acquisitions ■ Restrukturierung ■ Kapitalbeschaffung

www.mummertcompany.com

Vom ersten Tag an global denken

Warum die frühzeitige Internationalisierung notwendig ist

Globalisierung ist längst nicht mehr nur ein Thema für Konzerne. Auch junge Technologieunternehmen müssen sich – unabhängig von der Konjunkturlage – frühzeitig mit den Potenzialen eines weltweiten Marktes und den Risiken globalen Wettbewerbs befassen. Dabei erleichtert das Internet den Eintritt in attraktive Auslandsmärkte und damit zugleich die Skalierbarkeit von Geschäftsmodellen über Ländergrenzen hinweg.

Start-up hier, Gründer dort

Der CEO des Werbenetzwerkes Adconion, Tyler Moebius, ist regelmäßig in seinen mittlerweile 16 Niederlassungen rund um den Globus präsent, der Gründer des in Karlsruhe entstandenen Softwareunternehmens Astaro, Jan Hichert, führte sein Unternehmen mehrere Jahre von Boston aus, und der US-Amerikaner Paul Engle verankert sein erst kürzlich aus der britischen Universität Cambridge ausgegründetes Cleantech-Unternehmen Enecsyst bereits in seiner Heimat. Das sind drei Beispiele, die eines zeigen: Auch junge, mit Venture Capital finanzierte Unternehmen können und müssen heute global agieren.

Es beginnt nach dem „proof of concept“

Die Möglichkeiten und Anforderungen einer Internationalisierung sollten bereits im Businessplan mit bedacht und berechnet sein. Bevor man aber die ersten konkreten Schritte startet, bleibt der „proof of concept“ des Geschäftsmodells im Heimatmarkt unverzichtbar. Doch bereits hier, bei der Definition des Heimatmarktes, verschwimmen die Grenzen. Denn egal ob E-Commerce, B2B-Plattform oder Social Network: Im Internet gibt es höchstens Sprachbarrieren, aber keine genau abgrenzbaren nationalen Märkte mehr.

Für eine systematische Bearbeitung ausländischer Märkte bleibt eine lokale Präsenz unerlässlich – und deren Aufbau kostet Zeit, Geld und Managementkapazitäten. In der Regel empfiehlt es sich, auf Ortskundige Mitarbeiter zu setzen und von deren lokalem Know-how zu profitieren. Ausnahme: Wenn der ausländische Markt vom Volumen oder der Profitabilität her ähnlich attraktiv oder sogar noch attraktiver als der angestammte Markt ist, sollte auch ein Teil des Managementteams vor Ort Flagge zeigen.

Go West – mit einem eingespielten Team

Angesichts der Größe, der Offenheit für Innovationen und der viel zitierten „good enough“-Haltung sind in vielen Fäl-



Vor der Internationalisierung steht der „proof of concept“ des Geschäftsmodells im Heimatmarkt.

len die USA ein solch attraktiver Markt. Und daher kommt es auch immer wieder zu einem Umzug zumindest von Teilen eines Managementteams von Europa an die Ost- oder Westküste. Von dort aus lassen sich die Entscheider bei US-Konzernen schneller erreichen, von dort aus fällt das Verständnis für die Gegebenheiten und Chancen in diesem weltweit größten Binnenmarkt leichter. Im Idealfall führt eine solche Verlagerung zu einem beschleunigten Wachstum – und genau diese Erfahrung haben Unternehmer in unserem Portfolio bereits mehrfach gemacht.

Um eine solche Verlagerung zu meistern, bedarf es eines gut eingespielten Managementteams mit klarer Aufgabenteilung, einer fokussierten Strategie und einer intensiven Kommunikation. Denn es wäre fatal, wenn eine solche Expansion zu Lasten der bereits im Heimatmarkt gewonnenen Stellung gehen würde. Aus eigener Beobachtung weiß ich, was für ein Balanceakt damit verbunden ist. Aus eigener Beobachtung weiß ich aber auch: Er lohnt sich! ■

Zum Autor



Frank Böhnke ist seit 1998 General Partner der paneuropäischen Venture Capital-Firma Wellington Partners. Sein Fokus liegt vor allem auf den Bereichen digitale Medien und Software.

„Kleinunternehmen fallen durch das Raster“

*Interview mit Franco Mathias,
Geschäftsführer von HCM Handwerk
Capital Management Ltd. & Co. KG*

Business Angels fokussieren sich auf Technologie, Venture Capital-Geber rücken nur größere Summen heraus, und Banken zeigen sich bei der Kreditvergabe zögerlich. Sein Engagement erinnert daher ein wenig an die berühmten Gallier in ihrem kleinen Dorf: Franco Mathias von HCM Handwerk Capital Management stellt technologiefernen Unternehmern kleine Beträge zur Verfügung. Im Interview verrät er, wo die Vorteile für die Gründer liegen und mit welchen Kosten und Klauseln sie rechnen müssen.



Franco Mathias

VC Magazin: Sie investieren zwischen 10.000 und 150.000 Euro pro Beteiligung. Welche Zielgruppe sprechen Sie mit diesem Angebot an?

Mathias: Business Angels investieren in einem ähnlichen Rahmen, aber sie fokussieren sich auf Technologie. Venture Capital-Geber investieren typischerweise ab 500.000 Euro aufwärts, und auch mittelständischen Beteiligungsgesellschaften sind unsere Summen zu kleinteilig. Über mein Beratungsunternehmen habe ich gesehen, wer durch das Raster fällt: Handwerksbetriebe, Speditionen, Dienstleister – alles, was im Bereich Kleinunternehmen funktioniert.

VC Magazin: Wo liegt der Reiz von „Old Economy“ wie Handwerk und Handel?

Mathias: Es gibt in Norddeutschland und meines Wissens nach deutschlandweit keinen Wettbewerber. Das ist für uns schon eine sehr attraktive Position. Außerdem haben wir es in diesem Segment mit sehr bodenständigen Menschen zu tun.

VC Magazin: Wie unterscheiden sich Gründer in diesen Sektoren von den Hightech-Gründern?

Mathias: Ein Existenzgründer aus Handel oder Handwerk ist in der Form meist weniger professionell – viele Businesspläne bzw. Konzepte weisen Löcher auf. Solche Lücken kann man aber leicht beheben. Entscheidend sind zwei andere Dinge: Stimmt die Idee, kann der Gründer damit Geld verdienen? Kann eine Vertrauensbasis entstehen? Beide Fragen müssen auf jeden Fall mit „Ja“ beantwortet werden.

VC Magazin: Was kann ein Unternehmer mit solch kleinen Beträgen bewegen?

Mathias: Ein Teil unserer Beratungsarbeit ist es, Finanzierungskonzepte zu erstellen. Wenn wir dann von der Geschäftsidee überzeugt sind, stellen wir dem Unternehmer Eigenkapital zur Verfügung – in einem Bankgespräch stärkt das die Verhandlungsposition ungemein. Banker sind es nicht gewohnt, dass sich Unternehmensberater so stark engagieren. Bei einer solchen Finanzierung liegt das Verhältnis von Eigen- zu Fremdkapital dann meist bei eins zu vier. Und den meisten KMU reichen rund 400.000 Euro für ihre Vorhaben aus.

VC Magazin: Mit welchen Kosten und Klauseln müssen Unternehmer rechnen?

Mathias: Bei bestehenden Betrieben schauen wir uns natürlich die Bilanzen an, bei kleineren Betrieben ist das ja kein Hexenwerk. So etwas wie einen Data Room gibt es natürlich nicht. Zwischen Antrag und Auszahlung verstreichen dann meist zwei bis drei Monate. Anders als Venture Capital-Geber verzichten wir auf Unternehmensanteile und sind somit auch nicht exit-orientiert. Unser Investment wird nach fünf Jahren Laufzeit zum Nominalwert zurückgezahlt. Die Verzinsung liegt dabei in etwa auf dem Niveau eines höheren Kontokorrent-Kredits.

VC Magazin: Herzlichen Dank für das Interview. ■

torsten.passmann@vc-magazin.de

Zum Gesprächspartner

Franco Mathias ist Gründer und Geschäftsführer der HCM Handwerk Capital Management Ltd. & Co. KG mit Sitz in Quickborn. Als zweites Standbein neben der Unternehmens- und Organisationsberatung finanziert die Gesellschaft seit 2006 auch Unternehmensgründer und kleine mittelständische Unternehmen vorzugsweise aus dem Bereich der „Old Economy“.

Online suchen, offline kaufen

Juno Internet bringt traditionelle Händler ins Internet

80% der Kaufentscheidungen der realen Welt werden im Internet vorbereitet. Bei der Entscheidungsvorbereitung hilft seit Ende 2008 kaufDa aus Berlin. Auf einer Silicon Valley-Tour im Rahmen ihres Studiums entwickelten Christian Gaiser und Tim Marbach die Geschäftsidee – das erste Online-Portal für Offline-Konsumenten. Zurück in der Heimat trafen sie auf Thomas Frieling und Cihan Aksakal, die von da an als Mitstreiter das technische Know-how einbrachten. Angeschoben durch prominente Business Angels wie Stefan Glänzer (last.fm), Stefan Schubert (OnVista) und Michael Brehm (studiVZ) werden knapp ein Jahr später 1 Mio. EUR Umsatz für 2009 angepeilt.

E-Paper als Markteintrittsstrategie

Anstatt täglich für die Verstopfung von Briefkästen zu sorgen, präsentieren Händler ihre Werbeprospekte bei kaufda.de als E-Paper. Auf dem Portal können sich Konsumenten gezielt und zentral über aktuelle Angebote aus ihrer Region informieren. Hinter dem Dienst steckt jedoch weitaus mehr als die reine Darstellung: So sorgt kaufDa dafür, dass die Prospekte anhand von Stichworten durchsucht werden können und in Suchmaschinen gefunden werden. Zudem erhalten die Händler detaillierte Auswertungen der Zugriffe auf die Prospekte. „Unsere innovativen technologischen Lösungen haben nicht nur einen Nutzen für Konsumenten und Kunden, sondern schützen uns auch vor aufkommender Konkurrenz. Wir arbeiten eng mit den Händlern zusammen und können die teils sehr unterschiedlichen und komplexen Angebotskampagnen abbilden“, erläutert Christian Gaiser, Geschäftsführer von kaufDa. Das Kundenportfolio des jungen Unternehmens ist beeindruckend, Handelsketten wie Aldi & Co. setzen mittlerweile auf den Dienst. Der hohe Kundennutzen für den Händler, der viel gezielter und ohne Streuverluste Werbung betreiben kann, ist ein Faktor für die schnelle Akzeptanz im Markt. Doch noch entscheidender ist die Markteintrittsstrategie: Durch die Abbildung der schon vorhandenen Prospekte entsteht beim Händler kaum zusätzlicher Aufwand. Die Einfachheit von kaufDa – ein Schlüssel zum Erfolg.

Exzellenz in Exekution

Was das Gründungsteam in besonderem Maße auszeichnet, ist die konsequente und sehr zügige Umsetzung der Ge-



Mit kaufda.de will das Team von Juno Internet das Erlebnis eines Einkaufsbummels mit den Vorteilen des Internets verbinden.

schäftsidee. In kaum mehr als zwölf Monaten wurde das Konzept entwickelt, die technische Lösung realisiert und die Crème de la Crème der Handelsketten akquiriert – rekordverdächtig. Die Zugriffszahlen der Seite wachsen monatlich um mehr als 20%. Die Umsätze skalieren entsprechend mit, denn die Händler zahlen pro Klick auf ihren Prospekt teilweise mehr als 0,25 EUR. „KaufDa gehört zu den viel versprechenden Internet-Start-ups, die auf der Basis eines erprobten Erlösmodells über Erweiterungsmöglichkeiten ihres Geschäftsmodells verfügen“, so Andreas Haug, Managing Director bei eVenture. Die Verknüpfung von Online- und Offline-Märkten biete viel Potenzial, zumal das Handelsvolumen abseits von eCommerce noch immer sehr bedeutend sei. Ausschlaggebend für die Beteiligungsentcheidung war „vor allem auch das Team, das über die besten Voraussetzungen verfügt, ein sehr erfolgreiches Unternehmen aufzubauen“, erklärt Haug. Um das zukünftige Wachstum zu finanzieren und neue Produkte zu entwickeln, investierten eVenture Capital Partners als Lead-Investor und T-Venture im Juli dieses Jahres einen einstelligen Millionenbetrag.

Fazit:

Als FirstMover in diesem neuen Marktsegment könnte sich das Unternehmen rasch zu einem Platzhirsch entwickeln. Die Chancen für Konkurrenten stehen schlecht, wenn kaufDa weiter seine Hausaufgaben macht, Innovationen auf den Markt bringt und das Tempo aufrechterhält. ■

Nils Engelking
redaktion@vc-magazin.de

KURZPROFIL JUNO INTERNET GMBH	
• Gründung:	2008
• Branche:	Internet/Local Web
• Sitz:	Berlin
• Anzahl der Mitarbeiter:	18
• Umsatz 2008:	keine Angabe
• Internet:	www.kaufda.de

Erfolgreiche Finanzierungen...

... finden Sie auf den START-Messen. Egal, ob Sie mit einer eigenen Idee oder einem Franchise-Konzept gründen, die START zeigt Ihnen wie es geht!



Richtig vorbereiten, optimal finanzieren und direkt durchstarten: Auf den START-Messen geben Ihnen Förderbanken und Institutionen, regionale Gründerinitiativen, Berater und Franchise-Geber die besten Informationen an die Hand. Für Ihren erfolgreichen Start in die Selbstständigkeit!

Tipp für Besucher:

Im kostenfreien Vortragsprogramm bietet die START-Messe viele speziell auf das Thema Finanzierung ausgerichtete Vorträge.

www.start-messe.de



www.agentur-marks.de

Essen 13. - 14. November 2009 · Hannover Frühjahr 2010 · Nürnberg 2. - 3. Juli 2010

Maschinenbauer der Biotech-Branche

Scienion AG: lange Kapitalsuche

Am Anfang war das Humangenomprojekt. 1.000 Wissenschaftler aus 40 Ländern wollten in den 1990er-Jahren das menschliche Erbgut entschlüsseln. Unter ihnen der promovierte Chemiker Holger Eickhoff. Er war über das Max-Planck-Institut für Molekulare Genetik in Berlin an dem internationalen Forschungsprojekt beteiligt. Während er sich damit beschäftigte, die rund drei Milliarden DNS-Bausteine lesbar zu machen, die ein Gen besitzt, kam ihm die Idee, aus dem Institut heraus eine Firma zu gründen. Eickhoff war sich sicher: Das frisch gewonnene Wissen um die Beschaffenheit der Gene wird neue Forschungsmöglichkeiten nach sich ziehen.

Kein Finanzierungsinstrument passte

Dem Entrepreneur Holger Eickhoff fehlte im Jahr 2000 lediglich Geld, um mit seiner Berliner Neugründung Scienion neue Biotech-Produkte entwickeln zu können. „Wir hatten 1.000 Ideen, um Gene und Proteine für die Diagnostik zu analysieren, fanden aber kein Finanzierungsinstrument, das passte“, erinnert er sich. Also konzentrierte sich der damals 35-Jährige auf BioChip-Plattformtechnologien, bewarb sich um den Innovationspreis der Länder Berlin und Brandenburg und – erhielt die begehrte Auszeichnung. Vier Jahre später schaffte Eickhoff das mit einer zweiten Neuerung sogar ein weiteres Mal. Durch den Innovationspreis kam er mit Dr. Joachim Rautter von Peppermint Financial Partners in Kontakt. „Er verstand unsere Technik und deren Potenzial sofort“, erzählt Eickhoff. Dies führte zur ersehnten Finanzierung – eine Gruppe um Peppermint, der IBB Berlin und 3i als Leadinvestor stellte rund 6 Mio. EUR zur Verfügung. Eickhoff: „Nun standen uns technische Möglichkeiten zur Verfügung, von denen wir vorher nur geträumt hatten.“ Labore wurden eingerichtet, Arbeitsverträge unterschrieben. Mit einem zehnköpfigen Team ging es los: „Wir haben richtig rangeklotzt. Mit dem Ergebnis, dass wir schon sechs Wochen nach der Firmengründung die ersten Umsätze verbuchen konnten.“ Scienion konzentrierte sich damals auf die Entwicklung von Bio-Chips, die in der Pharma-, Biotech- und Diagnostik-Industrie zum Einsatz kommen.

KURZPROFIL SCIENION AG

-
-
-
-
-
-



Kamera-basierte Online-Qualitätskontrolle beim sciFlexarrayer

Gute Argumente für die zweite Runde

Da sich das Geschäft mit den Chips alleine nicht trug, richteten sich die Berliner 2004 marktorientiert neu aus: Mit dem Dispensiersystem sciFlexarrayer wurden sie zum Maschinenbauer. Eickhoff schwebte eine Komplettlösung vor. Scienion sollte sowohl den Chip herstellen, der eine Testflüssigkeit analysieren kann, als auch die Maschine, die die Tropfen exakt und in immer gleicher Menge abgibt. Um die Bandbreite der Kundenwünsche – Diagnostikfirmen wollen je nach Bedarf Forschung, Entwicklung und Produktion durchführen – abdecken zu können, brauchte die Firma noch mehr Geld. Eickhoff sprach mit einer Handvoll Venture Capital-Gesellschaften: „Geholfen haben mir bei der Argumentation unsere guten Ergebnisse aus den Jahren vor der Umstrukturierung. Im Schnitt konnten wir ein Umsatzwachstum von 20% im Jahr verbuchen.“ Dieser betriebswirtschaftliche Erfolg und die erwiesenen Entwicklungsmöglichkeiten überzeugten schließlich die neuen Investoren: In der zweiten Finanzierungsrunde flossen 4,5 Mio. EUR, beteiligt waren neben der NRW.Bank als Hauptinvestor u.a. S-Venture Capital Dortmund, erneut Peppermint sowie der Venture Capital Fonds Berlin.

Fazit und Ausblick

Heute hat Scienion 34 Mitarbeiter, einen zweiten Entwicklungsstandort in Dortmund, ein gut gefülltes Auftragsbuch und Kunden in ganz Europa und den USA. Holger Eickhoff ist zufrieden: „Das Potenzial, das in der Gen- und Protein-Analytik für die Medizin noch schlummert, ist riesig.“ Nicht nur die Diagnostik könne erheblich verbessert werden, sondern auch die Therapie zahlreicher Erkrankungen. ■

Jürgen Hoffmann
redaktion@vc-magazin.de

NACHGEFRAGT BEI DR. ARISTOTELIS NASTOS, SENIOR INVESTMENT MANAGER BEI DER NRW.BANK

Dr. Aristotelis Nastos ist seit vier Jahren Senior Investment Manager bei der NRW.Bank. Der Diplom-Biologe kümmert sich um Beteiligungen an Betrieben der Biotech-Branche. Hierfür hat der Quereinsteiger das optimale Profil: Er forschte selbst jahrelang mit Pipette und Genchips in London und Düsseldorf, bis er sich als Mitarbeiter einer Venture Capital-Gesellschaft das Rüstzeug für die Investmentbranche holte und bei der NRW.Bank anheuerte. 2006 brachte Nastos die zweite Finanzierungsrunde für den Biotech-Mittelständler Scienion auf den Weg.



Dr. Aristotelis Nastos

VC Magazin: Was hat Sie bewogen, als Hauptinvestor bei Scienion einzusteigen?

Nastos: Das geringe Risiko und das große Potenzial. Die Firma hat ja schon mehrere Jahre ein solides operatives Geschäft betrieben und dadurch bewiesen, dass sie es

kann. Nach der ersten Finanzierungsrunde im Jahr 2000 kam ziemlich schnell der Break-even in Sicht. Als man dann für die Entwicklung eines neuen Produktes Geldgeber suchte, konnte die Geschäftsführung schnell ein überzeugendes Konzept vorlegen. Auch das Produkt hat überzeugt. Stellen Sie sich vor: Sie haben ein Dosiersystem, das genauer und dadurch effektiver ist. Das würden Sie für die Fertigung doch lieber einsetzen als die billigere und ungenauere Variante.

VC Magazin: Welche Voraussetzungen und was für ein Branchenumfeld fanden Sie vor?

Nastos: In der Biotech-Branche tummeln sich weltweit zigtausend Anbieter für Labor- und Forschungsmaterialien. Aufträge bekommt nicht der, der am billigsten ist, sondern der, der Qualität liefert. Da geht es um den Unterschied zwischen Milliliter und Picoliter. Wer hier kontinuierlich exakte Produkte liefert, bekommt die Aufträge der Diagnostik- und Pharmaunternehmen. Grundsätzlich ist die Gesundheitswirtschaft ein Wachstumsmarkt.

Anzeige

rap-network.de



REFIT
AKTIENGESELLSCHAFT

Regionaler Finanzierungsfonds für
Innovationen und Technologieunternehmen

GLÜCK IST WICHTIG, ABER ...

neben persönlichem Engagement und Wissen benötigt man als Unternehmer auch professionelle Partner. Seit 20 Jahren unterstützt die S-Refit AG erfolgreich junge Technologieunternehmen und mittelständische Unternehmen in Bayern mit Kapital und Know-how. Als fairer und flexibler Partner auf Zeit begleiten wir Unternehmen von der Seed- oder Start-up-Phase an und gewähren mit offenen Minderheitsbeteiligungen Venture Capital.

S-Refit AG ist mit über 35 Beteiligungen die größte von Sparkassen getragene Beteiligungsgesellschaft in Bayern. Aktionäre sind alle 22 Sparkassen der Regierungsbezirke Niederbayern, Oberpfalz, Oberfranken sowie die Sparkassen Mittelfranken-Süd, Erlangen und Fürth, die tbg der KfW-Mittelstandsbank, Bonn und das OTI e.V., Regensburg.

S-REFIT AG

Sedanstraße 15 · 93055 Regensburg
Telefon +49 (0)9 41 6 95 56-0

www.s-refit.de



Multiplikation einer Geschäftsidee

Franchising als partnerschaftliche Vertriebsform

Franchising als Vertriebskonzept ist heute weithin verbreitet. McDonald's, Burger King oder die Autovermietung Hertz sind Beispiele für internationale Unternehmen, national haben u.a. Tui-Reisebüros, die Bäckereikette Kamps, die Schülerhilfe und Foto Quelle großen Bekanntheitsgrad. Die weltweite Expansion des Franchise-Modells in den vergangenen Jahrzehnten zeigt, dass einige Faktoren für dieses Verkaufssystem sprechen. Voraussetzungen für den Erfolg sind insbesondere eine gute Geschäftsidee, die Etablierung eines Markennamens und die richtige Auswahl der Franchise-Nehmer.

Jazz-Musiker mit Geschäftssinn

Als im März 1955 der Jazz-Musiker und vormalige Verkäufer von Milchmix-Geräten, Ray Kroc, die erste McDonald's-Filiale eröffnete, konnte noch niemand den weltweiten Siegeszug dieser Franchise-Idee erahnen. Heute ist es wohl das bekannteste Franchise-System rund um den Globus. Am Beispiel der amerikanischen Fast-Food-Kette lassen sich auch leicht einige spezifische Merkmale von (erfolgreichen) Franchise-Systemen erkennen: ein Produkt bzw. ein Produktsortiment, an unterschiedlichen Standorten in gleicher Qualität und in großer Zahl reproduzierbar, mit einem einheitlichen Marktauftritt und einem starken Markennamen. Heute gibt es weltweit mehr als 12.000 Franchise-Geber und rund 800.000 Franchise-Nehmer.

TOP 20 DER FRANCHISE-WIRTSCHAFT IN DEUTSCHLAND

Platz	Franchise-Geber	Branche	Anzahl Betriebe*
1	Tui/First Reisebüro	Reisebüro	1.405
2	McDonald's	Systemgastronomie	1.334
3	Schülerhilfe	Nachhilfe	1.023
4	Studienkreis	Nachhilfe	1.008
5	Kamps	Bäckerei	930
6	Subway	Systemgastronomie	755
7	Fressnapf	Tiernahrung	723
8	Apollo Optik	Augenoptiker	670
9	Burger King	Systemgastronomie	650
10	Foto Quelle	Fotohandel	560
11	Ad-Auto Dienst	Autoreparatur	550
12	Datac	Buchhandel	524
13	Reno	Schuhhandel	498
14	Musikschule Fröhlich	Musikpädagogik	475
15	Quick Schuh	Schuhhandel	400
16	Tank & Rast	Tankstelle	368
17	Avis Autovermietung	Autovermietung	340
18	Topa Team	Schreinerfachbetrieb	338
19	Holidayland	Reisebüro	335
20	Obi	Heimwerkermarkt	333

* von Franchise-Nehmern und zentral geführte Betriebe
Quelle: Deutscher Franchise-Verband e.V. (Stand: Juli 2009)

Begriff aus dem Französischen

Von seinen frühen Ursprüngen her reicht der Begriff „Franchise“ bis ins Frankreich des 17. und 18. Jahrhunderts zurück. Damals war damit die Gewährung eines Privilegs an Dritte gemeint, die gegen Entgelt eine im staatlichen Interesse (bzw. im Interesse des Königs) liegende Produktion oder den Handel mit bestimmten Erzeugnissen betreiben durften. Die „Nutzung von Rechten gegen Entgelt“ trifft auch heute noch den Kern der Idee: Franchising ist ein Vertriebssystem, das auf der Partnerschaft zwischen dem Franchise-Geber und seinen Franchise-Nehmern beruht. Ziel ist, eine Geschäftsidee – ein Produkt oder eine Dienstleistung – breiter zu vermarkten, sozusagen per Multiplikatoreffekt.

Vertrag mit Rechten und Pflichten

Der Franchise-Geber bringt dazu die Idee und das unternehmerische Gesamtkonzept ein. Die Franchise-Nehmer erhalten das Recht, entsprechend diesem Konzept ein Geschäft zu betreiben. In einem Franchise-Vertrag werden den Franchise-Nehmern allerdings auch Pflichten auferlegt, zum Beispiel den einheitlichen Marktauftritt einzuhalten, den (lokalen bzw. regionalen) Markt zu „bearbeiten“ und dem Franchise-Geber ein Entgelt zu zahlen. Dieses besteht aus einmaligen Eintritts-Gebühren und/oder der regelmäßigen Zahlung von Franchise-Gebühren. Im Gegenzug erhalten sie nicht nur die Erlaubnis zum Verkauf, sondern auch Unterstützung in Werbung und Marketing sowie in technischer und betriebswirtschaftlicher Hinsicht bis hin zu Schulungsmaßnahmen. Franchise-Nehmer sind zwar an die Produkt- bzw. Dienstleistungsstandards gebunden, aber rechtlich selbstständige und eigenverantwortlich operierende Unternehmer – im Gegensatz zum Beispiel zu Filialleitern in einem „normalen“ Filialsystem. Motivation und Einsatzbereitschaft sind also bei Franchise-Nehmern noch stärker gefragt bzw. vorhanden, da der eigene unternehmerische Erfolg daran hängt.

Schnelle Markteroberung möglich

Diese Art, eine gute Geschäftsidee mehreren Partnern zur Verfügung zu stellen und so den Geschäftstyp zu multiplizieren, ermöglicht eine schnelle Marktdurchdringung und Umsatzsteigerung. Neben einer raschen Expansion bringt das System dem Franchise-Geber insbesondere den Vorteil, dies mit einem begrenzten Kapitalaufwand erreichen zu können. Zudem kann er auf eine hohe Einsatzbereitschaft der Franchise-Nehmer setzen, da diese

als rechtlich selbstständige Unternehmer agieren. Vorteile für die Franchise-Nehmer sind u.a.: ein erprobtes, schlüsselfertiges Geschäftskonzept; ein bereits etablierter, eventuell sogar sehr starker Markenname; Unterstützung durch den Franchise-Geber (Know-how, Schulungen, Einkauf, flächendeckendes Marketing etc.).

Vor-, aber auch Nachteile

Den Vorteilen stehen allerdings auch Nachteile bzw. Einschränkungen gegenüber. Aus Sicht des Franchise-Gebers ist dies, dass er selbst nicht so stark die Kunden- und Marktnähe hat wie bei eigener Leitung der Filialen. Die richtige Auswahl der Franchise-Nehmer und deren fortdauernd hohe Motivation und Kundenzugang sind deshalb ein wesentliches Element für ein erfolgreiches Franchising-Konzept. Bei der Auswahl kann es erfahrungsgemäß von Vorteil sein, wenn Franchise-Nehmer noch keine oder wenig Branchenerfahrung mitbringen, da sie sich dann häufig flexibler zeigen und sich schneller und unvoreingenommener in das Konzept einarbeiten.

Image sollte nicht verwässert werden

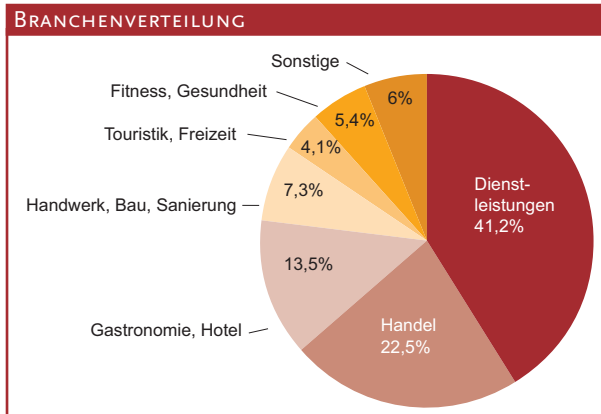
Den Vorteil des geringeren eigenen Kapitaleinsatzes „erkauft“ sich der Franchise-Geber dadurch, dass er den Großteil der Erträge den Franchise-Nehmern lässt. Diese wiederum sind durch die Vorgaben bzw. vertraglich festgelegten Vorschriften des Franchise-Gebers in ihrem eigenständigen Handeln eingeschränkt, manchmal besteht ein Abnahmepflicht beim Franchise-Geber für eine gewisse Menge an Produkten bzw. Rohstoffen. Zudem müssen Franchise-Nehmer selbst einen gewissen Betrag investieren und tragen das volle unternehmerische Risiko. Für beide Seiten besteht zudem die Gefahr, dass das Image bzw. das Konzept durch seine Vervielfältigung und durch wechselnde, nicht-konforme Aktionen im Franchise-Netz oder negatives Marktverhalten einzelner Franchise-Nehmer verwässert wird. So kann z.B. die schlechte Kundenbetreuung eines Franchise-Nehmers Auswirkungen auf das gesamte Image haben.

DEUTSCHE FRANCHISE-WIRTSCHAFT AUF EINEN BLICK			
	1998	2008	Wachstum
Franchise-Geber	630	950	↗ + 50,79%
Franchise-Nehmer	31.000	57.000	↗ + 83,87%
Beschäftigte	320.000	450.000	↗ + 40,62%
Umsatz in Mrd. EUR	17,9	47,1	↗ + 263,12%

Quelle: Deutscher Franchise-Verband e.V.

An Optimierung des Systems arbeiten

Neben Geschäftsidee und Konzept, dauerhaftem Marktpotenzial und richtiger Auswahl der Franchise-Nehmer sind insbesondere drei Faktoren wichtig für den Erfolg. Erstens muss der Franchise-Geber bereits zu Beginn die notwendigen Rechtsschutzmaßnahmen für das Produkt und das System ergreifen; dazu zählt insbesondere der Markenschutz. Zweitens muss er den Markt und das Marktpotenzial und eventuelle Änderungen der Kunden-



Quelle: Deutscher Franchise-Verband e.V.

wünsche im Auge behalten sowie an der Weiterentwicklung und Verbesserung seines Systems arbeiten. Drittens sollten ihm stets ausreichend finanzielle Mittel für diesen Punkt zur Verfügung stehen.

Kosten und laufende Gebühren

Die meisten Franchise-Geber verlangen von ihren Franchise-Nehmern eine Einstiegsgebühr. Diese liegt in den weit überwiegenden Fällen zwischen 3.000 und 30.000 EUR, in seltenen Fällen auch darüber (z.B. McDonald's 46.000 EUR). Dazu kommt die Investitionssumme für Geschäftseinrichtung, Computer etc., die je nach Geschäft über 100.000 EUR liegen kann (z.B. Gastronomie, Einzelhandel), während eine Dienstleistung wie Schülernachhilfe nur wenig Investitionen erfordert. Häufig erhält der Franchise-Geber auch eine regelmäßige (monatliche) Gebühr, die in der Regel zwischen 1% und 15% des Nettoumsatzes liegt – eventuell kommen zusätzlich noch 1% bis 3% Werbegebühr hinzu.

950 Franchise-Geber in Deutschland

Laut Deutschem Franchise-Verband (DFV) gab es 2008 in Deutschland 950 (1998: 630) Franchise-Geber, die gemeinsam mit 57.000 Franchise-Nehmern und 450.000 Beschäftigten einen Umsatz von rund 47 Mrd. EUR erwirtschafteten. Rund zwei Drittel aller Geschäftsideen gehören zu den Bereichen Dienstleistungen und Handel, ca. 14% zu Gastronomie/Hotels und 7% zum Handwerk.

Fazit:

Der abenteuerlustige Entrepreneur, der seine Ideen verwirklichen will, fühlt sich wahrscheinlich gefangen in dem Korsett an Vorgaben, die einem Franchise-System innewohnen. Wer sich mit etwas geringerem Risiko selbstständig machen will, sieht vorrangig die Vorteile: Der Markenname ist meist schon etabliert, die Anlaufkosten sind geringer, und ein erfahrener Partner bietet Unterstützung in vielen technischen und betriebswirtschaftlichen Fragen. ■

Bernd Frank
redaktion@vc-magazin.de

„Franchise-Geber brauchen Teamplayer statt typischer Individualisten“

Interview mit Torben Brodersen, Geschäftsführer des Deutschen Franchise-Verbands

Landläufig gilt Franchising als die einfache Methode, um von Anfang an ein erfolgreicher Unternehmer zu sein. Schließlich benutzt der Gründer einen bekannten Markennamen, und das Marketing organisiert die Zentrale. Ganz so leicht sei der Einstieg aber nicht, warnt Torben Brodersen, Geschäftsführer des Deutschen Franchise-Verbands: Die rund 950 Franchise-Geber stellen hohe Ansprüche an zukünftige Geschäftspartner. Im Interview mit Torsten Paßmann verrät er, über welche Qualifikationen Interessenten verfügen müssen, und gibt Gründern Tipps zur Auswahl eines guten Systems.

VC Magazin: Welche Vorteile bringt eine Franchise-Gründung mit sich?

Brodersen: Es handelt sich hier um eine clevere Art der Existenzgründung. Franchise-Nehmer sind einerseits selbstständig und tragen das Risiko, das damit einhergeht. Aber sie setzen auf ein erprobtes Geschäftsmodell auf und agieren in einem starken Netzwerk, bei dem der Franchise-Geber im Hintergrund viel Arbeit leistet, etwa hinsichtlich des Marketings.

VC Magazin: Wie viel Geld muss ein Franchise-Nehmer typischerweise mitbringen, und welche Möglichkeiten der Finanzierung gibt es?

Brodersen: Am unteren Ende der Skala reichen im Dienstleistungssektor schon kleine fünfstelligen Beträge aus, etwa für ein Reisebüro von Tui. Am oberen Ende rangieren dann Einzelhändler wie die Baumarktkette Obi, wo ein Gründer auch in den siebenstelligen Bereich kommen kann. Hinsichtlich der Finanzierung hat sich in den vergangenen Jahren viel getan: Immer mehr private Anbieter stellen fest, wie niedrig die Ausfallrate von Franchise-Krediten ist. So hat etwa die Deutsche Bank vor vier Jahren mit „Franchise Finance“ eine Abteilung speziell für dieses Segment aufgebaut. Als Verband kooperieren wir derzeit mit dem Deutschen Sparkassen- und Giroverband, um die Kreditaufnahme zu erleichtern. Von der öffentlichen Seite her erhalten Gründer von der KfW Bankengruppe und den Bürgschaftsbanken Unterstützung.

VC Magazin: Nach welchen Kriterien wählen Franchise-Geber Bewerber aus?

Brodersen: Da Partnerschaften vielfach auf zehn, manchmal auch 20 Jahre ausgelegt sind, müssen beide Seiten



Torben Brodersen: „Franchising verbessert die Rahmenbedingungen, reinhängen müssen sich die Gründer trotzdem.“

zueinander passen. Franchise-Geber brauchen Teamplayer, die sich einfügen können, statt typischer Individualisten. Ihnen ist außerdem wichtig, dass Franchise-Nehmer verkaufsorientiert sind und kaufmännische Qualifikationen besitzen. Branchenspezifisches Wissen wird über Schulungen vermittelt.

VC Magazin: Wie findet diese Auswahl statt?

Brodersen: Den richtigen Partner zu finden, ist eine der größten Herausforderungen im Franchise-System. Auswahlverfahren können bis zu sechs oder sieben Stufen umfassen. Persönliche Gespräche gehören eigentlich immer dazu, und oftmals auch ein vorhergehendes Praktikum. Das Procedere vor der Vertragsunterzeichnung ist recht umfangreich – aber hinterher können beide Seiten ruhigen Gewissens den Vertrag unterschreiben.

VC Magazin: Über welche Charaktereigenschaften sollte ein Franchise-Gründer auf jeden Fall verfügen?

Brodersen: Unabdingbar ist eine hohe Motivation, um sich in das Geschäftsmodell hineinzufinden und zu engagieren. Ich betone das bewusst, da manche Interessenten falsche Vorstellungen haben. Sie vermuten ein leichtes Leben, weil der Franchise-Geber ja schon für den Strom an Kunden sorgt. Richtig ist: Franchising verbessert die Rahmenbedingungen, reinhängen müssen sich Gründer trotzdem.

VC Magazin: Woran erkennen Franchise-Nehmer schwarze Schafe?

Brodersen: Transparenz ist ganz wichtig. Wenn man keine Referenzliste mit Kontakten bekommt, sollte man lieber die Finger von dem System lassen. Völlig legitim ist es aber, wenn im Rahmen eines Vorvertrages ein Teil der Eintrittsgebühr in das jeweilige System fällig wird. Franchise-Geber haben ein berechtigtes Interesse daran, ihr Know-how nur interessierten Kandidaten offenzulegen. Man kann auch die Spreu vom Weizen trennen, wenn man unterschiedliche Konzepte aus der gleichen Branche vergleicht. Wie ist das jeweilige Preis-Leistungs-Verhältnis, welchen Service leistet der Franchise-Geber?

VC Magazin: Gibt es zuverlässige und unabhängige Qualitätssiegel?

Brodersen: Wir als Verband haben zusammen mit der Universität Münster ein Zertifizierungsverfahren entwickelt, und eine Tochtergesellschaft des verantwortlichen Instituts führt den Systemcheck als neutrale Stelle durch. Sie prüft dabei juristische Aspekte sowie das Leistungsspektrum des Franchise-Gebers und führt eine Zufriedenheitsbefragung der Franchise-Nehmer durch. Die Untersuchung wird nach drei Jahren wiederholt. Bislang haben sich 150 Systeme diesem Check gestellt.

VC Magazin: In welchen Sektoren sehen Sie noch Potenzial für ein weiteres Wachstum der Franchise-Branche?

Brodersen: Aus Gründersicht sehe ich sehr viel Potenzial im Einzelhandel, weil es dort den Trend zu vertikalen Vertriebssystemen mit starken Zentralen gibt. Franchising bedient genau diese Tendenz. In diesem Segment stellen sich auch Unternehmen neu auf: So haben die beiden Schuhketten Reno und Runners Point vom Filial- auf Franchise-Betrieb umgestellt, weil sie selbstständige Franchise-Nehmer für motivierter halten als angestellte Filialleiter.

VC Magazin: Herzlichen Dank für das Interview! ■

torsten.passmann@vc-magazin.de

Zum Gesprächspartner

Torben Leif Brodersen ist Geschäftsführer des Deutschen Franchise-Verbands (DFV). Der 1978 gegründete Organisation gehören 285 Branchenvertreter an, neben Franchise-Gebern auch spezialisierte Anwälte und Unternehmensberater.



Die EXBA betreibt den führenden
Venture Capital-Marktplatz
im deutschsprachigen Raum.

Innovationen und Kapital, Unternehmer und Investoren sind notwendige Partner für den unternehmerischen Erfolg –
der Marktplatz der EXBA bringt sie zusammen!

Auf **Investore**nseite sind vertreten:

- » Privatinvestoren / Business Angels
- » Family Offices
- » VC- und PE-Gesellschaften

Auf **Unternehmens**seite listen sich kapitalsuchende Unternehmen unabhängig von:

- » Unternehmensphase
- » Branche
- » Höhe des Kapitalbedarfs

EXBA Exchange for Business Angels GmbH
Kaiserstraße 54, D-60329 Frankfurt
Tel: +49 - (0)69 - 25781 250
www.exchangeba.com

Auswahl unserer Referenzen:



iso-fast GmbH



Erfahrungen mit Kindern als Pflichtbedingung

ZGS Schülerhilfe: größter Franchise-Geber im Bildungsbereich

Schüler haben's schwer: Schlechte Jobaussichten am Horizont erhöhen den Leistungsdruck, die Unterrichtszeiten werden länger und das Programm zugleich straffer. Um zu gewährleisten, dass der Nachwuchs den Übertritt auf Realschule bzw. Gymnasium oder das Abitur packt, wird mehr als ein Viertel der 13,5 Millionen Schüler in Deutschland von ihren Eltern zum Nachhilfeunterricht geschickt. Ein Drittel aller Schüler, die Nachhilfeunterricht nehmen, wird mittlerweile durch institutionelle Anbieter für die Zukunft fit gemacht. Zukunftschancen bieten sich dadurch auch für Menschen, die sich selbstständig machen wollen: Die ZGS Schülerhilfe ist größter Franchise-Geber im Bildungsbereich und bietet eine Alternative zum Versuch auf eigene Faust.

Quereinstieg in der Heimat

30.000 EUR Ersparnis – das war der Preis für den Start in die Selbstständigkeit für Mark String. Damit waren Einstiegsgebühr bei der Schülerhilfe sowie Anmieten und Einrichtung der Räumlichkeiten und etwas Startwerbung abgedeckt. Nach zehn Jahren als Arbeitnehmer in der IT- sowie der Medizintechnik-Branche suchte String etwas Neues, ein Bekannter machte ihn 2005 auf die „genialen“ Franchising-Systeme im Bildungsbereich aufmerksam. Wegen des schlüssigen Systems entschied sich String für die Schülerhilfe, die mit über 1.000 Filialen rund ein Drittel der professionellen Nachhilfeeinstitute in Deutschland betreibt. Rasch fiel die Wahl auf eine Doppelgemeinde bei Karlsruhe, die noch nicht durch einen der 336 Franchiser der Schülerhilfe in Deutschland abgedeckt war und gleichzeitig in Strings Heimatgefilde liegt. Für den Geschäftsaufbau war das Diplom in Betriebswirtschaft zwar von Vorteil, ein akademischer Abschluss ist aber im Gegensatz zu Erfahrungen mit Kindern keine Pflicht, um im Auswahlverfahren der Schülerhilfe zu bestehen.

Schnellstart

Monatlich beträgt die Franchising-Gebühr für Strings Standort Eggenstein-Leopoldshafen etwas mehr als 800 EUR.

KURZPROFIL SCHÜLERHILFE EGGENSTEIN-LEOPOLDSHAFEN	
• Gründung:	2005
• Branche:	Bildung
• Sitz:	Eggenstein-Leopoldshafen
• Mitarbeiterzahl:	vier fest; 28 Nachhilfelehrer auf Honorarbasis
• Umsatz 2008:	292.000 EUR
• Internet:	http://nachhilfe.schuelerhilfe.de



Die Schülerhilfe erwartet von den Franchise-Nehmern Erfahrung im Umgang mit Kindern.

Damit ist er fast am oberen Ende der Gebührenskala, die sich nach der Einwohnerzahl der Gemeinden richtet. Dazu kommen im Monat rund 400 EUR weitere Kosten: für nationale Werbung und Öffentlichkeitsarbeit, den Baukasten an Werbematerialien, die man nur noch auf die eigene Region anpassen muss, sowie das optionale Qualitätsmanagement-System. Das ist viel Geld, in Strings Fall behält der Infoprospekt für Franchise-Nehmer recht, der wegen des „guten Chancen-Risiko-Verhältnisses“ mit „überdurchschnittlichen Erfolgsaussichten“ wirbt: Schon drei Monate nach Eröffnung erreicht String im Dezember 2005 mit 40 Schülern den Break-even – das hat ihn selbst überrascht.

Eltern wollen investieren

Mittlerweile hat String eine zweite Filiale in der Nachbargemeinde aufgebaut und versorgt damit zusammen rund 200 Schüler – womit er bei der Größe im oberen Drittel der Schülerhilfen rangiert und das örtliche Schülerpotenzial nahezu ausgeschöpft hat. Der Zukunft sieht er gelassen entgegen: „Wenn mir langweilig werden sollte, gibt es noch Pläne zur Erweiterung der Zielgruppen in der Schublade, wie z.B. Mathematikunterricht für Lehrlinge.“ Auch Marion Lauterbach, Pressesprecherin der ZGS Schülerhilfe, sieht trotz verlängerter Unterrichtszeiten und demografischen Wandels Grund für Optimismus: „Eltern sind mehr denn je bereit, in die Zukunft der Kinder zu investieren.“ Denn während früher klassischerweise der Fünfer-Schüler Extraschichten schieben musste, erklären heutzutage immer mehr Eltern ihren Sprösslingen, dass auch ein Dreier nicht genug ist. ■

Florian Schießl
redaktion@vc-magazin.de

Franchise-Nehmer mit unternehmerischem Biss

Carsten Henn ist Markenunternehmer von Joey's Pizza

Vor dem Start in die Selbstständigkeit als Franchise-Nehmer von Joey's Pizza steht die Ausbildung. In Einsätzen bei bereits bestehenden Betrieben machen sich die zukünftigen Betriebsinhaber mit den spezifischen Abläufen vertraut. Lernen kann es im Prinzip jeder, dennoch ist Franchising klassisches Unternehmertum. Trotz der umfassenden Unterstützung durch die Zentrale und standardisierten Abläufen bedeutet die Adaption eines etablierten Geschäftsmodells für die Franchise-Nehmer keinen Acht-Stunden-Tag.

Familiäre Bedingungen

Mitte November 2008 eröffneten Carsten und Sandra Henn den ersten Joey's Pizza-Betrieb in Speyer. Franchising sei von vornherein die präferierte Form der Selbstständigkeit gewesen, so Henn. Überzeugt habe ihn letztlich das Konzept von Joey's Pizza, passend zur ohnehin vorhandenen Affinität seiner Familie zu dieser Speise. Im Tagesgeschäft wird Henn heute neben seiner Frau auch von der Schwiegermutter tatkräftig unterstützt, eine bei Franchise-Nehmern durchaus übliche Konstellation. „Wichtig ist eine genaue Kenntnis der Kundenwünsche, die in unserem Fall aus dem unmittelbaren regionalen Umfeld stammen“, erläutert Henn. „Da ist die Einbindung der vor Ort verwurzelten Familie Gold wert.“

Gelebtes Unternehmertum

Henn, gelernter Koch und nach eigener Aussage seit über 20 Jahren ein „Kind der Gastronomie“, hält den nötigen „unternehmerischen Biss“ für einen erfolgreichen Start für unverzichtbar. „Zudem haben mir meine Branchenkenntnisse beim Einstieg als Franchise-Nehmer von Joey's enorm geholfen“, ist sich Henn sicher, der als Markenunternehmer einen „Joey's Pizza“ mit Lieferservice und Vor-Ort-Verzehr führt. Für diese als „PizzaBar“ bezeichnete Variante muss man zum Start ein Finanzierungsvolumen von 120.000 bis 150.000 EUR einplanen, die reine „Delivery“-Variante kostet bei Joey's ab 80.000 EUR. Henn sparte zuvor ca. ein Viertel der Investitionssumme an, den Rest finanziert er über Kredite. Heute beschäftigt



Sandra und Carsten Henn eröffneten 2008 den ersten Joey's Pizza-Betrieb in Speyer.

Henn bis zu 35 Personen – darunter fünf Festangestellte und zwei Azubis sowie mehrere Pizzabäcker, Mitarbeiter für den Telefondienst und eine ganze Armada an Fahrern.

Klare Strukturen und umfassender Support

Als Franchise-Nehmer wird Henn „Gebietsschutz“ gewährt: In Speyer ist er der einzige Joey's Partner, sein unmittelbares Einzugsgebiet umfasst den Stadtkern und umliegende Gemeinden. „Insgesamt beliefern wir Kunden in einem Radius von ca. drei Kilometern“, so Henn, der kurz- bis mittelfristig eine Ausdehnung des Liefergebietes sowie die Eröffnung weiterer Betriebe in Betracht zieht. Bei der Auswahl des Standortes berät Joey's seine Partner nach Kriterien wie Auflage und Kaufkraft am Standort. Die Anmietung des Lokals müssen die Franchise-Nehmer selber finanzieren. Zu den Mietkosten kommt eine vom monatlichen Nettoumsatz abhängige Franchise-Gebühr in Höhe von 5,5% hinzu. „Dafür kommen die Partner in den Genuss aller von der Zentrale angebotenen Dienstleistungen. So brauchen wir uns beispielsweise keine umfangreichen Marketingstrategien zu überlegen, diese werden von der Zentrale in Hamburg koordiniert“, berichtet Henn. Marketingmaterialien wie Flyer, Anzeigenvorlagen und Prospekte, z.B. für die alle sechs Wochen durchgeführten Aktionswochen, sind im Werbepaket enthalten. Über die „Joey's Akademie“ können sich die Franchise-Nehmer Know-how aneignen, z.B. zu Marketing oder Produktneueinführungen. Zusätzlich stehen sogenannte „Betriebsberater“ für das Coaching in Fachfragen zur Verfügung. Zentral gesteuert werden neben dem Vertrieb auch der Einkauf und die Administration des firmeneigenen IT-Systems. ■

Max Eckhardt
redaktion@vc-magazin.de

KURZPROFIL JOEY'S PIZZA SPEYER

• Gründungsjahr der Filiale:	2008
• Sitz:	Speyer
• Branche:	Gastronomie
• Mitarbeiterzahl:	bis zu 35
• Umsatz 2008/2009:	ca. 400.000 EUR
• Internet:	www.joey's.de

Iterative Prozesse

Den richtigen Preis finden und durchsetzen

Gerade zu Beginn der Selbstständigkeit stellen sich den meisten Unternehmern bei der Preisfindung entscheidende Fragen. Wie finde ich den richtigen Preis? Was will der Kunde für eine noch unbekannte Dienstleistung oder ein unbekanntes Produkt zahlen? Und wie wird der Preis durchgesetzt? Während dem eigenen Produkt, oftmals auch der Finanzierung und der allgemeinen Marketingstrategie viele Überlegungen vorangegangen sind, wird die Preisfindung zu häufig aus dem Bauch heraus vorgenommen.

Möglichst wenig Kernbereiche

Die Fragen der Preisfindung und -gestaltung lassen sich zwar nicht allgemein beantworten. Aber ein junger Unternehmer kann auf eine Reihe von Grundgedanken zurückgreifen, um den für den eigenen Erfolg richtigen Wert zu ermitteln. Wichtig ist dabei vor allem ein Preis, mit dem man in einem Markt Fuß fassen kann und der für die Kunden akzeptabel ist. So banal es klingt, es sollte zuerst einmal klar sein, welches Produkt man genau verkaufen möchte. Gerade bei Selbstständigen und kleinen Betrieben ist das Leistungsspektrum oftmals recht groß und die Kernleistung schwer auf den ersten Blick zu erkennen. Gerade hier hilft es, seinen Fokus auf möglichst wenig Kernbereiche zu reduzieren und die Überlegungen in diesem Rahmen zu beginnen. Das schafft Profil, und nur wenn man sein Produkt richtig kennt, kann man es auch verkaufen und dahinterstehen.

Vollauslastung gibt es nicht

Ein weiterer wichtiger Punkt ist eine genaue Aufstellung aller anfallenden Kosten und deren Entwicklung. Genau diese nämlich wird häufig nur ungenügend gemacht und birgt ein großes Problem. Denn erst wenn man genau weiß, wie hoch die eigenen Kosten tatsächlich sind (und hierbei sind bei Einzelunternehmungen auch die privaten Lebenshaltungskosten gemeint), kann man diese Aspekte bei der Preisfindung auch berücksichtigen. Das genaue Wissen gibt einem die Sicherheit, sich nicht unter Preis verkaufen zu wollen und auch bei Verhandlungen mit der nötigen Durchsetzungskraft hinter den eigenen Preisen zu stehen. Darüber hinaus sollte bedacht werden, dass man als Unternehmer selten eine Vollauslastung im Sinne einer abrechenbaren 40-Stunden-Woche hat – weder alleine noch in einem Unternehmen mit mehreren Mitarbeitern. Hier sollte unbedingt darauf geachtet werden, dass man bei der Kalkulation davon ausgeht, dass ca.



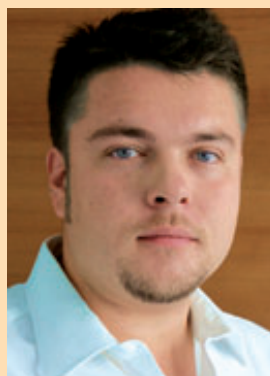
Junge Unternehmer vergessen bei ihrer Preisgestaltung zu oft, Zeitaufwand für administrative Tätigkeiten und zu erwartende Steuerbelastungen zu berücksichtigen.

30% der Arbeitszeit durch administrative Tätigkeiten aufgebraucht werden. Kalkuliert man also auf Basis dieser Dinge, so gestaltet sich die Preisfindung einfacher und realistischer. Ein weiterer Punkt, den man von vornherein berücksichtigen sollte, ist die zu erwartende Steuerlast. Diese wird vor allem zu Beginn der Selbstständigkeit unzureichend berücksichtigt.

Fazit:

Sind alle Faktoren bekannt und der Preis gefunden, muss dieser selbstverständlich bei neuen Kunden durchgesetzt werden. Das zu tun, obliegt den Unternehmern selbst. Sicherlich wird zu Beginn nicht jedes Projekt, nicht jeder Auftrag ein voller finanzieller Erfolg. Doch wie vieles sind Preisfindung und Durchsetzung beim Kunden iterative Prozesse, die situativ abgestimmt werden müssen. Es fällt jedoch leichter, den eigenen Preis durchzusetzen, wenn man genau weiß, was verdient werden muss, um das eigene Überleben und/oder den Erfolg der eigenen Unternehmung zu sichern. Dieses Wissen stärkt einem bei Verhandlungen langfristig den Rücken. ■

Zum Autor



Veit Holitschke ist Gründer und Geschäftsführer der Agentur Vierkornpuls. Vor seiner Selbstständigkeit absolvierte er eine Ausbildung zum Mediengestalter für Digital- und Printmedien und direkt im Anschluss ein Studium zum Fachwirt Medienmarketing (BAW).

Agenda 2010: „Venture Service Providers“

Venture Capital als Instrument für Wachstum und Beschäftigung

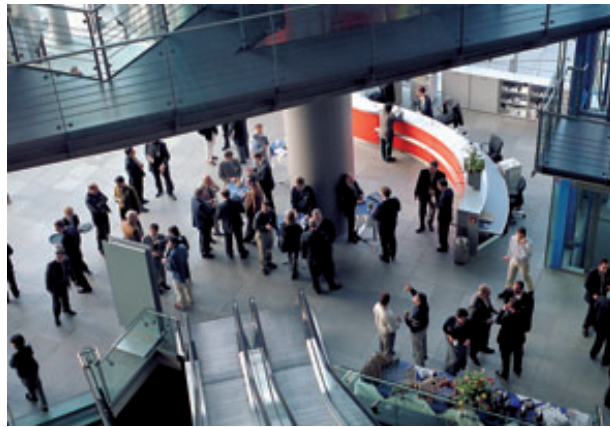
Nach der Krise der Finanzmärkte steht Venture Capital in Deutschland relativ allein im Raum als fokussiertes, begleitendes Finanzierungsinstrument für unsere Unternehmen – ohne kritische Masse. Venture Capital 2010 muss heute integriert werden in eine „Venture Supply Chain“ effizienter Instrumente, die die verschiedenen Entwicklungsstufen eines Unternehmens im jeweils eigenen materiellen, selbsttragenden Interesse begleiten. Ohne dauernde Appelle an den Staat.

Bankpotenziale

Banken müssen wieder beginnen, sich mit ihren Kunden zu beschäftigen. Der Abstand zwischen dem kundenorientierten Banker vor Ort und den Zahlenmenschen in den Türmen in Frankfurt ist nicht nur durch Basel II so groß geworden, dass eine Abbildung und Begleitung des Wachstumspotenzials eines Unternehmens schwer geworden ist. Dies gilt besonders für den Faktor Mensch, der nicht in der Bilanz steht. Wir gehen mit Schrott effizienter um als mit Humankapital. In einem „Land der Ideen“ sollten wir mehr über die systemischen Potenziale sprechen anstatt über bewiesenermaßen untaugliche „Value at Risk Tools“. Die statische Rasterung von Kunden (unter 2 Mio. EUR) und nicht deren Potenziale führt zu einer „Macisierung“ unseres Wachstumspotenzials. Übertroffen wird das nur noch durch den Begriff Full Time Equivalent (FTE) für Menschen, mit dem die Banker sich auch noch selber rastern lassen. Wir verfügen nur noch über eine deutsche Bank, die unsere Industrie weltweit begleiten kann, obwohl wir der größte Exporteur der Welt sind. Auch für die zukünftigen nachhaltigen Erträge bzw. die Bewertung der Banken ist es notwendig, wieder Teil einer Wertschöpfungskette mit den Kunden zu werden. Gerade weil wir noch über eine hervorragende industrielle Basis verfügen, innerhalb der EU als größtem Markt der Welt mit dem Tor zu Russland, dem Mittleren Osten und Afrika. Unsere kontinentale Finanzindustrie kann somit ihr Wachstum wieder im Grundgeschäft finden vs. der „Café Latte-Einstellung“ in London.

Produktpotenziale

Deutschland ist das größte Entwicklungsland der Welt, wenn man das Delta zwischen unserem Mittelstand und dem weltweiten Wachstumspotenzial unseres Produktspektrums betrachtet. Im Zeitalter der totalen Information ist heute die „technology lead time“ drastisch verkürzt, so dass die Zeitspanne für eine Internationalisierung/Kapi-



Aus Sicht Albrecht Graf Matuschkas wird derzeit Deutschlands wichtigster Aktivposten nur unzureichend bewertet: der Mensch.

talisierung des jeweiligen Produkts extrem klein geworden ist. Es ist auch nicht mehr möglich, aus eigener Kraft den weltweiten Vertrieb und die Koproduktion schnell aufzubauen. Denn die Banken, die immer der wesentliche „Kredit-Venture Capital-Geber“ waren, können diesen Prozess nicht mehr begleiten. Es funktioniert aber in einigen Branchen wie Pharma, wo über „cross-licencing“ weltweit in kürzester Zeit das weltweite Marktpotenzial ausgeschöpft wird.

Neue Venture Service Providers

Um junge Unternehmen weltweit voranzubringen, brauchen wir daher neue begleitende Instrumente wie internationale Familiennetzwerke, bei denen Family Offices als Finanziers und als Türöffner zu den Emerging Markets agieren. Erforderlich sind integrierte Finanzlogistikketten, wie sie bei Automobilzulieferern vorkommen, und „trust-based-finance“ mit einer Null-Zinsen-Partizipation an Profit bzw. Umsatz. Integrierte Private Capital-Services müssen der Optimierung der privaten und unternehmerischen Bilanz dienen. Ganz wichtig ist auch eine Plattform „Human-Capital“ mit neuen Bewertungsansätzen für unseren wichtigsten Aktivposten – die Menschen. ■

Zum Autor



Albrecht Graf Matuschka

gründete 1970 als Partnerschaft die Vermögensverwaltung Matuschka-Gruppe. Die Gesellschaft gilt als Kaderschmiede der deutschen Private Equity-Branche. Seit 1993 steht er der Gesellschaft alleine vor.

Sentimentumfrage, Teil II

Gründung & Finanzierung aus Unternehmersicht

Was bedeutet es Ihnen, Ihr eigener Chef zu sein?

Robin Behlau, Geschäftsführer der Beko Käuferportal GmbH:

Es heißt, mit den getroffenen Entscheidungen den eigenen Erfolg sehr stark zu beeinflussen. Mit allem, was man hat, für diesen Erfolg, aber auch den möglichen Misserfolg einer Idee zu stehen. Es bedeutet uneingeschränkte Freiheit und uneingeschränkte Verantwortung.

„Es bedeutet uneingeschränkte Freiheit und uneingeschränkte Verantwortung“



Robin Behlau

Dr. Marc Struhalla, Geschäftsführer der c-LEcta GmbH:

Das Arbeiten in einer überschaubaren, unabhängigen Organisation macht großen Spaß. Sein eigener Chef zu sein, klingt mir zu sehr nach Einzelkämpfer. Für mich liegt der Reiz darin, mit einem kompetenten Team schnell und effizient gemeinsam erfolgreich zu sein.

Matthias Mandelkow, Geschäftsführer der sunhill technologies GmbH:

Mein eigener Chef zu sein, bedeutet einerseits, dass ich meine Visionen selbst gestalten und mit Leidenschaft auf den Weg bringen kann. Dies bedeutet andererseits aber auch wesentlich mehr Verantwortung, die nicht nach 17 Uhr endet, vor allem auch meinen Mitarbeitern gegenüber. Ich denke, selbstständig sein ist letztlich ein Ausdruck der eigenen Lebensphilosophie.

Dr. Peter Klapproth, Geschäftsführer der Microstim GmbH:

Für mich bedeutet das „Chef-sein“, die Chance zu erhalten, Prozesse zu gestalten. Es bedeutet aber auch, die Verpflichtung wahrzunehmen, Rahmenbedingungen so zu

schaffen, dass gemeinsame Ziele erreichbar werden. Das ständig Neue, die hohe Verantwortung den Mitarbeitern und Partnern gegenüber sowie das Erreichen von Zielen machen die besondere Freude an dieser Tätigkeit aus.

Für welche Art der Finanzierung entscheiden Sie sich, wenn Sie zwischen Bank und Finanzinvestor wählen können?

Robin Behlau, Geschäftsführer der Beko Käuferportal GmbH:

Ich gehe natürlich über Los und ziehe alles ein ... :-). Aber Spaß beiseite. Es kommt darauf an, in welcher Phase sich ein Unternehmen oder ein Gründer befindet. Bin ich in einer frühen Phase der Unternehmensgründung, ist es das Beste, Business Angels zu beteiligen, die als Katalysator für eine Geschäftsidee wirken und sogenanntes „Smart Money“ mit ins eigene Haus bringen. Wenn ich schon erfahrener bin oder sich das Unternehmen in einer späteren Phase befindet, bietet sich eine Venture Capital-Finanzierung an. Die Bewertungen sind zu einem späteren Zeitpunkt meist besser, und mithilfe der Investitionen kann der Grundstein für ein weiteres, noch rasanteres Wachstum gelegt werden.

Dr. Marc Struhalla, Geschäftsführer der c-LEcta GmbH:

Vorausgesetzt, dass die Finanzierungsstruktur des Unternehmens das erlaubt, würde ich aufgrund der geringeren Kapitalkosten die Bank wählen. Fremdkapitalfähigkeit ist ja ein deutlicher Indikator für die Reife des Unternehmens.

„Wenn die Finanzierungsstruktur das erlaubt, würde ich die Bank wählen“



Dr. Marc Struhalla



Matthias Mandelkow, Geschäftsführer der sunhill technologies GmbH:

Das hängt natürlich auch vom jeweiligen Produkt ab. Im Bereich neue Technologien sind Finanzinvestoren aber die erste Wahl, da sie im Gegensatz zu Banken bereit sind, ein höheres Risiko einzugehen und somit kleinen Start-up-Unternehmen überhaupt erst mal die Chance geben, ihre Ideen umzusetzen.

Dr. Peter Klapproth, Geschäftsführer der Microstim GmbH:

Business Angels und Venture Capital-Geber sind dem Jungunternehmen näher. Sie agieren im positiven, aber sicherlich auch im problematischen Fall deutlich stärker als Mitunternehmer. Die Erhöhung des Eigenkapitals durch eine solche Finanzierung stärkt außerdem die Firmenposition nach außen und belastet nicht die Zukunft.

„Business Angels und Venture Capital-Geber sind dem Jungunternehmen näher“



Dr. Peter Klapproth

Wie steuern Sie gegen die Auswirkung der Wirtschaftskrise?

Robin Behlau, Geschäftsführer der Beko Käuferportal GmbH:

Wir haben Käuferportal.de von Anfang an auf die zu erwartenden externen Einflüsse vorbereitet. Unsere

Plattform ist im Oktober 2008 gestartet und konnte von Anfang an ein starkes Wachstum verzeichnen. Seit März 2009 steigen die Umsätze rasant. Mittlerweile beschäftigen wir fast 30 Mitarbeiter in unserem Büro am Berliner Gendarmenmarkt.

Dr. Marc Struhalla, Geschäftsführer der c-Lecta GmbH:

Wir fokussieren unsere Aktivitäten auf die Märkte und Partner, die von der Krise wenig betroffen sind. Das ist zwar im Ansatz opportunistisch, aber als junges, wendiges Technologie-Unternehmen mit vielen Optionen kann man sich das erlauben.

Matthias Mandelkow, Geschäftsführer der sunhill technologies GmbH:

Als Ideenschmiede im Technologiebereich werden wir kaum von der Wirtschaftskrise tangiert. Wir arbeiten immer an innovativen neuen Produkten im Bereich Mobile Ticketing, um am Markt führend zu bleiben. Das passiert aber unabhängig von der momentanen wirtschaftlichen Situation.

„Als Ideenschmiede im Technologiebereich werden wir kaum von der Wirtschaftskrise tangiert“



Matthias Mandelkow

Dr. Peter Klapproth, Geschäftsführer der Microstim GmbH:

Als Jungunternehmen in der Medizintechnik mit einem technisch und ethisch anspruchsvollen Produkt sehen wir den Auswirkungen der heutigen Weltwirtschaftskrise zweiseitig entgegen. Auf der einen Seite ist es sicherlich schwieriger, finanzielle Partner für die eigene Sache zu gewinnen. Das zwingt uns, die eigenen Vorstellungen und Ziele stark auf Marktbedürfnisse zu fokussieren. Dies hilft uns aber, den geraden und effizienten Weg zu gehen. Auf der anderen Seite sehen wir daher eine Chance in der Krise. ■

Events

Datum & Ort	Veranstalter	Event
09.–10.10.2009 Vallendar	IdeaLab! www.idea-lab.org	IdeaLab2009 – der Gründerkongress: Kongress für angehende Gründer und Unternehmer in Deutschland
14.–16.10.2009 Berlin	EVCA www.evca.eu	EVCA Venture Capital Forum: Bedeutende Plattform für den Venture Capital-Markt und seine Teilnehmer
20.10.2009 Heidelberg	Heidelberger Innovationsforum www.heidelbergerinnovationsforum.de	Heidelberger Innovationsforum: Plattform für den Transfer marktnaher Forschung Teilnahme: regulär 480 Euro
21.10.2009 München	Venture Capital Club www.vc-munich.de	VC Club Stammtisch: Veranstaltung für Investoren, Gründer und Berater zum Austausch und Netzwerken
22.10.2009 London	CatCap www.venture-lounge.de	Venture Lounge: Unternehmenspräsentationen von Start-ups vor Venture Capitalisten und Fach-
23.10.2009 Spitzingsee (Oberbayern)	venture2run www.venture2run.de	Businesslauf: Geschäftliches Networking mit sportlicher Herausforderung
27.10.2009 Frankfurt	F.A.Z.-Institut, Commerzbank www.innovationsprojekte.de	Innovation – Unternehmertipfel 2009: Best Practice-Foren, um branchenübergreifende Wachstums- und Innovationspo-
28.10.2009 Düsseldorf	Private Equity Forum NRW www.venture-capital-forum.de	Venture Capital Forum: Investors' Circle „Kredite für VC-finanzierte Unternehmen – Glücksspiel oder
28.10.2009 München	CatCap www.venture-lounge.de	Venture Lounge: Unternehmenspräsentationen von Start-ups vor Venture Capitalisten und Fach-
28.–30.10.2009 Leipzig	Förderkreis Gründungsforschung www.fgf-ev.de	G-Forum: Jahreskonferenz des Förderkreises Gründungsforschung e.V.
29.10.2009 Großwallstadt	Zentec www.zentec.de	EigenkapitalForum Bayerischer Untermain: Plattform für Entrepreneure und Investoren
05.–06.11.2009 Berlin	Continua www.europeanventuremarket.com	European Venture Market: Plattform für Lösungsanbieter und Entrepreneure
09.–11.11.2009 Frankfurt	Deutsche Börse, KfW www.eigenkapitalforum.com	Deutsches Eigenkapitalforum: Etablierte und renommierte Veranstaltung für Investoren und kapitalsuchende Unternehmen
13.–14.11.2009 Essen	atelier scherer fair consulting www.start-messe.de	Start-Messe:
18.–21.11.2009 Düsseldorf	Messe Düsseldorf www.medica.de	Medica 2009: Internationale Fachmesse für Medizintechnik
01.–02.12.2009 Düsseldorf	Europe Unlimited www.e-unlimited.com	European Venture Summit: Plattform für Entrepreneure und potenzielle Investoren
02.12.2009 München	Venture Capital Club www.vc-munich.de	VC Club Stammtisch: Veranstaltung für Investoren, Gründer und Berater zum Austausch und Netzwerken
02.12.2009 Frankfurt	Aurelia Private Equity www.aurelia-pe.de	VC-Meeting Frankfurt: Begegnung der hessischen Venture-Capital-Szene

Bücher für Unternehmensgründer

Cats – Die neun Leben der Innovation

Seine Bestsellerreihe „Fish!“ widmete sich von verschiedenen Ausgangspunkten dem Thema Motivation. Mit „**Cats**“ richtet Autor Stephen Lundin seinen Fokus nun auf die Innovation. Schon mit seiner ersten These („jeder Mensch ist innovationsfähig“) zeigt er die Denkrichtung auf: Die Motivation der Mitarbeiter und die Atmosphäre am Arbeitsplatz bilden die Grundlage von Innovation. Um dieses Potenzial zu nutzen, gilt es vier große Hindernisse (u.a. zu starke Kontrolle, Normen und Normalität) aus dem Weg zu räumen. Ausgehend von einer auf Katzen bezogenen Metaphorik beschreibt Lundin neun Wege, um dieses Potenzial der Mitarbeiter zu heben: So lieben seine „Cats“ die physische, genießen die soziale und sorgen für geistige Herausforderung. Die grafische Umsetzung mit Zusammenfassungen, Aufzählungen und der Hervorhebung von Schlüsselgedanken erleichtert den Zugang. *Erschienen 2009 im Redline Verlag, 182 Seiten, 14,90 EUR.*



Der Businessplan

Bereits in der vierten Auflage ist „**Der Businessplan**“ von Anna Nagl erschienen. Die BWL-Professorin stellt die wesentlichen Bestandteile eines Geschäftsplans vor und unterlegt die Theorie mit zahlreichen Fallbeispielen. Die verschiedenen Checklisten und hilfreichen Praxistipps ermöglichen es dem Leser, selbst seinen maßgeschneiderten Businessplan zu erstellen, der vor Kapitalgebern bestehen kann. Den guten Eindruck rundet der dritte Teil ab: Hier beschreibt die Autorin u.a. Erfolgskriterien aus Sicht der Bank (und benennt dabei typische Fehler kreditsuchender Unternehmen) sowie aus Sicht des Risikomanagements. Zur Zielgruppe gehören neben Gründern und Jungunternehmern auch Projektmanager und Controller. *Erschienen 2008 im Gabler Verlag, 4. überarbeitete Auflage, 248 Seiten, 49,80 EUR.*



High-Speed-Marketing

Christian Kalkbrenner hat sich ein ehrgeiziges Ziel gesetzt: Dem Leser von „**High-Speed-Marketing**“ will er „in nur 7 Tagen zu einem durchschlagenden Marktkonzept“ verhelfen. Der Leseaufwand bleibt begrenzt, pro Tag sollen etwa 20 Seiten bearbeitet werden. Einige Kapitelüberschriften changieren dabei zwischen banal („Stärken stärken“) und übermotiviert („Der Weg zum Marktführer“). Andere wecken echtes Interesse: Welche „Wachstumsturbos“ können gezündet, welche „Guerilla-Wachstumswege“ beschritten werden? Eine Fallstudie sowie sieben „Profi-Tipps für gutes Gelingen“ schließen das Werk ab. Nicht alle Beispiele eignen sich für Gründer, sie finden aber auf jeden Fall viele Anregungen. *Erschienen 2009 bei Business Village, 242 Seiten, 24,80 EUR.*



Kopf schlägt Kapital

„Missachtet Konventionen!“ fordert Günter Faltn, Professor an der Freien Universität Berlin, im Interview (siehe S. 14/15). Und in seinem jüngsten Werk „**Kopf schlägt Kapital**“ führt er diese These in elf Kapiteln aus. In der Praxis sowie mit dem „Labor für Entrepreneurship“ hat er selbst „die ganz andere Art, ein Unternehmen zu gründen“ ausprobiert, und so berichtet er aus eigener Erfahrung „von der Lust, ein Entrepreneur zu sein“ (so die beiden Untertitel). Faltn zeigt an vielen Beispielen, wie man Ideen weiterentwickelt, sie wie ein Puzzle kombiniert und unkonventionell etwas Neues schafft. Dabei gelingt ihm außerdem das Kunststück, sich sprachlich näher am Roman zu bewegen als am Lehrbuch. *Erschienen 2008 im Hanser Verlag, 4. überarbeitete Auflage, 250 Seiten, 19,90 EUR.*



Start-up 2010

Sponsoren der Ausgabe im Portrait



Bayern Kapital stellt mit ihren Fonds kleinen und mittleren, vorrangig jungen Technologieunternehmen Beteiligungskapital zur Realisierung Erfolg versprechender innovativer Ideen, Produkte und Produktionsverfahren zur Verfügung.

Der Seedfonds Bayern finanziert ab der Frühphase des Unternehmens. Er beteiligt sich grundsätzlich in Kooperation mit einem Coach. Zudem kooperiert der Seedfonds Bayern eng mit dem High-Tech Gründerfonds, wobei zusammen bis zu 600.000 EUR ausgereicht werden. Folgefinanzierungen sind bis zu 900.000 EUR im Einzelfall möglich. Allein kann der Seedfonds Bayern bis zu 250.000 EUR investieren.

Der Clusterfonds Start-up! finanziert junge Technologieunternehmen, die den „proof of technics“ geschafft

haben, zur Bewältigung der Lücke zwischen Seed- und Start-up-Phase. Die Beteiligung erfolgt hierbei prinzipiell in Kooperation mit einem Coach. Es werden Beteiligungen bis zu 500.000 EUR bereitgestellt.

Der Clusterfonds Innovation reicht Beteiligungskapital in Höhe von max. 2 Mio. EUR zur Finanzierung von Innovationen an junge Technologieunternehmen aus. Dies erfolgt dabei grundsätzlich in Kooperation mit einem Lead-Investor. Bis Dezember 2010 kann der Clusterfonds Innovation bis zu 70% der gemeinsam mit dem Leadinvestor erbrachten Beteiligungssumme investieren (gemeinsamer Höchstbetrag 2,5 Mio. EUR pro zwölf Monate). Ab 2011 ist ein paritätischer Mitteleinsatz erforderlich.

www.bayernkapital.de

GRAZIA EQUITY

Capital for Entrepreneurs

Die Grazia Equity GmbH mit Sitz in Stuttgart und München ist eine der führenden europäischen Venture Capital-Adressen. Grazia ist spezialisiert auf Frühphaseninvestitionen in innovative Unternehmen mit marktveränderndem Potenzial und großen Umsatz- und Ertragschancen. Grazias Erfolg basiert auf der Partnerschaft mit außerordentlich starken Unternehmer-Teams zum Aufbau marktführender Unternehmen. Grazia agiert dabei unabhängig von institutionellen Geldgebern und kann somit schnelle, pragmatische Entscheidungen treffen.

Das Grazia-Team verfügt über umfangreiche eigene unternehmerische Erfahrungen. Diese kommen den Portfolio-

Unternehmen genauso zugute wie sein internationales Netzwerk. So vertrauen auch einige der besten amerikanischen Venture Capital-Firmen auf die Kompetenzen des Hauses und arbeiten mit Grazia bei diversen Beteiligungen zusammen.

Das Team hat bisher in Europa und den USA über 40 Unternehmen beim Aufbau begleitet, von denen mehrere an internationale Börsen gebracht wurden. Grazias Branchenfokus liegt in den Bereichen „Energie/Umwelt“, „Neue Medien/IT“ sowie „Hightech“ und „Life Science“.

www.grazia.com



High-Tech Gründerfonds

Der High-Tech Gründerfonds investiert Risikokapital in junge, chancenreiche Technologieunternehmen, die viel versprechende Forschungsergebnisse unternehmerisch umsetzen. Innerhalb der nächsten fünf Jahre stellt der Fonds technologieorientierten Unternehmensgründungen nicht nur das dringend nötige Startkapital zur Verfügung, sondern auch die notwendige Betreuung und Unterstützung des Managements. Die Gründungsfinanzierung umfasst bis zu 500.000 EUR Risikokapital. Die Gründer müssen einen Eigenanteil einbringen. Weitere Investoren sind eingeladen, sich als „Side-Investor“ zu enga-

gieren. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, die KfW Bankengruppe und die Industrieunternehmen BASF, Deutsche Telekom, Siemens, Robert Bosch, Daimler und Carl Zeiss haben den High-Tech Gründerfonds mit 272 Mio. EUR ausgestattet, um bis zu 300 innovative Hightech-Unternehmen auf den Weg zu bringen. Informationen über Anforderungen des Fonds, den Weg zur Beteiligung und die Beteiligungskonditionen unter:

www.high-tech-gruenderfonds.de



Die KfW Bankengruppe richtet sich mit ihren Förderangeboten sowohl an Gründer als auch an mittelständische Unternehmer. Sie finanziert – branchenunabhängig – gewerbliche Investitionen über den gesamten Lebenszyklus eines Unternehmens hinweg. Außerdem bietet sie liquiditätsschonende Betriebsmittelfinanzierungen an.

Es gibt spezielle Finanzierungsangebote für Unternehmen in der Gründungsphase, die nur wenig Kapital benötigen – aber auch gezielte Unterstützung für Unternehmen mit größeren Vorhaben in der Wachstumsphase. Und das alles zu günstigen Konditionen, sprich: langen Laufzeiten, attraktiven Zinsen, tilgungsfreien Zeiträumen, flexiblen Rückzah-

lungsmodalitäten. Mit mezzaninen Finanzierungen in Form von klassischen Nachrangdarlehen stärkt die KfW die Finanzierungsstrukturen mittelständischer Unternehmen. Darüber hinaus unterstützt sie den Mittelstand bei der Aufnahme von Beteiligungskapital. So steht mit dem ERP-Startfonds ein erprobtes Finanzierungsinstrument speziell für die Frühphase bereit. Die KfW Bankengruppe ist mit einem Gesamtfördervolumen von 70,6 Mrd. EUR (2008) Deutschlands größtes Förderinstitut. Allein auf die Mittelstandsfinanzierungen entfielen 48,1 Mrd EUR.

www.kfw.de



Mountain Partners Group

Die Mountain Partners AG mit Sitz in der Schweiz wurde im Jahr 2004 von Dr. Cornelius Boersch und Daniel S. Wenzel gegründet und hat sich seitdem zu einer Asset-Management-Gruppe mit spezialisierten Investmentvehikeln weiterentwickelt. Zur Gruppe gehören die an der Frankfurter Wertpapierbörse notierten Gesellschaften Mountain Super Angel AG (4MS), Bluehill ID AG (BUQ) und Cleantech Invest AG (4CT). Das Portfolio der Mountain Gruppe umfasst außerdem die Taishan Invest AG, die Omnis Mundi Invest AG sowie das Investmentvehikel Medvest Capital AG. Durch diese sechs Gesellschaften mit unterschiedlich fokussierten Investitionsstrategien ist die Mountain Partners AG heute an etwa 120 Unternehmen beteiligt. Kennzeichnend für die Gruppe insgesamt ist dabei der schnelle, intuitive und opportunistische Investmentansatz.

Mountain Partners versteht sich als „institutionalisierter Business Angel“. Den Portfoliounternehmen wird damit nicht nur Kapital, sondern auch der Zugang zu einem weltumspannenden Netzwerk an anerkannten Business Angels und somit einzigartiges Know-how zur Verfügung gestellt. Durch diese Verknüpfung von Mountain Partners zu ausgewiesenen Experten wird oftmals gemeinsam mit hochkarätigen Co-Investoren investiert. Dadurch unterstützt die Gruppe ihre Portfolio-Unternehmen aktiv beim Wachstum. Als Investoren konnte die Mountain Partners Gruppe einen exklusiven Kreis an herausragenden Business Angels, Serial Entrepreneurs, institutionellen Investoren aus Europa, China und den USA sowie arabische Familien gewinnen.

www.mountain-partners.ch

Die NRW.BANK ist die Förderbank für das Land Nordrhein-Westfalen. Sie unterstützt die Unternehmen, Kommunen und Menschen mit kreditwirtschaftlichen Förderprodukten, angefangen bei den Förderprogrammen des Landes, des Bundes und der EU über Eigenkapital- bis hin zu Fremdkapitalfinanzierungen. Ihre Kompetenzfelder sind die Existenzgründungs- und Mittelstandsförderung, die Kommunal- und Infrastrukturfinanzierung, die soziale Wohnraumförderung sowie die Bildungsfinanzierung. Für die Existenzgründungen und den Mittelstand in Nordrhein-Westfalen setzt die NRW.BANK die Produkte der öffentlichen Förderung sowie der Eigenkapitalfinanzierung passgenau ein. Ziel ist es, die Finanzierungssituation dieser Zielgruppe weiter bedarfsgerecht zu verbessern.

Dazu hat die NRW.BANK ihre Eigenkapitalprodukte am Lebenszyklus der Unternehmen ausgerichtet. So belebt der Seed-Fonds die Frühphasenfinanzierung in Nordrhein-Westfalen. Junge technologieorientierte Unternehmen unterstützt der Venture Fonds mit Finanzierungen von 0,5 bis 3,0 Mio. EUR. Der NRW.BANK.Mittelstandsfonds vergibt Eigenkapital zwischen 1 und 7 Mio. EUR an wachstumsstarke Mittelständler. Für Unternehmen der Kreativwirtschaft wird über den NRW.BANK.Kreativwirtschaftsfonds sowohl jungen als auch etablierten Unternehmen Eigenkapital zur Verfügung gestellt.

www.nrwbank.de/beteiligungen

Osborne Clarke



Osborne Clarke ist eine große wirtschafts- und steuerberatende Rechtsanwaltssozietät mit Büros u.a. in Köln und München. Durch unsere Partnerkanzleien innerhalb der Osborne Clarke Alliance sind wir in allen wichtigen Metropolen Europas und im Silicon Valley (USA) vertreten. Dabei beraten wir insbesondere im Gesellschafts- und Steuerrecht, im IT-Recht und Gewerblichen Rechtsschutz, im Arbeits-, Vertriebs- und Immobilienrecht.

Unsere Mandanten finden sich größtenteils im Mittelstand mit einem Fokus im IT- und Technologiebereich sowie im Bereich der Venture Capital- und Private Equity-Fonds. Darüber hinaus betreuen wir von jeher bundesweit auch

viele Start-ups und junge Wachstumsunternehmen. Häufig stehen dabei Fragen der Unternehmensgründung und -finanzierung, insbesondere durch Venture Capital oder andere Gründungsfinanzierungen, im Vordergrund.

Osborne Clarke ist offizieller Sponsor des Gründungsforums NUK Netzwerk und Know-how in Köln und des Business Angels Netzwerks BAND. Carsten Schneider, Nicolas Gabrysch und Konstantin Ewald sind regelmäßig als Referenten auf Venture Capital-Veranstaltungen sowie als Autoren im VentureCapital Magazin vertreten.

www.osborneclarke.de

wellingtonpartners

VENTURE CAPITAL

Wellington Partners zählt zu den erfolgreichsten paneuropäischen Venture Capital-Firmen. Mit einem Fondsvolumen von 800 Mio. EUR und Büros in London, München, Palo Alto und Zürich investiert Wellington europaweit in junge Unternehmen mit dem Potenzial einer globalen Marktführerschaft, insbesondere in den Bereichen Informationstechnologie, Medien, Cleantech sowie Life Sciences. Um europäische Firmengründer beim Aufbau solcher globaler Unternehmen zu unterstützen, hat Wellington seit 1998 ein hochkarätiges weltweites Netzwerk aufgebaut.

Wellington Partners beteiligte sich bislang an mehr als 100 Unternehmen in Europa und Israel, darunter börsennotierte Firmen wie Actelion, SAF und Xing sowie erfolgreiche nicht börsennotierte Firmen wie Alando (von eBay übernommen), Ciao (von Microsoft übernommen) und ImmobilienScout24 (von der Deutschen Telekom übernommen). Weitere Informationen finden Sie unter

www.wellington-partners.com

Inserentenverzeichnis

AURELIA PRIVATE EQUITY	51
BAYERN KAPITAL	81
BAYBG BAYERISCHE BETEILIGUNGSGESELLSCHAFT	63
CRESCEDES	83
DIE FAMILIENUNTERNEHMER - ASU	61
EXCHANGE FOR BUSINESS ANGELS	101
F.A.Z.-INSTITUT	57
FÖRDERGESELLSCHAFT IZB	23
GENIUS VENTURE CAPITAL	37
GRAZIA EQUITY	U2
HIGH-TECH GRÜNDERFONDS MANAGEMENT	33
IBB BETEILIGUNGSGESELLSCHAFT	15
KfW BANKENGRUPPE	39
LFA FÖRDERBANK BAYERN	13
MEDICON RUHR	31
MIC	27
MIG-FONDS	U4
MOUNTAIN PARTNERS GROUP	17
MUMMERT & COMPANY CORPORATE FINANCE	91
NEUHAUS PARTNERS	65
NRW.BANK	9
ORTEC (KARRIERE START)	73
OSBORNE CLARKE	45
S-REFIT	97
SCIENCE4LIFE	53
SEVENTURE PARTNERS	49
SPARKASSEN-FINANZGRUPPE	11
START-MESSE	95
STARTZENTRUM ZÜRICH	67
TECHNOLOGIEGRÜNDERFONDS	41
SACHSEN MANAGEMENT	
TECHNOLOGIEZENTRUM DRESDEN	87
TRIANGLE VENTURE CAPITAL	43
GROUP MANAGEMENT	
VNT MANAGEMENT	U3
WEITNAUER RECHTSANWÄLTE	75
WIRTSCHAFTSPRÜFER STEUERBERATER	
XANGE PRIVATE EQUITY	25

Impressum

VentureCapital Magazin

10. Jahrgang 2009, Sonderausgabe „Start-up 2010“

Verlag: GoingPublic Media AG, Hofmannstr. 7a, 81379 München,
Tel.: 089-2000339-0, Fax: 089-2000339-39, E-Mail: info@goingpublic.de,
Internet: www.vc-magazin.de, www.goingpublic.de

Redaktion: Torsten Paßmann (Projektleiter), Andreas Uhde (Chefredakteur), Mathias Renz, Markus Hofelich

Mitarbeit an dieser Ausgabe: Dorothea Angel, Christian Bayer, Veit Blumschein, Frank Böhnke, Tilo Bonow, Dr. Michael Brandkamp, Stephan Bruns, John Chapman, Max Eckhardt, Nils Engelking, Bernd Frank, Dr. Alexander von Frankenberg, Nicolas Gabrysch, Dr. Bernd Geiger, Johannes Grassmann, Dr. Ute Günther, Dr. Gerhard Hahner, Veit Holitschke, Jürgen Hoffmann, Roman Huber, Sabrina Jacubzig, Gregor Jungheim, Dr. Roland Kirchhof, Iris Kronenbitter, Bernd Luxa, Dr. Jürgen Marchart, Albrecht Graf Matuschka, Dr. Heiko Milde, Lars Radau, Marco Ripanti, Andreas Rüter, Hartmut Schauerte, Florian Schießl, Claudia Specht, Michael Steinmetzer, Dr. Wolfgang Weitnauer, Hanns-Peter Wiese, Marco Zeller

Interviewpartner: Werner Arndt, Philipp Berner, Torben Brodersen, Prof. Günter Faltn, Dörte Höppner, Ralf Knobel, Sebastian Kübler, Dr. Georg Licht, Franco Mathias, Dr. Aristotelis Nastos, Dr. Hans-Günter Sanftenberg, Jean-Pierre Vuilleumier

Lektorat: Sabine Klug, Magdalena Lammel

Gestaltung: Holger Aderhold, Elisabeth Bayer

Bilder: Elisabeth Bayer, Bilderbox, Fotolia, Pixelio, Photodisc

Titelbild: © Erwin Wodicka, www.BilderBox.com

Anzeigen: An den Verlag. Gültig ist Preisliste Nr. 4 vom 1. November 2006.

Anzeigen: Karin Hofelich, Katja Sauerbrey, Johanna Wagner
Tel.: 089-2000339-50, Fax: 089-2000339-39

Erscheinungstermine 2009: 30.01. (2/09), 27.02. (3/09), 27.03. (4/09), 22.04. (5/09), 29.05. (6/09), 26.06. (7-8/09), 28.08. (9/09), 25.09. (10/09), 30.10. (11/09), 27.11. (12/09), 18.12. (1/10)
Sonderausgaben: 11.07. (Tech-Guide 2009), 10.10. (Start-up 2010)

Preise: Einzelpreis 12,50 EUR, Jahresabonnement (11 Ausgaben zzgl. Sonderausgaben) 148,00 EUR (inkl. Versandkosten und 7% MwSt.), Sonderausgaben 14,80 EUR

Abonnementverwaltung: GoingPublic Media AG, Hofmannstr. 7a, 81379 München, Tel.: 089-2000339-0, Fax: 089-2000339-39, abo@vc-magazin.de, www.vc-magazin.de

Druck: Kastner & Callwey Medien GmbH, Forstinning

Haftung und Hinweise: Artikeln, Empfehlungen und Tabellen liegen Quellen zugrunde, welche die Redaktion für verlässlich hält. Eine Garantie für die Richtigkeit der Angaben kann allerdings nicht übernommen werden. Bei allen eingesandten Beiträgen behält sich die Redaktion Kürzungen oder Nichtabdruck vor.

Nachdruck: © 2009 GoingPublic Media AG, München. Alle Rechte, insbesondere das der Übersetzung in fremde Sprachen, vorbehalten. Ohne schriftliche Genehmigung der GoingPublic Media AG ist es nicht gestattet, diese Zeitschrift oder Teile daraus auf photomechanischem Wege (Photokopie, Mikrokopie) zu vervielfältigen. Unter dieses Verbot fallen auch die Aufnahme in elektronische Datenbanken, Internet und die Vervielfältigung auf CD-ROM.

ISBN 978-3-937459-70-7, ZKZ 53974

Die PS muss jeder selbst auf die Straße bringen

Chancen und Risiken bei Ausgründungen aus der Hochschule

Ein Studium oder auch die Tätigkeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter an einer Hochschule ist zeit- und arbeitsintensiv. Nur wenige denken da noch an die Gründung des eigenen Unternehmens. Wer dennoch mit einem Spin-off aus der Hochschule loslegt, kann sich die Vorteile einer Universität zunutze machen. Allerdings müssen auch Risiken beachtet werden.

Vorteil: Bestehende Marke und Netzwerke

Eine Ausgründung aus einer Universität heraus bringt viele Vorteile mit sich: So vereinfacht alleine die Marke der Hochschule deutlich Kontaktaufnahme und Kooperationen, da sie sich über Jahrzehnte hinweg einen Namen gemacht hat und überregional bekannt ist. Auch der Faktor des internen Netzwerks ist ein entscheidender Wettbewerbsvorteil. Gründer haben Zugang zu einem etablierten Geflecht an Wissenschaftlern und Studenten aus den unterschiedlichsten Bereichen und damit einer Fülle von Ressourcen und hoch qualifizierten Mitarbeitern. So können durch die Hochschule als gemeinsamem Arbeitgeber natürliche Blockaden zwischen Professoren und Wirtschaft leichter und schneller überwunden werden, während Externe z.B. schon am Gatekeeper Sekretariat hängen bleiben. Auf der anderen Seite können auch einfacher Praktikanten- oder Aushilfsjobs vergeben werden. Ein Aushang am richtigen schwarzen Brett oder persönliche Kontakte sind Möglichkeiten, auf die Externe wiederum keinen Zugriff haben. Der dritte wichtige Aspekt ist das Finden und Begeistern von Investoren. Viele Universitäten besitzen mittlerweile eigene Gründerzentren, organisieren Messen und stellen kostenlose Räumlichkeiten sowie Ausbildungen zur Verfügung. Das ist eine große Erleichterung der Startbedingungen für Gründer. Hochschulexterne müssen sich diese ausgebaute Infrastruktur erst mühsam erarbeiten.

Nachteil: Zu viel Theorie, homogene Teams

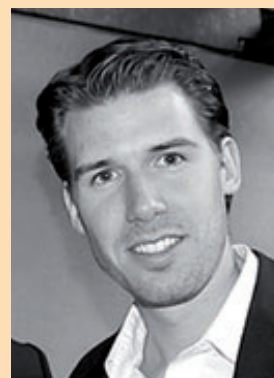
Eine generelle Schwierigkeit, die bei Gründungen aus einer Universität heraus besteht, ist die oft tief verwurzelte theoretische Arbeits- und Denkweise von Wissenschaftlern. Will man eine Idee wirklich in die Praxis umsetzen, muss diese rein wissenschaftliche Methodik und 120%ige Genauigkeit manchmal ausgeschaltet werden; nur dann kann eine Gründung erfolgreich werden. Des Weiteren stehen Initiatoren aus Hochschulen meist einer Doppelbelastung gegenüber. Egal ob Student oder wissenschaftlicher Mitarbeiter, jeder hat zusätzliche Aufgaben, die anfallen und auch bewältigt werden müssen. Selbst eine sehr arbeitsintensive Doktorarbeit liefert selten weitreichende Über-

schnedungen mit einer möglichen Gründung. Zwar entspringt daraus oft die Initialzündung, doch die Anforderungen in der Praxis – am Markt – sind fast schon konträr zum wissenschaftlichen Arbeiten. Eine weitere Gefahr bei Ausgründungen aus der Universität heraus liegt in einer fachbezogenen Beschränkung. Wie hinlänglich bekannt ist, hat die Heterogenität des Gründerteams signifikanten Einfluss auf dessen Markterfolg. Im Hochschulumfeld ist es aber oftmals so, dass dieser elementare Austausch mit Fachbereichsfremden oftmals viel zu kurz kommt.

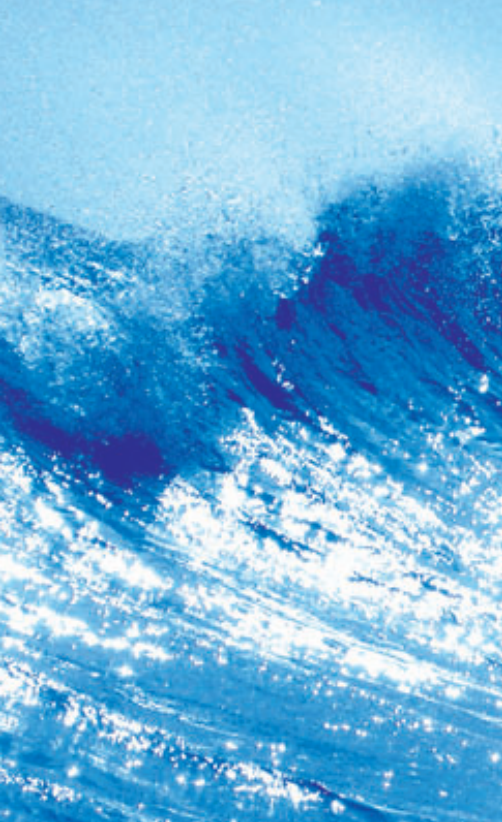
Fazit:

Das Wichtigste ist, als Gründer wirklich zu wollen und die PS selbst auf die Straße zu bringen. Ein Gründerzentrum an einer Hochschule kann diesen Unternehmergeist nicht erzwingen, jedoch als Katalysator bzw. Unterstützungsfunktion den Erfolg von jungen Unternehmen nachhaltig beeinflussen. Die Initiative muss aber immer von den Gründern selbst ausgehen. ■

Zu den Autoren



Johannes Grassmann (li.) und **Veit Blumschein** sind Gründer des Hochschul-Spin-offs VerkehrsmittelVergleich.de GmbH. Das Portal bietet Nutzern die Möglichkeit, kostenlos die schnellste und günstigste Verbindung zwischen zwei Orten zu finden. Davor waren sie zwei Jahre als Gründerberater am Gründerzentrum der RWTH Aachen unter Leitung von Herrn Prof. Brettel angestellt. Derzeit nutzen Sie die Infrastruktur des Münchner LMU Entrepreneurship Centers unter Leitung von Prof. Harhoff. Beide arbeiten derzeit noch parallel an ihren Doktorarbeiten (info@verkehrsmittelvergleich.de).



Creative Resources for Power Conversion Solutions

Finnlands erster Venture Capital-Spezialist
für Cleantech-Investments fördert innovative
Unternehmen in Deutschland und Central-Europe!

VNT Management Oy

Dr. Torsten Wipiejewski, Partner
Dachauer Strasse 37, 80335 München
Tel: +49-89 54 55 83-11, Fax: -33
torsten@vntm.com, www.vntm.com

Wir helfen mit Kapital, Business Netzwerken, Expertise.
Nehmen Sie mit uns Kontakt auf!



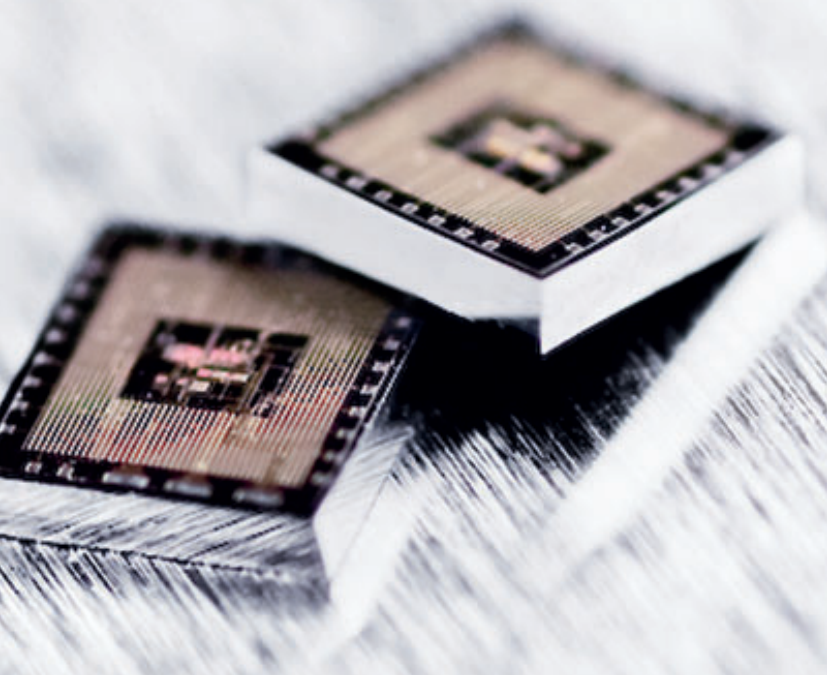
VNT MANAGEMENT

SUBSTANZ ENTSCHEIDET!

Skinplex® Sensortechnologie der Ident Technology AG.

Ident Technology AG – weltweit führend in gestengestützter Human-Machine-Interaction, drahtlose Schalt- und Sensorsysteme, berührungsloser Einklemmschutz, Datenübertragung über die Haut.

Ident Technology AG, ein Beteiligungsunternehmen der MIG Fonds.



Die Alfred Wieder AG ist Marktführer im Bereich Venture Capital für Privatanleger und vertreibt exklusiv die MIG Fonds. Diese investieren in innovative Wachstumsunternehmen und potentielle Marktführer von morgen aus den Bereichen Life-Science, Clean Tech, Biotechnologie sowie Hochtechnologie.

Beteiligungsunternehmen der MIG Fonds zeichnen sich durch deutliche Alleinstellungsmerkmale aus und haben das Potential in ihrer Branche internationaler Marktführer zu werden. Diese Vermögensanlagen stehen Privatanlegern ebenso offen wie institutionellen Investoren.

Die MIG Fonds:

- investieren in innovative Wachstumsunternehmen
- sind banken- und börsenunabhängig
- bieten überdurchschnittliche Renditechancen
- sind im Exklusivvertrieb der Alfred Wieder AG

MIG
F O N D S
WWW.MIG-FONDS.DE