

2010

Oktober 2010, 14,80 Euro

Private Equity • Buyouts • M&A

VentureCapital
Magazin

VentureCapital Magazin

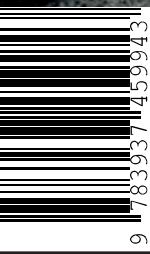
Das Magazin für Investoren und Entrepreneure

SONDERAUSGABE

Start-up 2011

6. Jahrgang

**Der Wegweiser
für Gründer**



powered by





»Sparkassen sind
beste Mittelstandsbank.«
(lt. Forsa-Umfrage in der impulse 08/2010)

Der perfekte Partner für Ihren Erfolg.

Das Sparkassen-Finanzkonzept.



Managen Sie Ihre Finanzen clever mit dem Sparkassen-Finanzkonzept. Als einer der größten Mittelstandsförderpartner bieten wir unseren Kunden kompetente und umfassende Beratung. Von Finanzierungslösungen über Risikomanagement bis hin zur Nachfolgeregelung: Wir finden für jedes Anliegen die maßgeschneiderte Lösung. Testen Sie uns jetzt! Mehr Infos bei Ihrem Sparkassenberater oder auf www.sparkasse.de. **Wenn's um Geld geht – Sparkasse.**

Editorial

Aus kleinen Teilen ein großes Ganzes

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

das Mosaik ist eine seit dem Altertum bekannte Technik: Muster oder Bilder entstehen, indem Teile verschiedener Form bzw. Farbe zusammengefügt werden. Ihre Blütezeit hatte diese Kunstform im antiken Griechenland und dem Römischen Reich. Im übertragenen Sinn ist diese Technik auch heute noch höchst lebendig, wie ein Blick auf das aktuelle Gründungsgeschehen zeigt.

Gerade beim Aspekt der Finanzierung – mit Banken, Business Angels und Venture Capital-Gesellschaften als wesentlichen Elementen – zeigt sich, wie unterschiedlich die Muster sein können. Banken seien erst in einer späteren Phase wichtig, meint beispielsweise Dr. Andreas Rückemann von Heliatek im Gründersentiment (S. 96–98). Gänzlich anderer Meinung dürfte das Team um Daniel Bunse sein – das benötigte Startkapital für Ruhrbotics stellte letztlich die Hausbank als Kredit zur Verfügung (siehe Fallstudie S. 56). Nacheinander und abhängig von der jeweiligen Situation habe sich sein Unternehmen bereits für alle drei Formen geöffnet und entschieden, bekannt Dr. Thomas Schubert von lolitec ebenfalls im Gründersentiment.

Daneben gibt es viele weitere und ziemlich bunte Kiesel, aus denen das Mosaik eines Start-ups entsteht. Einen starken Einfluss üben beispielsweise Businessplan-Wettbewerbe und Standortinitiativen aus, die lokal, regional oder bundesweit ausgerichtet sein können bzw. eine Bandbreite von thematisch eng fokussiert bis branchenoffen haben (siehe S. 30–33). Die öffentliche Hand fördert Existenzgründungen aus der Wissenschaft, reicht über den High-Tech Gründerfonds



Torsten Paßmann, Redaktionsleiter

als Kooperation mit der Industrie aber auch Eigenkapital aus (siehe S. 58–64). Externes Wissen können sich Gründer über Coachs, Rechtsanwälte und Corporate Finance-Berater ins Haus holen (siehe S. 76–85). Spannend ist auch der menschliche Aspekt im Gründungsgeschehen, der meist auf den Gründer oder das Gründerteam reduziert wird. Damit aus einer Idee ein Erfolg wird, braucht es zusätzlich motivierte feste oder freie Mitarbeiter (siehe S. 86–92). Diese vielen Mosaiksteine können unterschiedlich zusammengesetzt werden, und jedes Mal ergeben sich daraus andere, aber immer spannende Muster.

Ich wünsche Ihnen eine aufschlussreiche Lektüre und zahlreiche Anregungen, um selbst aus kleinen Teilen ein großes Ganzes zusammenzusetzen. ■

Ihr


torsten.passmann@vc-magazin.de

Gehen Sie nicht blind in Transaktionen!

Gewinnen Sie den Durchblick!

Kaufmann Lutz ist Ihr zuverlässiger Partner in allen Fragen der Unternehmensfinanzierung.

Wir möchten auch Ihr Vertrauen gewinnen. Lernen Sie uns kennen. Wir beraten Sie gerne!

Kaufmann Lutz Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Rechtsanwälte | Wirtschaftsprüfer | Steuerberater
Briener Str. 29 | Palais am Obelisk | 80333 München

Fon +49/(0)89 544 147 0
Fax +49/(0)89 544 147 99
Mail muenchen@kaufmannlutz.com



3 Editorial

Aus kleinen Teilen ein großes Ganzes

Gründerklima

8 Unternehmergeist wecken

Gründerland Deutschland bedarf mehr Anstrengungen
Ernst Burgbacher, Parlamentarischer Staatssekretär

10 Hauptstadt von Internet und Medien

Hohe Wachstumsdynamik in Zukunftsbereichen
Mischa Wetzel, IBB Beteiligungsgesellschaft

12 Hätten wir doch ...

Aktuelle Studie über häufige Fehler von Start-ups
Guido Happe, Manuela Megel, Steinbach Consulting

16 Die Schweiz als Innovationszentrum Europas?

Alle Voraussetzungen sind gegeben
Jean-Pierre Vuilleumier, CTI Invest

18 Frühphaseninvestments steigen leicht

Österreichischer Private Equity- und Venture Capital-Markt 2009
Dr. Jürgen Marchart, Austrian Private Equity and Venture Capital Organisation

20 Sentimentumfrage, Teil I

Gründung & Finanzierung aus Investoren- und Beratersicht

Know-how

22 Es gibt nur Einzelfälle

Bewertung von jungen Unternehmen
Julian Riedlbauer, Christoph Neuhaus, Corporate Finance Partners

8 Unternehmergeist wecken

Gründerland Deutschland bedarf mehr Anstrengungen
Ernst Burgbacher, Parlamentarischer Staatssekretär

Der wirtschaftliche Aufschwung bietet gute Perspektiven für Gründer. Existenzgründungen stoßen Innovationen an und sorgen für Dynamik. Junge und innovative Unternehmen haben eine Schlüsselrolle in unserer Volkswirtschaft. Damit es uns in Deutschland auch in Zukunft gut geht, brauchen wir mehr Gründer mit viel Mut, Zielstrebigkeit und dem Willen zum Erfolg.

44 „Die höchsten Kosten entstehen durch das Sammeln von Erfahrungen“

Panel-Diskussion mit Peter Jungen, Dr. Cornelius Boersch, Christophe Maire, Jean-Pierre Vuilleumier

Wie sollen erfahrene Business Angels mit „Virgin Angels“ umgehen? Wie wird der Wert von Start-ups berechnet? Treten Engel in Heerscharen auf? Diese und mehr Fragen stellten sich Ende August vier Business Angels auf dem „2. Investor's Summit“ des Mountain Club in Ermatingen am Bodensee.

24 „Auch Nischen sind interessant“

Interview mit Dr. Peter Wolff, Geschäftsführer, EnjoyVenture Management GmbH

26 Von Erfinderrechten und Erfinderpflichten

Sichere Patentanmeldungen sind lebensnotwendig
Dr. Robert Harrison, 24IP Law Group

28 Rechtssichere Kundendatenbank

Zu den (neuen) Anforderungen durch Datenschutz
Dr. Kai Westerwelle, Taylor Wessing

36 Case Study

Durch Wettbewerbe zum Erfolg

Particular GmbH: Nanopartikel mit hoher Reinheit

38 Case Study

Antikörper leuchten den Weg zum Geschäftserfolg

Chromotek GmbH entwickelt begehrte Chromobodies

40 Case Study

Sieg mit einem Energiewandler

Maschinenwerk Misselhorn produziert Strom aus Wärme

Initiativen

30 Antriebsfedern und Impulsgeber

Gründer profitieren von Initiativen und Businessplan-Wettbewerben

34 Nachhaltige Unterstützung im Gesamtpaket

Was umfassende Gründungsinitiativen als Geburtshelfer für Start-ups leisten
Gary Gelsing, Startbahn Gründerwettbewerbe.Med

Business Angels

42 Engel fliegen auf Dotcoms

Der Business Angels-Markt ist in Bewegung

44 „Die höchsten Kosten entstehen durch das Sammeln von Erfahrungen“

Panel-Diskussion mit Peter Jungen, Dr. Cornelius Boersch, Christophe Maire, Jean-Pierre Vuilleumier



68 Branche mit Nachholbedarf

Venture Capital in Deutschland am Scheideweg
Dörte Höppner, BVK

Deutschland gilt als weltweit führender Technologie- und Innovationsstandort. Doch gerade bei der Finanzierung junger Technologieunternehmen besteht deutlicher Nachholbedarf. Die Nachfrage nach Venture Capital vonseiten der Unternehmen übersteigt das Angebot privater Venture Capital-Gesellschaften bei Weitem.

76 Beraten oder Beschwatzen?

Gute Berater wecken den Unternehmer im Gründer Dr. Michael Lübbehusen, eCapital

Ist Gründungsberatung notwendig oder ist sie teures Geschwätz? Diese Frage stellen sich viele Unternehmensgründer gerade in der Anfangsphase. Coachs können wertvolle Hilfestellungen bei der Geschäftsplanung, auf der Suche nach Kapital oder bei Personalthemen bieten. Vertrauen sollten Gründer jedoch nur seriösen Beratern.



High technology...
....strong in IP...
...from German universities
and research centers...
...to global markets...

46 Rettung vor dem Scheitern

Business Angels helfen auch in schwierigen Zeiten
Dr. Ute Günther, Dr. Roland Kirchhof, Business Angels Netzwerk Deutschland

48 „Schlüssiges Geschäftskonzept, passendes Team“

Interview mit Prof. Peter Kabel, Business Angel

Banken

50 Mit Sicherheiten zum Erfolg

Bürgschaftsbanken fördern Gründungsvorhaben

52 „Wir sind Kunden, die es zu überzeugen gilt“

Interview mit Sabrina Vette, KompetenzCenter Existenzgründung der Sparkasse Bochum

54 Mehr als Fremd- oder Eigenkapital

Was können Förderbanken für Gründer tun?
Dr. Peter Güllmann, NRW.Bank

56 Case Study

Startgeld auch ohne Förderbank

Ruhrbotics: Dienstleister für das produzierende Gewerbe

Öffentliche Hand

58 Innovations-Nachschub für die Wirtschaft

Kooperationen zwischen Start-ups und Industrie
Dr. Michael Brandkamp, High-Tech Gründerfonds

60 Strukturen für ein „Gründerland Deutschland“

Exist fördert Gründungen aus der Wissenschaft

62 Case Study

Die Kommunikation von Viren stören

Riboxx zielt auf Kostensenkung für Medikamente

64 Case Study

Wachstum im Netz und auf der Kapitalseite

Commercetools: Anbieter von Onlineshops

...nothing else.

www.triangle-venture.com

Venture Capital

- 66 Online und IT stehen an der Spitze**
Early Stage-Investoren haben klare Präferenzen
- 68 Branche mit Nachholbedarf**
Venture Capital in Deutschland am Scheideweg
Dörte Höppner, Bundesverband Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften
- 70 Innovationen + Gründer = Wachstum?**
Die Venture Capital-Formel muss erheblich erweitert werden
Dr. Bernd Geiger, Triangle Venture Capital Group Management
- 72 Case Study**
Neue Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge
Ubitricity wächst mit Venture Capital
- 74 Case Study**
Alle Teile der Verkaufskette
Vertical Network Media vermarktet Themenportale

Berater

- 76 Beraten oder Beschwätzen?**
Gute Berater wecken den Unternehmer im Gründer Dr. Michael Lübbehusen, eCapital entrepreneurial Partners
- 78 Sie kosten Zeit, Geld und Nerven**
Typische Fehler im Unternehmensalltag André Doll, Unternehmensberater

- 80 Case Study**
Die Energiebeschaffer Enexion: Ratgeber in einem liberalisierten Markt

- 82 Zwei Jahre MoMiG**
Vorteile durch haftungsbeschränkte Unternehmengesellschaft
Dr. Benjamin Monheim, Osborne Clarke
- 84 Case Study**
Erst ein Berater, dann zwei Investoren Sunhill Technologies: Kapitalsuche mit Unterstützung

Personal

- 86 Zwischen Schreibtisch und Kicker**
Wie sich die Firmenkultur in Start-ups verändert hat Bernhard Schmid, XAnge

- 88 Kompetenz und Kommunikation**
Das Managementteam bestimmt den Erfolg eines VC-Investments Jürgen Leschke, Aurelia Private Equity

- 89 Standpunkt Interimsmanager**
Wann hat ein Interimsmanager seine Arbeit erledigt?
Stefan Rupp, Geschäftsführer, Rupp Consult

- 90 „Häufig wechseln die Leute von ähnlich großen Firmen“**
Interview mit Florian Schreckenbach, Geschäftsführer der Talential GmbH

- 92 Case Study**
Das Übersetzer-Netz Tolingo: Mitarbeiter auf der ganzen Welt

Standpunkte

- 94 Flexibilität durch freie Mitarbeiter**
Mit Honorarkräften Stressphasen bewältigen Thimo Buchheister, Jens Steiner, All about Ashley
- 95 Kontakte als Ressource erkennen**
Erfolgreiche Unternehmen wissen Netzwerke zu nutzen Christoph Teubert, René Kühn, Contilla
- 96 Sentimentumfrage, Teil II**
Gründung & Finanzierung aus Unternehmersicht
- 106 Alle für ein Ziel**
Eine Gründerkultur muss gemeinsam getragen werden Jens-Uwe Sauer, Seedmatch

Service

- 100 Events**
- 101 Literatur**
- 102 Sponsoren der Sonderausgabe im Portrait**

- 104 Inserentenverzeichnis/ Impressum**



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

Unternehmergeist wecken

Gründerland Deutschland bedarf mehr Anstrengungen



Der wirtschaftliche Aufschwung bietet gute Perspektiven für Gründerinnen und Gründer. Existenzgründungen stoßen Innovationen an und sorgen für Dynamik. Junge und innovative Unternehmen haben eine Schlüsselrolle in unserer Volkswirtschaft: Denn Gründungen beschleunigen den Transfer von technologischem Wissen und Know-how. Damit es uns in Deutschland auch in Zukunft gut geht, brauchen wir mehr Gründerinnen und Gründer mit viel Mut, Zielstrebigkeit und dem Willen zum Erfolg.

Mehr Gründer ...

Das ist positiv: Seit 2009 können wir einen Anstieg der Existenzgründungen in Deutschland beobachten. So bedeuten rund 413.000 neue Unternehmen im vergangenen Jahr eine Zunahme um 3,3%, wie das Institut für Mittelstandsforchung Bonn (IfM) ermittelte. Erfreulicherweise setzte sich dieser Trend auch 2010 fort – in den ersten sechs Monaten stiegen die Neugründungen gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahrs um 4% auf gut 216.000. Über diese positive Momentaufnahme freue ich mich. Sie reicht aber nicht aus, dass wir uns ausruhen können und uns damit zufriedengeben. Denn im internationalen Vergleich ist die Gründungsbereitschaft in Deutschland eher schwach ausgeprägt. Nach dem Global Entrepreneurship Monitor, einer internationalen Analyse des Gründungsgeschehens, belegt Deutschland in der Vergleichsgruppe der innovativen Länder mit einer Gründerquote von 4,1% nur Rang 15 von 20. Zu wenige Menschen mit guten Ideen trauen sich, eine Firma zu gründen, zu viele plagt auch die Angst vor dem Scheitern. Insbesondere ist in Deutschland der Anteil von Gründerinnen und Gründern hoch, die zuvor arbeitslos waren und aus Mangel an Alternativen den Schritt in die Selbstständigkeit wagen. Aus arbeitsmarktpolitischer Sicht ist dies

durchaus erwünscht und effizient. Insgesamt erhielten 2009 knapp 157.000 gründungsbereite Erwerbslose eine Zusage für einen Gründungszuschuss oder Einstiegsgeld von der Bundesagentur für Arbeit.

... aber zu wenig Hightech und Frauen

Dagegen gibt es bei den Gründungsaktivitäten im Hightech-Bereich deutlichen Nachholbedarf. Nach Erkenntnissen des Zentrums für Wirtschaftsforschung Mannheim (ZEW) liegen die Hightech-Gründungen trotz des Anstiegs um 3,1% auf zuletzt 14.000 im langjährigen Vergleich auf einem niedrigen Niveau. Gerade innovative Gründungen haben für Wachstum und Beschäftigung in unserem Land eine besondere Bedeutung. Hightech-Gründer beschäftigen nach Untersuchungen des ZEW im Durchschnitt doppelt so viele Mitarbeiter wie Gründer in anderen Bereichen. Gründerinnen sind weiterhin unterrepräsentiert. Der Anteil von Frauengründungen an allen neuen Unternehmen beträgt nur rund ein Drittel. Fazit: Es besteht in Deutschland noch viel Potenzial für eine höhere und nachhaltige Gründungsdynamik. Damit wir dies erreichen, bedarf es zusätzlicher Anstrengungen.

Zusätzliche Impulse

Mit der Initiative „Gründerland Deutschland“ wollen wir dem Gründungsgeschehen zusätzliche Impulse geben. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) hat im Januar dieses Jahres gemeinsam mit der Wirtschaft ein Maßnahmenpaket gestartet, das Unternehmergeist und die Lust auf Selbstständigkeit fördert. Wir brauchen eine neue Aufbruchstimmung, die das Interesse am eigenen Unternehmen weckt. Ein Höhepunkt wird die „Gründerwoche Deutschland“ vom 15. bis 21. November 2010 sein, in der wir mit Hunderten von spannenden

Veranstaltungen und Events vor allem junge Menschen für unternehmerisches Denken und Handeln begeistern wollen. Über 350 Partner in ganz Deutschland unterstützen die Aktionswoche und bringen sich mit ihren Maßnahmen und Konzepten ein. In Kooperation mit der Global Entrepreneurship Week wird die Gründerwoche das Thema deutschland- und weltweit in das Licht der Öffentlichkeit rücken.

Umdenken in der Gesellschaft

Politik, Wirtschaft und Gesellschaft müssen den Menschen mehr Mut machen, ein Unternehmen zu gründen, und die Angst vor einem Scheitern mildern. Wir brauchen eine Kultur der „zweiten Chance“. Die Realität zeigt, nicht alle Gründerinnen und Gründer werden dauerhaft Erfolg haben. Selbstständigkeit ist auch mit Risiken verbunden. Aber es gilt, die Folgen des Scheiterns zu minimieren. Dazu werden wir Anpassungen im Insolvenzrecht vornehmen, damit ein Neustart schneller und leichter möglich wird. Aber auch die Gesellschaft kann einen wichtigen Beitrag leisten, indem sie diese mutigen Gründer mit neuem Vertrauen als Kunde oder Geschäftspartner unterstützt, um das weit verbreitete „Bankrott“- und „Pleite“-Image zu überwinden.

Eingang in der Bildung

Gründergeist und Unternehmertum fängt in den Familien und bei der Bildung an. Bereits im Kindesalter werden Werte wie Ausdauer und Leistungsbereitschaft vermittelt, die für das weitere Leben prägend sind. Wirtschaftliche Themen müssen daher frühzeitig einen stärkeren Eingang im schulischen und studentischen Alltag finden. Das Interesse von Schülern, Lehrern und Professoren an Gründungsprojekten ist hoch. An unserem neuen Wettbewerb „Exist-Gründungskultur – Die Gründerhochschule“ beteiligten sich über 80 Hochschulen. Die 24 besten Konzepte sind für die zweite Förderrunde ausgewählt worden. Sie entwickeln jetzt eine ganzheitliche Gründungsstrategie für ihre Hochschule. Darüber hinaus geben wir mit dem „Exist-Gründerstipendium“ und „Exist-Forschungstransfer“ jedes Jahr den Anstoß für rund 230 Gründungen, bei denen wissenschaftliche Innovationen die Basis für neue Produkte und kundenorientierte Dienstleistungen geben. Als Vorsitzender des Initiativkreises „Unternehmergeist in die Schulen“ freue ich mich besonders über die vielen Schülerfirmen mit ihren interessanten Geschäftsideen und großem Engagement, die jedes Jahr neu an den Start gehen. In den Projekten lernen die Schülerinnen und Schüler bereits heute, eigene Ideen kreativ umzusetzen und ein Unternehmen zu führen. Das BMWi baut die Maßnahmen aus und finanziert zusätzliche Gründungsprojekte sowie spezielles Unterrichtsmaterial.

Gründer brauchen Kapital

Die beste Gründungsidee nützt jedoch wenig, wenn die erforderlichen Finanzmittel zur Umsetzung fehlen. Das KfW-StartGeld ermöglicht Gründungsfinanzierungen bis zu 50.000 EUR Fremdkapitalbedarf, der Mikrokreditfonds stellt Mittel für Kleingründungen schnell zur Verfügung. Innovative Gründer brauchen vor allem einen besseren Zugang zu Wagniskapital. Wir streben für den High-Tech Gründerfonds im Sommer 2011 einen Anschlussfonds an – erneut mit Beteiligung führender Technologieunternehmen und einem Volumen von deutlich über 200 Mio. EUR. Auch prüfen wir eine Garantiefazilität für institutionelle Anleger in Venture Capital-Fonds, die schwerpunktmäßig in junge deutsche Unternehmen investieren. Darüber hinaus gilt es, mehr Business Angels zu ermutigen, mit Kapital und unternehmerischem Know-how innovative Gründer zu unterstützen.

Service und Beratung ausbauen

Das BMWi stellt allen Gründungsinteressierten umfassende Informationen und Beratungsleistungen zur Verfügung. Insbesondere das Internetportal www.existenzgruender.de bietet ein breites Spektrum mit Tipps, Lernprogrammen und Ansprechpartnern, mit dem sich Gründungsinteressierte schnell und kostenlos einen Überblick verschaffen können. Wir wollen auch dazu beitragen und uns noch stärker dafür einsetzen, die vielen Förder- und Serviceangebote transparenter und effizienter zu gestalten. Bereits über 200 One-Stop-Shops bieten übergreifende Gründungsinformationen und -dienstleistungen an. Diese Einrichtungen gilt es auszubauen, denn Service und Beratung aus einer Hand erleichtern den Durchblick und beschleunigen den Gründungsprozess. ■

Zum Autor



Ernst Burgbacher ist Parlamentarischer Staatssekretär und Beauftragter der Bundesregierung für Mittelstand und Tourismus.

Hauptstadt von Internet und Medien

Hohe Wachstumsdynamik in Zukunftsbranchen

Die Wahl des Unternehmensstandortes ist für junge Start-ups mehr als eine Frage der persönlichen Lebensqualität der Gründer – das Umfeld hat ebenfalls einen wesentlichen Einfluss auf die Erfolgsaussichten einer Unternehmensgründung. So ist es kein Zufall, dass es Gründer und Investoren in den USA überwiegend in das Silicon Valley zieht: Allseits wird das „Entrepreneurial Ecosystem“ beschworen, das den idealen Nährboden für schnell wachsende Start-ups im Hightech-Sektor bildet. Hierzulande hat sich Berlin zu einem Standort mit besonderer Anziehungskraft entwickelt.

Über dem Durchschnitt

In Europa zog stets London die Aufmerksamkeit der Venture Capitalisten und Unternehmer auf sich. Doch in der jüngeren Vergangenheit rückt Berlin als Internet- und Medien-Hotspot immer stärker ins Blickfeld und zieht Talente sowie Investorengelder aus dem In- und Ausland an. Eine kürzlich veröffentlichte Studie der Investitionsbank Berlin vergleicht das Wirtschaftswachstum einzelner Technologiefelder in den Metropolen Frankfurt, München, Köln, Hamburg und Berlin. In den Branchen Medizintechnik, Biotechnologie, Informations- und Kommunikationstechnologie/Medien, Verkehrssystemtechnik, optische Technologien und Energietechnik betrug das durchschnittliche jährliche Umsatzwachstum zwischen 2002 und 2008 für Berlin 8,8% gegenüber dem Städtedurchschnitt von 1,2%. Ein besonderer Schwerpunkt ist die Medienbranche: Hier lag das durchschnittliche Umsatzwachstum bei 11,6%, auf dem zweiten Platz rangiert Köln mit 3,1% Wachstum. Die besondere Anziehungskraft Berlins insbesondere für Internet- und Medien-Start-ups machen einige wesentliche Faktoren aus.

Formelle und informelle Netzwerke

Gründer in Berlin schätzen die vielfältigen Möglichkeiten zum Austausch und zur Kooperation. Dazu tragen einerseits die organisierten formellen Netzwerke wie das „media.net berlinbrandenburg“ sowie Netzwerkveranstaltungen wie der „OpenCoffee Club“ und „Echtzeit Berlin“ bei. Ebenso haben sich vielfältige informelle Netzwerke gebildet – branchenspezifisch oder auch lokal in den Gewerbehöfen der Innenstadtbezirke. Junge Unternehmen profitieren auch von konkreter Hilfestellung in den ersten Jahren nach der Gründung. Das von myToys-Gründer Oliver Beste ins Leben gerufene und von media.net organisierte Mentoring-Programm „catapult“ bietet Start-ups nicht nur systematisierten Erfahrungsaustausch zwischen Teilnehmern und Alumni, sondern auch Zugang zu Geschäftsführern erfolgreicher Unternehmen.

Großer internationaler Talentspool

Berlin ist für junge Talente aufgrund seines lebendigen kulturellen Umfelds und der vergleichsweise geringen Lebenshaltungskosten ein attraktiver Ort zum Leben. Zudem sorgen die 31 Universitäten und Hochschulen der Stadt für steten Zustrom von gut ausgebildeten Berufseinstiegern. Das Gehaltsniveau liegt dabei noch deutlich unterhalb von etablierten Hightech-Standorten wie München, London oder dem Silicon Valley und ermöglicht Bootstrapping-Gründungen mit überschaubaren Kostenstrukturen. Die Anziehungskraft wirkt dabei auch international: Die Gründer hinter dem Musikservice Aupeo ersannen ihre Unternehmensidee auf einer Dachterrasse in New York und wählten Berlin als Standort. Das Start-up Soundcloud

**Die Sonderausgabe
„Start-up 2011“
entstand mit freundlicher
Unterstützung von:**



wurde von zwei Schweden initiiert, die für die Gründung von Stockholm in die deutsche Hauptstadt zogen. Und auch das Anheuern von Muttersprachlern für die Internationalisierung ist vergleichsweise einfach. Mike Butcher, Autor des führenden Technologie-Blogs TechCrunch stellte kürzlich zutreffend fest: „Berlin right now has, in general, the most internationally-focused start-ups.“

Zugang zu Kapital

Berlin ist heute – zehn Jahre nach der New Economy-Blase – Heimat nur weniger institutioneller Venture Capital-Investoren. Doch die Besuchsfrequenz der Kapitalgeber aus München, Hamburg, London oder Paris steigt. Viele der aktiven europäischen Fonds haben heute mindestens ein Berliner Start-up im Portfolio, und auch renommierte US-Gesellschaften wie Benchmark oder Accel haben erste Investments getätigt. Mindestens ebenso wichtig wie die Versorgung mit institutionellem Venture Capital ist die Vielzahl an Business Angels, die mit Finanzierungen im fünf- bis niedrigen sechsstelligen Euro-Bereich zum Gründungsgeschehen beitragen. Das Spektrum der sehr heterogenen Gruppe der Angel-Investoren reicht dabei von Privatiers, die eher bauchgetrieben investieren, bis hin zu „Super Angels“ mit professionellen Strukturen und Inkubator-Modellen.

Ideal: Effekte auch auf andere Regionen

In den USA entfällt über die Hälfte der insgesamt getätigten Venture Capital-Investments auf Unternehmen in Kalifornien – die San Francisco Bay Area ist der unangefochtene Motor und „place to be“ der Tech-Entrepreneure. Die positiven Effekte strahlen hingegen weit über den Bundesstaat hinaus und tragen gesamtwirtschaftlich zur amerikanischen Innovationskraft bei. Es ist zu wünschen, dass sich die Entwicklung Berlins hin zu einem Hotspot für die Internet- und Medienbranche fortsetzt und damit – nach dem Vorbild des Silicon Valley – zur Belebung der Gründerkultur und der Ausbildung günstiger Rahmenbedingungen für schnell wachsende, innovative Unternehmen in Deutschland beiträgt. ■

Zum Autor



Mischa Wetzel ist Investmentmanager bei der IBB Beteiligungsgesellschaft mbH, wo er das Team Kreativwirtschaft leitet. Seine Schwerpunkte liegen in den Bereichen Musik/Entertainment, Games sowie Consumer Internet/Mobile.

Hätten wir doch ...

Aktuelle Studie über häufige Fehler von Start-ups

Hinter Start-ups stecken Pioniergeist, der Glaube an eine revolutionäre Idee, viel Arbeit und das Ziel, einen Traum zu verwirklichen – aber auch nackte Zahlen, schlaflose Nächte, Finanzierungssorgen und der Zweifel am Erfolg. Eine aktuelle Befragung vom High-Tech Gründerfonds und Steinbach Consulting unter 150 Start-ups, Investoren und leitenden Mitarbeitern offenbart die Motive von Existenzgründern, die Erwartungen der Investoren und beleuchtet häufige Probleme im Unternehmensalltag. Aus den Ergebnissen der Studie „Entscheidung vor Erfahrung“ können angehende Gründer einiges lernen.

Ein Wert verbindet – aber nur befristet

Unabhängigkeit, Herr des eigenen Erfolges sein, eigene Ideen wachsen sehen – das waren für die Mehrheit der Gründer die Triebkräfte, die Selbstständigkeit zu wagen. Die größten Schwierigkeiten hatten die Jungunternehmer, die für die Studie „Entscheidung vor Erfahrung“ befragt wurden, mit der Finanzierung und Kapitalbeschaffung, gefolgt von bürokratischen Hindernissen und dem Problem, Mitarbeiter zu finden, die motiviert und qualifiziert sind und ins Team passen. Die Mitarbeiter, die ebenfalls an der Umfrage teilgenommen haben, arbeiten aus ähnlichen Gründen bei Start-ups: Der Reiz einer spannenden Geschäftsidee, das Streben nach größerer hierarchischer Unabhängigkeit und der Wunsch nach Selbstverwirklichung wurden am häufigsten als ausschlaggebend dafür genannt, sich einem jungen Unternehmen auf der Geschäftsführungs- bzw. Vorstandsebene anzuschließen. Der finanzielle Aspekt spielt der Studie zufolge keine entscheidende Rolle. Doch die Zufriedenheit der leitenden angestellten Mitarbeiter ist laut Studie gering. Die Mitarbeiter, die primär als Geschäftsführer für Vertrieb, Marketing und kaufmännische Prozesse eingestellt wurden, bleiben durchschnittlich nur 2,6 Jahre im Unternehmen. Offenbar wird der Wert der Unabhängigkeit überschätzt. Die Befragten wollen sich eher als Unternehmer und weniger als angestellter Geschäftsführer sehen.



Zwischen Gründern und Investoren können die Vorstellungen von einer Zusammenarbeit auseinandergehen, hat die Studie von Steinbach Consulting ergeben. Während sich die einen mehr Unterstützung wünschen, beklagen die anderen u.a. fehlende Marktorientierung.

Leitende Mitarbeiter oft unzufrieden

Im Nachhinein würde fast die Hälfte von ihnen bei einem Eintritt in ein Start-up das Produkt und die Marktchancen stärker durchleuchten. Mitarbeiter erkennen häufig, wie wichtig es ist, sich vor Vertragsabschluss intensiv mit dem Unternehmen zu befassen. Eine starke Diskrepanz gab es auch zwischen den Erwartungen an ihr neues Arbeitsfeld und der Realität in den ersten Monaten: In 82% der Fälle stimmten sie nicht überein. Zwei Drittel der Befragten gaben an, die gewohnte Organisationsstruktur habe gefehlt, ein Drittel vermisste den Austausch auf Augenhöhe. Offensichtlich fällt es Gründern schwer, Verantwortung an Mitarbeiter in Schlüsselfunktionen abzugeben. Sie wurden vielfach als „unkooperativ“ beschrieben und wollten nur „ihr Ding durchziehen“.

Rendite nicht im Vordergrund

Die Studie fragte zudem Investoren danach, aus welchen Gründen sie ihr Geld in junge Unternehmen investieren. Das bemerkenswerte Ergebnis: Der finanzielle Profit ist nicht der ausschließliche Grund für eine Investition. Im Mittelpunkt stehen vielmehr die Begeisterung an der Vermarktung von Technologien und Innovationen mit Zukunftspotenzial sowie die Aussicht, die Entwicklung der nächsten Generation von führenden Unternehmen zu begleiten. Für Gründer ist dieses Ergebnis interessant: Ihre Präsentationen bei Investoren sollten nicht ausschließlich auf die monetären Chancen ausgerichtet sein, vielmehr haben sie die Chance, über technologische Be-

geisterung Feuer bei den Kapitalgebern zu entfachen. Oberste Priorität bei der Entscheidung für oder gegen eine Investition hat laut Umfrage die Besetzung des Managements und des Führungsteams, gefolgt von der Technologie und deren Marktpotenzial.

Unterschiedliche Erwartungen

Die Vorstellungen von einer Zusammenarbeit gehen bei den befragten Studienteilnehmern auseinander: Viele der befragten Gründer gaben an, sie hätten sich von ihren Investoren und Beratern mehr Unterstützung und einen intensiveren Austausch gewünscht. Eine transparente Kommunikation mit den Investoren sei ein Erfolgsfaktor. ▶

Anzeige



SONNENBERG FORTMANN	24IP LAW GROUP FRANCE SARL	24IP LAW GROUP USA PLLC
MUNICH BERLIN BIELEFELD LONDON	PARIS	ALEXANDRIA, VIRGINIA ANNAPOLIS, MARYLAND

24IP Law Group Ihr Partner für eine serviceorientierte Beratung:

- **Intellectual Property: Strategien Implementierungen**
- **Ausarbeitung, Anmeldung und Durchsetzung von:**
 - Patenten,
 - Marken,
 - Internet Domains,
 - Gebrauchsmustern,
 - Geschmacksmustern,
 - Urheberrecht
- **Wettbewerbsrecht, Sponsoringrecht, Produktpiraterie,**
- **Lizenzierung, Bewertung und Verwertung.**

24IP Law Group Sonnenberg Fortmann
Patent- & Rechtsanwälte
European Trademark Attorneys

Herzogspitalstr. 10a 80331 München	Tel. (089) 23 23 00 Fax. (089) 23 23 02 30	Email info@24ip.com Web www.24ip.com
Reinhardtstraße 44 10117 Berlin	Tel. (030) 200 54 00 0 Fax. (030) 200 54 00 99	Email info@24ip.com Web www.24ip.com
Klosterplatz 6 33602 Bielefeld	Tel. (0521) 96 74 30 Fax. (0521) 96 74 31 0	Email info@24ip.com Web www.24ip.com

Die Finanziers diagnostizierten bei den Gründern fast unisono eine deutliche Fehleinschätzung bezüglich der Machbarkeit ihres Vorhabens und des Markteintritts. Es fehle an Erfahrung im Vertrieb und an Marktorientierung, so die befragten Investoren. Sie raten Gründern schon in den ersten 100 Tagen, den Fokus auf ihre Produkte und den Kunden zu legen und nicht auf die Organisation.

Was hätte besser laufen können?

Rückblickend würden zwei Drittel der befragten Unternehmer heute von Beginn an die Kompetenzen im Team exakt regeln und den Schwerpunkt darauf legen, schnell ein professionelles Team mit fachlich versierten, unternehmerisch denkenden Köpfen aufzubauen. Jungen Gründerkollegen raten sie in der Studie, so lange wie möglich mit eigenem Geld auszukommen. Es gelte, sein Geschäftsmodell frühzeitig am Markt unter Beweis zu stellen und ein organisches Wachstum zu ermöglichen. Bei Engpässen sollten Gründer erst Eigenkapital aufnehmen. Somit sei gewährleistet, dass man seinen Investor in Ruhe aussuchen könne und damit Fehlentscheidungen vermeide.

Beirat erwünscht

Für einen erfolgreichen Start wäre in vielen Fällen die Etablierung eines (fachlichen) Beirats hilfreich und teils erforderlich gewesen. Laut Studie versprechen sich Investoren wie Gründer hiervon gleichermaßen Kontakte, branchenspezifisches Know-how und strategische Beratung mit Weitblick. Denn: Defizite rechtzeitig zu erkennen und zu beheben, eine neutrale Außensicht sowie fachliche Unterstützung durch vorhandene Netzwerke seien laut Studienteilnehmer in der Startphase unerlässlich. Potenzielle Investoren, aber auch erfahrene Geschäftsführungs-kandidaten aus der Industrie müssten von Anfang an das Gründerteam stärker hinterfragen und mit bewusst ausgewählten Mitarbeitern aufstellen sowie ggf. Beiräte oder branchenerfahrene Berater an Bord holen, so das Fazit der Umfrage. Allerdings sind Beiräte derzeit noch nicht weit verbreitet. In maximal 50% der Fälle existieren solche Gremien, sie setzen sich jedoch aus der Gesellschafterrunde zusammen. Die befragten Gründer beurteilten dies kritisch und erachteten solche Beiräte als wenig hilfreich. Des Weiteren kommt es laut Studie darauf an, erfahrene Managerpersönlichkeiten einzustellen, die viel

fordern, aber aufgrund ihrer Seniorität und Expertise den Unternehmenserfolg nachhaltig unterstützen können.

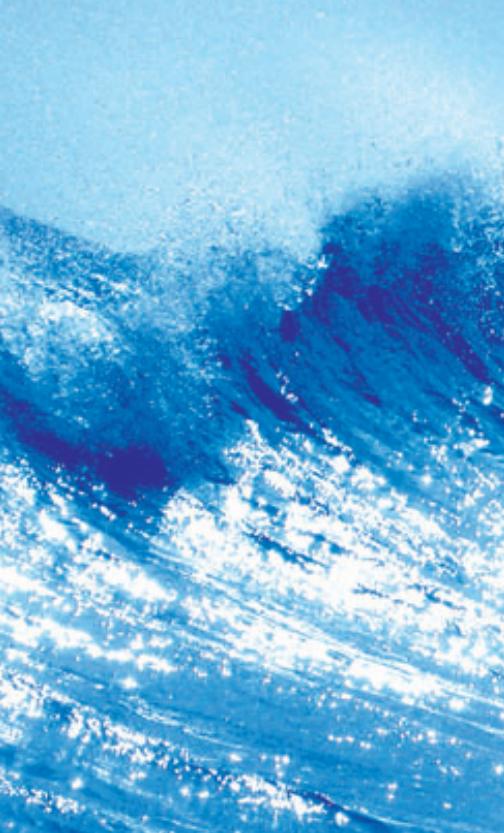
Fazit:

Aus der Studie „Entscheidung vor Erfahrung“ ergeben sich einige essenzielle Ratschläge für Unternehmensgründer und Investoren: Gründer müssen lernen, Kompetenzen zu teilen und abzugeben. Wichtig ist auch, Märkte realistischer einzuschätzen. Aber auch die Investoren müssen ihre Erwartungen an die Unternehmen realistischer einzuschätzen. Ihre Beurteilung scheint oft nicht die Fähigkeiten der Gründerteams widerzuspiegeln. Nötig ist außerdem ein klares Kompetenzmanagement. Für den Abgleich von Chancen und Risiken ist die klare Definition und strukturelle Zuordnung von Kompetenzen und Rollenprofilen ein wichtiger Stellhebel. Auch das Erwartungsmanagement sollte verbessert werden. Hier kommt es darauf an, vor der etwaigen Zusammenarbeit gegenseitige Erwartungen zu spiegeln und den in der Anfangsphase meist struktur- und prozesslosen Realitäten anzupassen. ■

Zu den Autoren



Guido Happe ist Vorstandsvorsitzender der Steinbach Consulting AG, **Manuela Megel** Projektmanagerin. Gemeinsam haben sie die Start-up-Studie in Zusammenarbeit mit dem High-Tech Gründerfonds erstellt. Im Rahmen der Studie wurden 68 Unternehmensgründer, 50 Investoren und 32 Mitarbeiter auf Geschäftsführungs-ebene zu ihren Erfahrungen mit Start-ups befragt.



Creative Resources for Power Conversion Solutions

Finnlands erster Venture Capital-Spezialist für Cleantech-Investments. Unsere Schwerpunkte bereits seit 2003: erneuerbare Energien, dezentrale Stromversorgungen, Energie-Effizienz, Cleantech.

VNT Management Oy

Dr. Torsten Wipiejewski, Partner
Dachauer Strasse 37, 80335 München
Tel: +49-89 54 55 83-11, Fax: -33
torsten@vntm.com

Mehr Informationen: www.vntm.com

Wir helfen mit Kapital, Business Netzwerken, Expertise.
Nehmen Sie mit uns Kontakt auf!



VNT MANAGEMENT

Die Schweiz als Innovationszentrum Europas?

Alle Voraussetzungen sind gegeben

In Sachen Start-ups hat die Schweiz in den letzten Jahren viel erreicht: Sie verfügt über Support für Gründer und Kapital, hat ein hohes Ausbildungsniveau und zieht ausländische Fachkräfte an. Doch mangelt es an der Unternehmertumskultur und ausreichender politischer Unterstützung. Nicht zuletzt deshalb läuft die Schweiz Gefahr, die guten Voraussetzungen aufs Spiel zu setzen.



Deutsche, aber für alle Fachleute aus fernen Drittstaaten sind die Grenzen kaum durchlässig.

Positiv: Viel Support für Jungunternehmer

Die Unterstützungsmöglichkeiten für angehende Jungunternehmer sind in der Schweiz aber vorbildlich. Neben Geld für angewandte Forschung (CTI Projekt) gibt es Kurse in Entrepreneurship

Kein Verständnis für Unternehmertum

Am Anfang aller Innovation und allen Unternehmertums steht die Ausbildung. Die Schweiz hat ein sehr solides Niveau und mit der Eidgenössischen Technischen Hochschule Zürich (ETH) und der École Polytechnique Fédérale de Lausanne (EPFL) sicher auch zwei der Topschulen in Europa. Doch dies reicht höchstens, um bei den Patentanmeldungen die Nummer 1 oder 2 zu sein. Was fehlt, ist das Verständnis für Unternehmertum. Die Schweiz hat keine Unternehmertumskultur. Das ist unter anderem in der schulischen Basisausbildung begründet. Während der gesamten Schulzeit, einschließlich der Matura, lernt die Schweizer Jugend bis heute kaum etwas über Wirtschaft – das monatliche Taschengeld ist der einzige Bezug. Zu wenige junge Menschen wollen sich daher selbstständig machen, obwohl die Aussicht, sein eigener Herr zu sein, viel mehr Reiz bieten könnte, als in einem Großunternehmen, einer Bank oder einer Versicherung zu arbeiten. Doch die Schweiz wurde groß mit Unternehmern wie beispielsweise Nestlé, BBC, Sulzer, Logitech und Sonova.

Wenige ausländische Experten

Der nächste Punkt ist der hier stattfindende Braindrain. Hat eine Firma mit einem Doktoranden aus China, Indien, den USA oder einem anderen Nicht-EU-Land zu tun und möchte diesen übernehmen, ist das sehr schwierig. Wir bilden diese absoluten Fachspezialisten hier fertig aus, inklusive Promotion, und danach werden sie wieder nach Hause geschickt. Die immer wieder gepriesene neue Personenfreizügigkeit bringt sicher viele talentierte

(Venturelab) und auch Coaching (CTI Start-up). All diese Initiativen werden in der gesamten Schweiz von der Agentur für Innovation KTI angeboten und greifen auch sehr gut ineinander, da das schweizerische Ökosystem in den letzten fünf bis zehn Jahren stark zusammengewachsen ist.

Business Angels als Retter

In einer Studie eines bekannten schweizerischen Think Tanks, der übrigens auch vorschlägt, der EU beizutreten, wird die Schlussfolgerung gezogen, dass in der Schweiz kein eigentlicher Mangel an Venture Capital vorliegt. Nachdem ich seit fast zehn Jahren täglich in der Jungunternehmerszene unterwegs bin, ist das meiner Ansicht nach eine falsche Einschätzung. Das Geld für junge Unternehmen fehlt an vielen Ecken und Enden. In der Seed-Phase geht es darum, Forschungsergebnisse auf einen Prototyp herunterzubrechen, der kommerzialisiert werden kann. In der Regel braucht es 0,5 bis 1 Mio. CHF für diese Phase. Hier gibt es einige wertvolle Möglichkeiten wie den klassischen Dreiklang aus Family, Friends and Fools, Businessplan-Wettbewerbe (W.A. de Vigier, Venturekick), Stiftungsgelder (z.B. Gebert Rüf), Business Angels und die Zürcher Kantonalbank mit ihrem Finanzierungsprogramm für Start-ups. In der Early Stage-Phase mit einem Kapitalbedarf bis zu 5 Mio. CHF läuft der Trend momentan weg von Venture Capital-Gesellschaften hin zu Business Angels. Im Gegensatz zu früher sind diese heute in der Lage, solch große Summen zu bewältigen, weil sie sich gut in Netzwerken organisiert haben. Einige Beispiele hierfür sind StartAngels Network, BrainsToVentures oder Mountain Angels.

Staatshilfe ohne Kapitaleinsatz

Leider überleben aber immer noch zu viele gute Projekte nicht einmal die Seed-Phase und bleiben schon beim Start auf der Strecke. Für solche Projekte sollte der Staat eine Art Gründer- bzw. Seed-Fonds eröffnen. Gut 50 Mio. CHF pro Jahr würden dafür ohne Weiteres reichen. Der Bund müsste sich nicht einmal beteiligen, sondern könnte einfach Darlehen gewähren, dies in Kombination mit einem Co-Investor. So könnten gute Ideen den entscheidenden Schritt vorwärtskommen. Für die nächste Phase, Early Stage, wären Bundesbürgschaften hilfreich, so wie früher mithilfe des Bonny-Gesetzes für benachteiligte Regionen. An dieser Stelle muss der Bund dank der Staatsgarantie ebenfalls kein Geld in die Hand nehmen. Auch das Konzept eines aufgeklärten und wirtschaftsfreundlichen Politikers, ein Promille der Pensionskassengelder in die frühe Phase der Innovation zu investieren, klingt viel versprechend. Doch die Idee stößt auf Gegenwind: Bei einem Teil der Politiker herrscht die Einstellung, dass der Staat Unternehmen nicht finanziell unterstützen darf. Ausnahmen gibt es aber im großen Stil immer wieder, z.B. bei Fluggesellschaften oder Großbanken. Der Blick über den Tellerrand zeigt aber: Deutschland, Singapur, Großbritannien, China, Indien oder die USA machen genau das und unterstützen ihre Jungunternehmer mit Geldern. Wenn die Volksvertreter dies weiterhin ignorieren, wird die Schweiz auf diese Weise Wettbewerbsvorteile im internationalen Markt verlieren.

Fazit:

Alle erfolgreichen Firmen waren irgendwann einmal Jungunternehmen. Obwohl die Schweiz im Start-up-Bereich in den letzten fünf bis zehn Jahren extreme Fortschritte gemacht hat, ist sie nach wie vor ein Entwicklungsland. Zu wenige Politiker haben wirklich verstanden, was Start-ups für die Zukunft des Landes bedeuten. Innovation ist unser einziger Rohstoff. Meine Vision ist, dass die Schweiz das Zentrum für Innovationen in Europa wird. Wir haben das Potenzial und sollten es nutzen!

Zum Autor



Jean-Pierre Vuilleumier ist Managing Director von CTI Invest, eine Finanzierungsplattform für Schweizer Hightech-Start-ups, und Geschäftsführer der W.A. de Vigier Stiftung. Er ist seit über zehn Jahren Coach und Dozent für Jungunternehmertum in der Schweizer Hightech-Start-up-Szene.

Frühphasenfonds Brandenburg

Eigenkapital für junge Unternehmen in Brandenburg

Wir finanzieren innovative Unternehmen mit bis zu 1 Mio. €, die im Land Brandenburg zuhause sind oder ihre unternehmerische Zukunft dort aufbauen wollen.

Wir freuen uns auf spannende Projekte und potenzielle Co-Investoren für Brandenburg. Sprechen Sie uns an!

Kontakt:
bmp Aktiengesellschaft

Büro Potsdam
Steinstraße 104–106
14480 Potsdam
Telefon: 0331 / 660 42 43
Fax: 0331 / 660 32 45

Büro Berlin
Schlüterstr. 38
10629 Berlin
Telefon: 030 / 20 30 50
Fax: 030 / 20 30 55 55

fruehphasenfonds@bmp.com
www.fruehphasenfonds-brandenburg.de

Investition in Ihre Zukunft!



EUROPAISCHE UNION
Europäischer Fonds für Regionale Entwicklung
www.efre.brandenburg.de

Der Frühphasenfonds ist eine Initiative des Ministeriums für Wirtschaft und Europaangelegenheiten des Landes Brandenburg und der InvestitionsBank des Landes Brandenburg. Die Fondsmittel werden zu 75 % aus dem Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE) und zu 25 % aus Haushaltssmitteln des Landes Brandenburg bereitgestellt.

Frühphaseninvestments steigen leicht

Österreichischer Private Equity- und Venture Capital-Markt 2009



Private Equity trägt in Österreich mitten in der internationalen Finanzkrise zur Belebung der Konjunktur und zur Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen bei – trotz alter internationaler und nationaler Hürden. 133 Mio. EUR privates Wachstumskapital wurden 2009 in innovative österreichische Unternehmen investiert. 34 Mio. EUR davon gingen als Venture Capital in die Frühphase – damit ist zum ersten Mal auch ein Impuls im Early Stage-Segment zu beobachten.

Stabiler Frühphasenbereich

Im Venture Capital-Bereich in Österreich wurden im Vergleich zum Vorjahr 13% mehr Investments getätigt – das ist der erste Anstieg in diesem Sektor seit 2004. Im internationalen Vergleich liegt die Alpenrepublik mit einem Anteil von Frühphaseninvestments in Höhe von 0,012% des BIP zwar noch deutlich unter dem EU-Durchschnitt von 0,033% – allerdings blieb die Relation damit konstant, während der EU-Durchschnitt um mehr als ein Drittel eingebrochen ist. Die Zahlen belegen, dass die österreichische Private Equity- und Venture Capital-Industrie trotz internationaler Finanzkrise weiter handlungsfähig bleibt. Insbesondere die Unternehmen, die bereits vor Beginn der Krise einen Private Equity- oder Venture Capital-Miteigentümer an Bord hatten, profitieren nun von der Möglichkeit allfälliger Folgeinvestments und von der aktiven Management-Unterstützung, mit der ein Eigenkapitalinvestment einhergeht. Mit insgesamt 89 Firmen, in die 2009 investiert wurde, bleibt die Anzahl der finanzierten Unternehmen gegenüber dem Vorjahr auf gleichem Niveau, wobei die mittlere Deal-Größe gegenüber dem Vorjahr leicht gesunken ist. Das Buyout-Segment ist 2009 stark rückläufig, im Gegensatz zu den Frühphaseninvestments, die nun 26% des Investmentvolumens ausmachen.

Plus beim Fundraising

Die weitere Aufrechterhaltung der Investitionstätigkeit, wenn auch auf niedrigerem Gesamtniveau, geht mit einer

wieder leicht gestiegenen Fundraising-Aktivität einher. In den neu eingeworbenen Fondsmitteln für zukünftige Beteiligungsinvestitionen in Höhe von 287 Mio. EUR ist ein signifikanter Anteil von 64% an öffentlichen Mitteln enthalten. Das Fundraising 2009 weist damit eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 16% auf. Damit stehen auch für Investments der nächsten Jahre Mittel zur Verfügung und es bleibt abzuwarten, ob sich der Frühphasenanstieg von 2009 zum Trend entwickelt.

Gesetzgeber muss aktiv werden

Neben der Finanzkrise ließen die heimischen Wachstumskapitalgeber auch unter fehlenden gesetzlichen Rahmenbedingungen für Investitionen in heimische kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Es ist zu befürchten, dass in Zukunft das Kapital nicht nur um Österreich herum fließt, sondern dass auch heimisches privates Wachstumskapital 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.

(Inter-)Nationale Rahmenbedingungen

Sowohl national wie auch auf EU-Ebene sind die rechtlichen Rahmenbedingungen für die gesamte Private Equity-Branche zurzeit im Umbruch. In Österreich fehlt nach wie vor ein international wettbewerbsfähiges Private Equity-Gesetz, das den Rahmen dafür bildet, dass privates Kapital fließen kann. Auf EU-Ebene wird zurzeit an dem von der Europäischen Kommission im April 2009 präsentierten Entwurf der Alternative Investment Fund Manager (AIFM) Guideline gearbeitet, die zum Ziel hat, systematische Risiken des Finanzmarkts zu kontrollieren, die Interessen der Investoren zu schützen und für mehr Transparenz zu sorgen. Diese Ziele sind der Austrian Private Equity and Venture Capital Organisation – AVCO und der österreichischen Private Equity/Venture Capital-

Industrie ebenfalls ein Anliegen und werden daher inhaltlich voll unterstützt werden. Der vorliegende Entwurf unterscheidet jedoch nicht zwischen den verschiedenen Anlageklassen und dem damit verbundenen, variierenden Risiko für den Finanzmarkt und hat daher noch großes Optimierungspotenzial, um die genannten Ziele tatsächlich zu erreichen.

Ausblick:

Nur wenn durch internationale Best Practice-Regelungen sowohl die EU als auch Österreich zu attraktiven Finanz- und Wirtschaftsplätzen ausgebaut werden, ist auch in Zukunft die Eigenkapitalausstattung österreichischer KMU garantiert. Damit wären sie gut gerüstet, um die aktuelle Krise hinter sich zu lassen, ohne einen Cent an Steuergeld in Anspruch zu nehmen. ■

Zum Autor



Dr. Jürgen Marchart ist Geschäftsführer der AVCO – Austrian Private Equity and Venture Capital Organisation. Die Dachorganisation der österreichischen Beteiligungskapitalindustrie verfügt derzeit über 18 ordentliche und 27 assoziierte Mitglieder, die die Arbeit der AVCO auch mit Expertise und inhaltlichem Engagement unterstützen.

Anzeige

TENGELMANN
e-commerce
gmbh

Sie haben einen Business Plan, für den Sie einen starken Partner brauchen? Dann nehmen Sie bitte Kontakt mit uns auf und schicken Sie uns Ihre Unterlagen.

Um Ihre Anfrage effektiv bearbeiten zu können, benötigen wir folgende Informationen:

- Beschreibung der Geschäftsidee
- Konkurrenz- und Marktpotential-Analyse
- Finanzplan über die nächsten drei Jahre
- Marketing / Distribution
- Managementteam
- Entwicklung in den Vorjahren und im laufenden Geschäftsjahr sowie Finanzstatus
- Kapitalbedarf und Beteiligungsstruktur mit Bewertungsvorstellung

Bitte senden Sie Ihre elektronischen Unterlagen an ideas@e-tengelmann.de.

FUNDING YOUR IDEAS

Sentimentumfrage, Teil I

Gründung & Finanzierung aus Investoren- und Beratersicht

Was sind die schlimmsten Fehler von Gründern in den ersten sechs bis zwölf Monaten?

Karlheinz Schmelig,

Managing Director von Creathor Venture Management:

Es ist schlimm, wenn Gründer nach der Gründungsphase und Finanzierung meinen, das Wichtigste sei geschafft, und sie in eine mehrmonatige Verschnaufpause verfallen oder erst einmal in einen verlängerten Urlaub gehen. Investoren erwarten, dass jetzt Vollgas gegeben wird! Ein weiterer Fehler ist, das notwendige Reporting verspätet aufzusetzen. Gerade wenn z.B. das Geschäft nicht nach Plan oder verspätet anläuft, ist Transparenz sehr wichtig.

Nicolas Gabrysich,

Partner bei Osborne Clarke:

Fehler kann man leider viele machen, aber gravierend ist die fehlende Fokussierung der Geschäftsentwicklung. Vielfach sehen wir bereits eine Expansion des Geschäftsvorhabens vor der Erschließung eines kleineren Marktsegmentes.

„Gravierend ist die fehlende Fokussierung der Geschäftsentwicklung“



Nicolas Gabrysich

Manfred Peter,

Geschäftsführer der LBBW Venture Capital GmbH:

In den ersten sechs Monaten überfordern sich Gründer vielfach. Dadurch wird unnötiger Druck aufgebaut. Wenn die finanziellen Rücklagen für diese Phase nicht ausreichen, muss am Ende eine Richtung eingeschlagen werden, die dem mittel- bis langfristigen Erfolg nicht im Wege steht.

Dr. Merle Fuchs, Geschäftsführerin des

Technologie- und Gründerzentrums Gera:

Schlimm ist die unzureichende Kommunikation mit den Kunden und Kooperationspartnern, den Investoren, den Beratern und untereinander.

Dr. Helmut Schönenberger,

Geschäftsführer der UnternehmerTUM GmbH:

Gerade in der Frühphase werden die Identifikation eines klaren Kundennutzens und die Entwicklung eines tragfähigen Geschäftsmodells vernachlässigt. Viele Gründerteams wissen zudem nicht, wie sie eine erste Finanzierungsrunde mit Business Angels oder dem High-Tech Gründerfonds angehen sollen und wie lange die Verhandlungen dazu dauern.

„Viele Gründerteams wissen nicht, wie sie eine erste Finanzierungsrunde angehen sollen“



Dr. Helmut Schönenberger

Vor allem Business Angels und der High-Tech Gründerfonds tragen die ganz frühe Phase. Was müssen Gründer machen, um die nächste Finanzierungsrunde mit Venture Capital zu bewältigen?

Nicolas Gabrysich,

Partner bei Osborne Clarke:

In der Vergangenheit haben wir verschiedene Erfahrungen vor allem mit großen Gesellschafterkreisen gemacht. Wir empfehlen daher häufig, den Kreis direkter Gesellschafter in der frühen Phase klein oder durch Pool-Vereinbarungen handhabbar zu halten. Es bietet sich vielfach auch an, Business Angels z.B. über stille Beteiligungen außerhalb des direkten Gesellschafterkreises zu beteiligen.

Manfred Peter,

Geschäftsführer der LBBW Venture Capital GmbH:

Die Finanzierung durch den High-Tech Gründerfonds gibt einem Unternehmen ausreichend Spielraum, um zu beweisen, dass es in einem Markt mit der notwendigen Wachstumsfantasie einen entsprechenden Footprint hinterlässt. Wer es nicht schafft, hier relativ schnell auf sich aufmerksam zu machen, hat meist keine Chance mehr.

*„Wer keinen
Footprint
hinterlässt,
hat meist keine
Chance mehr“*



Manfred Peter

**Dr. Merle Fuchs, Geschäftsführerin des
Technologie- und Gründerzentrums Gera:**

Sie müssen die Eckdaten des Businessplans einhalten und zeigen, dass das Geschäftsmodell aufgeht. Sie müssen den Businessplan überprüfen und konkretisieren, sie müssen an der Präsentation feilen. Sie müssen zusammenhalten, die Ausgaben reduzieren und – da die Umsätze viel geringer als geplant ausfallen – an allen Fronten schuften.

**Auf welche Klauseln und Rechte legen Investoren
aus Ihrer Sicht besonders viel Wert?**

Karlheinz Schmelig,

Managing Director von Creathor Venture Management:

Es ist schwer, hier einzelne Punkte hervorzuheben. Seriöse Investoren legen Wert auf ein angemessenes Regelwerk, das fair ist, die Gründer nicht überfordert und die jeweiligen Interessen der Beteiligten berücksichtigt.

Manfred Peter,

Geschäftsführer der LBBW Venture Capital GmbH:

Im Beteiligungsvertrag besonders wichtig: Mitspracherechte bei grundlegenden Fragen, Regelung von Exit-Möglichkeiten, klare Regelungen zur Erlösverteilung. Nicht unbedingt als vertraglicher Bestandteil wichtig, aber für die Zusammenarbeit essenziell: Klärung der unterschiedlichen zeitlichen Horizonte bei den unterschiedlichen Parteien.

Dr. Helmut Schönenberger,

Geschäftsführer der UnternehmerTUM GmbH:

Der Vertrag sollte eine faire Balance aus Rechten und Pflichten widerspiegeln, der sowohl dem Gründerteam als auch den Investoren ermöglicht, am gemeinsamen Erfolg zu partizipieren.

Cleantech ist weiterhin ein Boomthema. Welche Sub-segmente sind hier derzeit aussichtsreich? In welchen anderen Sektoren bzw. deren Teilbereichen werden Investoren in den kommenden zwölf bis 18 Monaten ihr Engagement verstärken?

Karlheinz Schmelig,

Managing Director von Creathor Venture Management:

Natürlich ist Cleantech ein Hype-Thema und damit ein viel zu generelles Schlagwort. Umfasst es auch Anlagen- oder Projektfinanzierung? Generell werden Umweltaspekte immer wichtiger für Kauf- und Investmententscheidungen.

*„Generell werden
Umweltaspekte
immer wichtiger
für Kauf- und
Investment-
entscheidungen“*



Karlheinz Schmelig

Nicolas Gabrysch,

Partner bei Osborne Clarke:

Smart Grid und Smart Metering werden sicherlich eine weiterhin große Rolle spielen. Aber auch Cloud Computing und Social Media-Themen werden ebenso im Fokus von Gründungen und Investments stehen.

**Dr. Merle Fuchs, Geschäftsführerin des
Technologie- und Gründerzentrums Gera:**

Es wird weniger um grundlegende Neuerungen gehen als vielmehr um Ansätze zur Optimierung wie Steuerung, Optikanwendungen für Cleantech und Maßnahmen zur Effizienzsteigerung.

*„Es wird weniger
um grundlegende
Neuerungen gehen
als vielmehr um
Ansätze zur
Optimierung“*



Dr. Merle Fuchs

Dr. Helmut Schönenberger,

Geschäftsführer der UnternehmerTUM GmbH:

Vor allem in der Biotechnologie sehen wir aktuell interessante Entwicklungen – insbesondere bei der Verwendung von biologischen Restprodukten zur Reduzierung der Rohstoffabhängigkeit unserer Industrie und der Gewinnung von regenerativem Kraftstoff. Elektromobilität ist ein wichtiges Thema – vor allem die Energiespeicherung und Innovationen im Antriebsstrang.

Es gibt nur Einzelfälle

Bewertung von jungen Unternehmen

Zuletzt vor zehn Jahren war die deutsche Gründerszene – vor allem in der Online-Welt – so aufgeweckt und rührig wie derzeit. Mit diesem beeindruckenden Comeback hat sich über die Zeit auch der Markt von Kapitalgebern weiterentwickelt: Viele Investoren von damals haben sich zurückgezogen oder sich für spätere Phasen entschieden, zahlreiche andere sind dafür nachgerückt. Die spannende Frage an dieser Stelle ist, wie Kapitalgeber und Gründer zusammenkommen.

Neue Player auf beiden Seiten

Zahlreiche Veranstaltungen belegen es: Immer mehr junge (Online-)Unternehmer wagen den ersten Schritt und präsentieren sich mit tollen und spannenden Ideen. Und auch die Investoren-Szene ist groß. Sie reicht von Business Angels, die meist schon einen erfolgreichen Exit hinter sich haben und entsprechend gute Ratgeber sind, bis zu den Venture Capitalisten, die heutzutage durch ihre reine Finanzierungsleistung immer mehr als Sparringspartner

aufreten. Teilweise orientieren sich auch Private Equity-Fonds in die frühen Unternehmensphasen hinein, um vor allem im heiß umgartenen Online-Sektor mitmischen zu können, und treten damit teilweise als Konkurrenten der Venture Capital-Investoren auf.

Keine Standardkriterien

Damit sich Unternehmer und Kapitalgeber einig werden, kommt es auf die Bewertung der Unternehmen an. Sehr eindeutig zeigt sich hierbei, dass bei jungen Unternehmen, sowohl in der Seed-Phase als auch im Early Stage-Bereich, Bewertungen alles andere als einfach berechenbar, geschweige denn standardisiert sind. Ingo Franz, Partner von Creathor Venture Management, bestätigt: „Wir arbeiten nicht mit einem strengen Kriterienkatalog oder einer standardisierten Bewertung –

INVESTMENTKRITERIEN		
Investor	Standardisierte Einstiegsbewertung	Kriterien zur Bewertung
Creathor Venture Management	Nein	
Earlybird Venture Capital	Ja	<ul style="list-style-type: none">• Bahnbrechendes Produkt/Fundamentaler Unterschied im Kundennutzen• Starke Wachstumsperspektive, skalierendes Geschäftsmodell (in großen Märkten)• Lock-in (Urheberrechte, geschäftsbedingte Eintrittsbarrieren)• Attraktivität für internationale Kapitalmärkte• Renditepotenzial > 15x innerhalb von 4 bis 6 Jahren
HackFwd	Ja	<ul style="list-style-type: none">• Die besten Entwicklerteams werden gesucht• Beta-Version sollte nach 6 Monaten verfügbar sein• kein Interesse an Copycats
Hanse Ventures	Nein	<ul style="list-style-type: none">• Unternehmerische Erfahrung des Gründungsteams• Marktgröße und Wachstumspotenziale – Alleinstellungsmerkmale – Wettbewerbssituation – Innovationskraft• Durchdachtes Gründungskonzept und solider Businessplan
High-Tech Gründerfonds	Ja (95% aller Investments)	<ul style="list-style-type: none">• Falls keine standardisierte Bewertung: gemeinsam mit einem privaten Investor, i.d.R. Peer Group-Analyse
Kizoo Technology Ventures	Nein	
Neuhaus Partners	Nein	<ul style="list-style-type: none">• Erwarteter Unternehmenswert beim Exit mindestens >10
Target Partners	Nein	
Team Europe Ventures	Nein/ teilstandardisiert	<ul style="list-style-type: none">• Hat das Modell und die Ambition des Teams Potenzial, die Renditeerwartungen zu erfüllen (Skalierbarkeit)?• Wird das Unternehmen auch ohne Investor erfolgreich sein? Also ist es schon bei Investment „autark“ und der Investor ist nur Erfolgsfaktor/kein Hygienefaktor?• Ist das Team beeindruckend/passt es zu Team Europe Ventures?

Quelle: Corporate Finance Partners

vielmehr müssen Bewertung und Investitionssumme je nach Geschäftsmodell individuell festgelegt werden, um das Unternehmen optimal zu positionieren.“

First Mover gesucht

Unsere Erfahrung bezeugt, dass vor allem die Idee oder das zugrunde liegende Geschäftsmodell sowie das Gründer- oder Managementteam ausschlaggebend für die Unternehmensbewertung sind. Unerfahrene oder schlecht vorbereitete Gründer, die mit altbekannten Ideen oder unseriösen Vorstellungen hausieren wollen, werden mit entsprechend niedrigen Bewertungen konfrontiert oder erhalten keine Finanzierungsangebote. Auf der anderen Seite gibt es sehr professionelle oder geniale Gründer, die mit disruptiven Ideen oder schnell umgesetzten Trends auftrumpfen. First Mover in einem Markt, einem Segment oder beiden zusammen werden offene Türen bei Investoren finden. Hingegen wird sich der erneute Aufguss eines Onlineshopping-Clubs schwer tun, Investoren zu finden.

Mehr als nur Kapital

Die richtige oder faire Bewertung für ein Start-up zu finden ist sehr schwierig und subjektiv, wie Ingo Franz beschreibt: „Die wenigsten Start-ups sind perfekt – die Erfüllung fest definierter Investment-Kriterien wäre daher kurzsichtig und wenig Erfolg versprechend.“ Wie so oft zählen auch hier Angebot und Nachfrage. Optisch hohe Bewertungen ergeben sich vor allem bei einer Mischung aus signifikantem Kapitalbedarf für ein Geschäftsmodell sowie dem Bedürfnis der Gründer, ihren Anteil am Anfang nicht schon unter 50% zu verwässern – gerade wenn das Gründerteam groß ist. Business Angels hingegen, die einen hohen Mehrwert und aktive Mitarbeit versprechen, erzielen häufig sehr niedrige Bewertungen. Für sehr gute Unternehmen gibt es jede Menge Stellschrauben, um die Bewertung zu optimieren.

Fazit:

Start-up-Ideen und Early Stage-Unternehmen sind nur sehr individuell und schwer zu beurteilen. Start-ups sollten bedenken, dass der richtige Partner sich weit über das Kapital hinaus positiv einbringen kann. In der Regel unterstützen Investoren ihre Portfoliounternehmen neben dem nötigen Startkapital auch mit zahlreichen Kontakten. Jungunternehmer, die noch nicht über große Kapitalmittel und ein über Jahre hinweg gewachsenes Kontaktnetzwerk verfügen, erhöhen so deutlich die Erfolgsaussichten ihrer Gründung. ■

Zu den Autoren



Julian Riedlbauer (li.) ist seit Anfang 2008 Geschäftsführer, **Christoph Neuhaus** Associate der M&A-Boutique Corporate Finance Partners. Riedlbauer eröffnete im April 2010 die Hamburger Dependance, die er gemeinsam mit Neuhaus aufbaut. Zu ihren ersten Deals gehören die Beratung von InnoGames bei der Transaktion mit Fidelity und der Verkauf von wunderloop.

Anzeige

CHANCEN ENTSTEHEN
DORT, WO MAN SIE
ERKENNT.



Foto: © DigiPyramid / PIXELIO

Von A wie antispameurope, dem Anbieter für Antispam-Konzepte bis W wie worldwidegames als Browergames-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**

„Auch Nischen sind interessant“

Interview mit Dr. Peter Wolff, Geschäftsführer, EnjoyVenture Management GmbH

Bei Venture Capital-Gesellschaften trudeln jährlich viele hundert Businesspläne ein, bei manchen Häusern steigt diese Zahl auch in den vierstelligen Bereich. Worauf Investoren bei der Erstlektüre Wert legen, wie Gründer im persönlichen Gespräch überzeugen können und was Technologie-Gründer im Guten wie im Schlechten auszeichnet, verrät Dr. Peter Wolff von EnjoyVenture.

VC Magazin: Was zeichnet Technologie-Gründer aus dem Hochschulsektor aus?

Wolff: Wir verstehen darunter sowohl Gründer aus Universitäten als auch aus forschungsnahen Instituten wie Fraunhofer oder Max-Planck. Die Bandbreite reicht hier vom Professor über den Doktorand bis hin zum Absolventen. Positiv fällt auf, dass diese Gruppe ihre Idee sehr intelligent durch Kooperationen mit der Industrie vorangetrieben hat und auch gezielt einzelne Förderprogramme mit in das Projekt einbindet. Uns werden daher oftmals sehr robuste Prototypen gezeigt, die das Produkt oder die Technologie erlebbar machen. Auch gibt es meist eine stabile Patent-situation, die einer Ausgründung den Start erleichtert.

VC Magazin: Sehen Sie auch Verbesserungsbedarf?

Wolff: Ja, auf jeden Fall. Viele Gründer sind noch zu sehr in der Denkweise des Forschers und Entwicklers verhaftet und manchmal eher auf der Suche nach fördermittel-ähnlichen Finanzierungsinstrumenten. Als Start-up müssen sie sich aber vorrangig an den zukünftig adressierten Märkten und den Anwendungen orientieren. Auch hier sehe ich gewisse Defizite: Die Einschätzung des Bedarfs und der aktuellen Marktnähe einer neuen Technologie ist



Dr. Peter Wolff

vielfach zu optimistisch. Auch fehlt oft die Kenntnis, wie groß der potenzielle Markt eigentlich ist – aber genau das wollen Investoren wissen. Dazu müssen Strategie oder Geschäftsmodell in vielen Fällen noch geschärft werden.

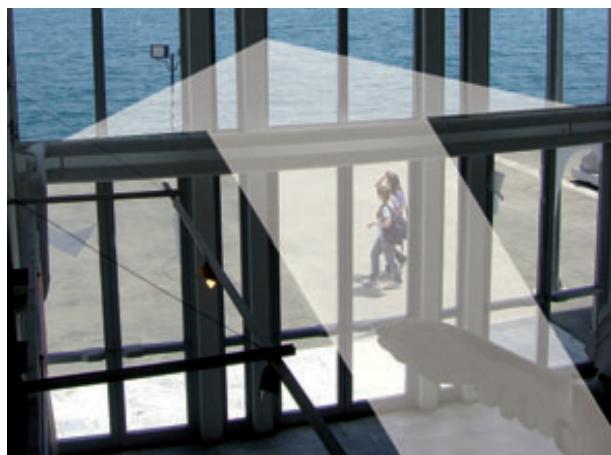
VC Magazin: Den Erstkontakt zum Investor sollten Gründer mit einer Executive Summary suchen. Wie viel Kreativität ist aus Ihrer Sicht bei diesem Dokument erlaubt?

Wolff: Bei einem Consumer-Produkt wurde uns einmal ein Prototyp geschickt, ansonsten gehen manchmal Filme oder Bilder ein. Auch interaktive Texte im Internet habe ich schon gesehen. Grundsätzlich stehe ich diesen Dingen positiv gegenüber, denn so können sich Gründer differenzieren. Wichtig ist aber, dass alle wesentlichen Informationen transportiert werden. Manchmal treten bei allen kreativen Ansätzen Informationen zum Team, zum Markt oder beispielsweise zum Wettbewerb in den Hintergrund.

VC Magazin: Gibt es Reiz- oder Schlüsselworte in einer Executive Summary, die darüber entscheiden, ob ein vollständiger Businessplan angefordert wird?

Wolff: Ich muss einfach recht schnell das Gefühl vermittelt bekommen, dass es sich hier um einen attraktiven Markt handelt. Der kann manchmal übrigens auch eine interessante Nische sein. Dann achte ich darauf, ob das Team authentisch ist, es also zum Produkt und zum Markt passt. Wenn ich bei diesen beiden Punkten überzeugt bin, schaue ich mir weitere Zahlen und Prognosen an.

VC Magazin: Der Businessplan hat Sie dann schließlich überzeugt, es kommt zum persönlichen Gespräch. Worauf legen Investoren in diesem Meeting Wert, wie kann der Gründer überzeugen?



Aus der Sicht von Dr. Peter Wolff entwickeln Teilnehmer von Businessplan-Wettbewerben stimmige Geschäftsmodelle.

Wolff: Wenn es sich um ein Gründerteam handelt,achte ich auf das Zusammenspiel der Leute. Wie agieren sie miteinander, spielen sie bloß Rollen oder sind Aufgaben und Führung schlüssig aufgeteilt? Auf der inhaltlichen Seite müssen sich als roter Faden der Kundennutzen und der USP durch die ganze Präsentation ziehen. Auch mögliche Nachfragen zum Wettbewerb und potenzielle Entwicklungen in diesem Bereich müssen präzise beantwortet werden können.

VC Magazin: Im Fokus der Investoren steht das Gründerteam. Welchen Standpunkt nimmt die Personalpolitik als Ganzes ein?

Wolff: Unsere Betrachtung liegt im Regelfall auf der ersten Reihe, sprich dem Gründerteam. Wir klopfen dabei u.a. ab, ob die Gründer auch Bedarfe bei sich selbst sehen. Zwischen Start-up, Expansion und Internationalisierung sind einfach unterschiedliche Qualitäten im Team gefragt. Falls es bereits Mitarbeiter gibt, nutzen wir oftmals die Gelegenheit, in kurzen Gesprächen auch die Innensicht auf die Gründer zu erfahren. Aus der Personalpolitik als Teil des Tagesgeschäfts halten wir uns aber heraus. Allerdings führen wir sogenannte Team Audits durch, insbesondere dann, wenn Start-ups eine bestimmte Größe erreicht haben. Hier geht es darum, ob die internen Strukturen und Qualifikationen mit den neuen Unternehmensanforderungen mitwachsen oder ob man sich eingerichtet hat.

VC Magazin: Wie viel Wert legen Sie darauf, ob ein Gründer erfolgreich an einem Businessplan-Wettbewerb teilgenommen hat?

Wolff: Die Teilnahme selbst ist gewiss nicht kriegsentscheidend. Allerdings zeigt sich immer wieder, dass ehemalige Teilnehmer stimmigere Geschäftsmodelle entwickeln und auch die Businesspläne einfach runder sind. Die Platzierung bei einem Wettbewerb selbst spielt aber keine Rolle. Was ich hingegen sehr kritisch sehe, sind sogenannte Businessplan-Nomaden. Wer bei vier oder fünf Wettbewerben hausieren geht, zeigt einfach, dass er falsche Prioritäten setzt.

VC Magazin: Vielen Dank, Herr Dr. Wolff!

torsten.passmann@vc-magazin.de

Zum Gesprächspartner

Dr. Peter Wolff ist Geschäftsführer der EnjoyVenture Management GmbH. Die Gesellschaft mit Sitz in Düsseldorf und Büros in Hannover und Gelsenkirchen verwaltet derzeit vier Fonds mit knapp über 50 Mio. EUR an Kapital. Die Schwerpunkte von Wolff liegen vor allem in den Bereichen IT, Telekommunikation sowie den produktionsorientierten Anwendungen.

Anzeige



**ETWAS NEUES
AUFBAUEN – DA SIND WIR
IM HANDUMDREHEN DABEI.**

GRÜNDUNG | WACHSTUM | INNOVATION | UMWELTSCHUTZ | STABILISIERUNG

Eine gute Idee ist das eine. Eine gute Finanzierung das andere: Maßgeschneiderte Förderangebote der LfA – über Ihre Hausbank. Wählen Sie **0800 / 21 24 24 0**, die kostenlose Beratung der LfA Förderbank Bayern. Unser Fokus: Bayern mit seinen mittelständischen Unternehmen. Wir informieren Sie gerne auch unter www.lfa.de.

LfA FÖRDERBANK BAYERN
Damit machbar wird, was denkbar ist.

Von Erfinderrechten und Erfinderpflichten

Sichere Patentanmeldungen sind lebensnotwendig

Für viele junge Unternehmen sind die ersten Patentanmeldungen bei der Finanzierung des Unternehmens lebensnotwendig. Investoren interessieren sich für die Einzigartigkeit der Geschäftsidee und eine langfristige Absicherung. Schutzrechte, wie Patente und Gebrauchsmuster, bilden die Grundlage für den weiteren Ausbau des Unternehmens. Zudem sichern sie eine einzigartige Stellung für seinen wirtschaftlichen Erfolg. Beim Versuch, ihre Technologie zu schützen, übersehen junge Unternehmen jedoch häufig die rechtlichen Vorschriften für die Übertragung der Erfinderrechte.

Meldung einer Erfindung

Anders als normale „Arbeitsergebnisse“ gehen die Rechte an einer Erfindung nicht automatisch von einem Arbeitnehmer auf den Arbeitgeber über. Diese Übertragung der Rechte ist in Deutschland im Gesetz zu Arbeitnehmererfindungen (ArbNErfG) geregelt. Das Gesetz sieht eine gesonderte Erfindungsmeldung an den Arbeitgeber vor. Diese sollte bestimmte Angaben zur Erfindung enthalten, z.B. Angaben über die Implementierung der Idee sowie über das Zustandekommen der Erfindung. Eine vorschriftsgemäße Erfindungsmeldung muss in Textform (§ 126b BGB) erfolgen, eine E-Mail ist dafür schon ausreichend. Auch diese informellen Mitteilungen werden nach neuem Recht als eine Erfindungsmeldung verstanden und lösen bestimmte Rechtsfolgen aus. Die Meldung über eine Erfindung allein reicht für die Übertragung der Rechte nicht aus – das Unternehmen muss die Rechte „in Anspruch nehmen“. Früher musste diese Inanspruchnahme durch Absenden eines gesonderten Schreibens innerhalb von vier Monaten erfolgen. Seit Oktober 2009 gilt die Übertragung als erfolgt, wenn die Erfindung vom Arbeitgeber nicht an den Arbeitnehmer freigegeben wurde. Diese „fiktive“ Übertragung erleichtert die tägliche Arbeit sehr. Früher wurden diese Formalien oft übersehen.

Anmeldung zum Patent

Das Unternehmen muss die Erfindung unverzüglich zum Patent anmelden. Diese Bestimmung des Gesetzes sollte

eine zügige Anmeldung bewirken. Allerdings können gute Gründe vorliegen, warum das Unternehmen diesen Schritt erst später gehen möchte. Auf jeden Fall müssen der oder die Erfinder der verspäteten Einreichung des Patents zustimmen. Ein Problem kann sich ergeben, wenn das Unternehmen die Erfindung gar nicht zum Patent anmelden will. Es hat zwar die Möglichkeit, die Erfindung als „Betriebsgeheimnis“ zu betrachten und ist in diesem Fall nicht verpflichtet, eine Patentanmeldung zu tätigen, allerdings muss der Arbeitgeber später eine Erfindervergütung zahlen. Alternativ müssen die Erfinder der Nichtanmeldung zustimmen. Falls diese nicht damit einverstanden sind, ist das Unternehmen gezwungen, eine Patentanmeldung zu tätigen. Die Erfinder müssen den Arbeitgeber bei der Ausarbeitung der Erfindungsmeldung unterstützen und auch bei der weiteren Prüfung mitwirken. Der Arbeitgeber ist verpflichtet, seine Mitarbeiter über den Verlauf des Prüfungsverfahrens zu unterrichten.

ERFINDERVERGÜTUNG

Das Thema Erfindervergütung ist höchst komplex. Jedem angestellten Erfinder steht nach dem Gesetz eine „angemessene“ Vergütung zu. Die Höhe richtet sich nach der wirtschaftlichen Bedeutung der Erfindung, der Stellung der Erfinder in Unternehmen und dem Zustandekommen der Erfindung. Richtlinien vom Arbeitsministerium erleichtern zum Teil die Berechnung. Es können allerdings unterschiedliche Werte bei einem Erfinderteam zustande kommen. Ein Programmierer mit Bachelor-Abschluss bekommt z.B. mehr Erfindervergütung als ein promovierter Mathematiker. Das Gesetz ist auch nur auf deutsche Erfinder unmittelbar anwendbar. Miterfinder im Ausland haben keinen Anspruch auf Erfindervergütung. Ebenfalls ist das Gesetz nicht unmittelbar auf Geschäftsführer oder externe Mitarbeiter anwendbar. Viele Unternehmen entscheiden sich allerdings aus Gründen der Fairness dafür, die Vergütung analog zu zahlen.

Anmeldungen im Ausland

Das Gesetz sieht zunächst eine Patentanmeldung in Deutschland vor. Falls eine Erstanmeldung außerhalb von Deutschland geplant ist, müssen die Erfinder zustimmen. Aufgrund der US-Gesetzgebung über die Priorität von Patentanmeldungen melden einige Unternehmen gleichzeitig in Deutschland und in den USA an. Hier ist keine Zustimmung erforderlich, weil auch eine deutsche Anmeldung getätigter wurde. Innerhalb eines Jahres entscheidet das Unternehmen, ob es außerhalb von Deutschland, z.B. in den USA oder in der EU, eine Anmeldung tätigen will. Die Erfinder haben auch hier gewisse Rechte: Sie dürfen in denjenigen Ländern das Patent selbst auf eigenen Namen (und eigene Kosten!) anmelden, in denen der Arbeitgeber keinen Schutz wünscht. Der Arbeitgeber muss die Erfinder rechtzeitig darüber informieren, in welchen Ländern er das beabsichtigt, damit die Erfinder Zeit für eine eigene Anmeldung haben.

Aufgabe des Schutzrechtes

Im Verlauf der Jahre verlieren Schutzrechte in vielen Fällen an Bedeutung, da sie z.B. nicht mehr für das aktuelle Produktspektrum interessant sind. Vor der endgültigen Aufgabe eines Patents oder einer anhängigen Anmeldung müssen die Erfinder darüber informiert werden und die Möglichkeit haben, das Schutzrecht auf eigene Kosten zu übernehmen. Der ursprüngliche Patentinhaber behält eine (kostenpflichtige) Lizenz an dem Schutzrecht und muss bei weiterer Verwendung der patentierten Technologie eine Lizenzgebühr zahlen. Die Erfinder können aber frei über das Schutzrecht verfügen und sogar an einen Konkurrenten verkaufen. Natürlich dürfen sie nur das Schutzrecht veräußern und keine weiteren vertraulichen Informationen preisgeben.

Vereinfachung

Die Fülle von Vorschriften über Arbeitnehmererfindungen und die vielen Fallstricke haben dazu geführt, dass einige

Unternehmen durch eine einmalige Zahlung eines Pauschalbetrags ihre Anbietungspflicht bei der Nicht-Verfolgung eines Schutzrechtes „abkaufen“. Eine derartige Vereinbarung ist zulässig, solange die Erfinder sie unterschreiben. Eine allgemeine Verpflichtung zur Übertragung von Erfindungen in einem Arbeitsvertrag ist nach deutschem Recht – anders als im Ausland – nicht wirksam.

Fazit:

Das deutsche Gesetz ist fast ein Unikum in Europa; nur in Österreich gelten ähnliche Vorschriften. Das deutsche Gesetz ist nur auf Arbeitnehmer anwendbar, nicht jedoch auf z.B. Geschäftsführer, freie Mitarbeiter, Berater oder Arbeitnehmer im Ausland. Die Änderungen über die Inanspruchnahme des Schutzrechtes im letzten Jahr haben einige der früheren Fallstricke bei der Übertragung der Erfindungen auf den Arbeitgeber beseitigt. Eine weitere Vermeidung von Problemen z.B. bei der Missachtung der Fristen ist nur durch eine gesonderte Vereinbarung mit dem Erfinder möglich. ■

Zum Autor



Der Physiker und Patentanwalt **Dr. Robert Harrison** ist Partner bei der 24IP Law Group. Die international aufgestellte Gruppe hat sich auf die Beratung im gewerblichen Rechtsschutz spezialisiert.

Anzeige

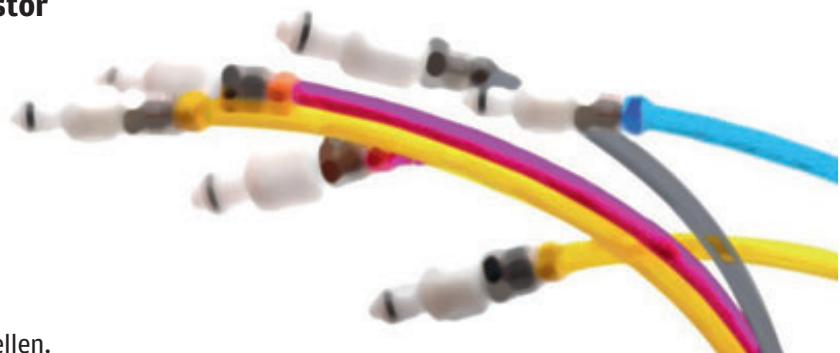


ist ein europäischer Venture Capital-Investor mit Sitz in München und Paris.

Wir begleiten und finanzieren das Wachstum von führenden Venture- und Growth-Unternehmen in den Sektoren Internet & E-Commerce, Logistik, Finanzdienstleistungen, Software & Systems, Telekommunikation, Core Technologies und Cleantech.

Beeindrucken Sie uns

mit innovativen Ideen, Produkten und Geschäftsmodellen.



Rechtssichere Kundendatenbank

Zu den (neuen) Anforderungen durch Datenschutz

Aufbau und Pflege einer Kundendatenbank sind wesentliche Voraussetzungen einer erfolgreichen Kundenpflege und nachhaltiger Werbung für das Unternehmen und seine Produkte. Leider wird bei der Sammlung der Kundendaten, der Erstellung entsprechender Datenbanken und auch bei der Nutzung der Daten in der Werbung häufig übersehen, dass hier erhebliche datenschutzrechtliche und wettbewerbsrechtliche Beschränkungen einzuhalten sind. Um die Gefahr zu vermeiden, die Kundendatenbank vollständig löschen oder Rechtsstreitigkeiten wegen unlauterer Werbung führen zu müssen, sollten Unternehmen bereits von Beginn ihrer Geschäftstätigkeit an auf die rechtmäßige Aufstellung ihres Customer Relation Managements (CRM) achten.

Kundendaten unterliegen dem Datenschutz

Unternehmen, die eine Kundendatei aufbauen und insbesondere für Werbezwecke nutzen, müssen beachten, dass dies fast ausnahmslos eine Verarbeitung von personenbezogenen Daten darstellt. Das gilt auch für den oft übersehenden Fall, dass zwar keine Person, sondern ein Unternehmen als Kunde erfasst ist, jedoch der jeweilige Ansprechpartner mit Name, Funktion, Durchwahl etc. hinzugespeichert wird. Auch wenn insoweit das Unternehmen und nicht der Ansprechpartner selbst im Fokus der Datenspeicherung steht, ist dies dennoch eine Verarbeitung personenbezogener Daten und unterliegt den gesetzlichen Beschränkungen. Die gesetzlichen Vorgaben sind nach den diversen Datenschutzskandalen der letzten Jahre mit der Novellierung des Bundesdatenschutzgesetzes im Jahre 2009 deutlich verschärft worden und erlauben die Verarbeitung personenbezogener Daten nur in Ausnahmefällen. Die Erfassung personenbezogener Kundendaten und deren Verwendung ist insoweit zunächst zulässig, wenn die Verarbeitung zur Begründung, Durchführung oder Beendigung eines Vertragsverhältnisses mit dem Betroffenen erforderlich ist. Auch dürfen Kundendaten, wie z.B. Name und Adresse eines Ansprechpartners, verwendet werden, wenn sie aus allgemein zugänglichen Adress-, Rufnummern-, Branchen- oder vergleichbaren Verzeichnissen erhoben werden und keine überwiegenden schutzwürdigen Interessen der Person der Datenverarbeitung entgegenstehen. Hier ist aber zu beachten, dass das Internet, als wohl ergiebigste Datenquelle, selbst nicht als vergleichbares Verzeichnis gilt, sondern allenfalls die darin veröffentlichten Branchen oder Adressverzeichnisse.

Erlaubnistarbestand oder Einwilligung

Schließlich dürfen auch in Listen zusammengefasste Daten über Angehörige einer Personengruppe (z.B. Ärzte, Rechtsanwälte) zur Kundenwerbung verwendet werden, soweit sich die Liste auf die Zugehörigkeit der Personen zu dieser Gruppe bezieht. Das sogenannte „Listenprivileg“ wurde aber in der Datenschutzrechtsreform stark eingeschränkt und verkompliziert, sodass eine darauf gestützte Werbemaßnahme in jedem Einzelfall auf ihre Zulässigkeit geprüft werden sollte. Liegen die geschilderten Erlaubnistarbestände nicht vor, ist jedes Unternehmen bei dem Aufbau und der Nutzung einer Kundendatenbank zu Werbezwecken grundsätzlich auf die Einwilligung der Betroffenen angewiesen. Durfte früher eine Adresse zur Werbung genutzt werden, wenn die betroffene Person nicht widersprochen hat („Opt-out“), verlangt die neue Rechtslage eine ausdrückliche Einwilligung in jegliche Erfassung oder Nutzung von Kundendaten zu Werbezwecken („Opt-in“).

Die Nutzung von Kundendaten ist nur zulässig, wenn

- sie zur Begründung, Durchführung oder Beendigung eines Vertragsverhältnisses notwendig ist oder
- die Daten allgemein zugänglich sind und kein überwiegendes schutzwürdiges Interesse des Betroffenen entgegensteht oder
- es sich um Listendaten handelt oder
- der Betroffene in die konkrete Nutzung seiner Daten eingewilligt hat

Form der Einwilligung

Die Einwilligung ist insofern das wichtigste Instrument zum rechtssicheren Aufbau eines CRM-Systems. Die an eine solche Einwilligung gestellten formellen Anforderungen sind jedoch sehr hoch. Grundsätzlich soll sie schriftlich gegeben werden, sprich durch persönliche Unterschrift des Betroffenen unter einer entsprechenden Erklärung. Wird die Einwilligung zusammen mit anderen Erklärungen erteilt, häufig im Rahmen von Allgemeinen Geschäftsbedingungen, ist die Erklärung gegenüber den sonstigen Textpassagen besonders hervorzuheben (z.B. Rahmung, Schriftgröße oder anderweitige Formatierung). Wichtig ist dabei, dass die betroffene Person vollständig und umfassend über die beabsichtigte Nutzung ihrer Daten informiert wird. Sollen die beispielsweise bei einer Messe aufgenommenen Kundendaten für spätere Mailings, Einladungen etc. gespeichert werden, ist auf diese beabsichtigte Nutzung zu Werbezwecken bereits in der Einwilligungserklärung hinzuweisen. Wird die Einwilligung zur Speicherung und Nutzung der Daten durch den



Kunden mündlich erklärt, z.B. gegenüber den Mitarbeitern eines Callcenters, ist für die Wirksamkeit einer solchen Einwilligung eine zusätzliche schriftliche Bestätigung, d.h. die Zusendung einer unterschriebenen Bestätigung des Inhalts der Einwilligung erforderlich. Die Bestätigung per E-Mail genügt insofern nicht. Bei der für das E-Business wichtigen elektronischen Einwilligung (E-Mail, Website) ist darauf zu achten, dass sie protokolliert und zum jederzeitigen Abruf durch den Erklärenden bereitgehalten wird. Auch ist der Betroffene bei der Einholung der Einwilligung zwingend auf sein jederzeitiges Widerrufsrecht hinzuweisen.

Die Einwilligung muss

- grundsätzlich schriftlich erklärt, d.h. eigenhändig unterschrieben werden
- besonders hervorgehoben werden, wenn sie zusammen mit anderen Erklärungen abgegeben wird
- auf der Basis einer vollständigen Information über die beabsichtigte Nutzung erklärt werden
- im Falle der mündlichen Erklärung schriftlich bestätigt werden
- im Falle der elektronischen Erklärung protokolliert und zum jederzeitigen Abruf durch den Erklärenden bereitgehalten werden

Auch legaler Adresskauf ist möglich

Häufig greifen Unternehmen zur Generierung von Kundendaten auch auf Angebote professioneller Adresshändler zurück. Kauf oder Nutzung fremder Datenbestände bieten sich insbesondere dann an, wenn die eigene Kundendatei erst im Aufbau begriffen ist. Dies ist grundsätzlich zulässig, aber ebenfalls sehr stark reguliert. Insbesondere ist darauf zu achten, dass die Kundendaten von dem Verkäufer ordnungsgemäß erhoben wurden, d.h. die Kunden der von dem Erwerber beabsichtigten Werbemaßnahme zugestimmt haben oder ein anderer der genannten Erlaubnisgründe vorliegt. Dies sollte sich jeder Erwerber von Kundendaten vertraglich mit entsprechenden Haftungs- und Freistellungsverpflichtungen des Verkäufers zusichern lassen. Der Erwerber ist zudem zu einer zumindest stichprobenartigen Überprüfung verpflichtet. Der Übermittlungsvorgang sowie die Herkunft der Daten sind für zwei Jahre zu speichern, um den Betroffenen die Lieferkette und somit die Herkunft der Daten nachweisen zu können. Bei den Werbemaßnahmen unter Verwendung zugekaufter Daten ist schließlich immer die Herkunft der Daten, also die erstmalig erhebende Stelle eindeutig auszuweisen.

Beim Adresskauf ist darauf zu achten, dass

- der Verkäufer eine Garantie auf die ordnungsgemäße Erhebung der Kundendaten und deren Nutzung zu Werbezwecken abgibt
- die rechtmäßige Erhebung der Kundendaten stichprobenartig geprüft wird
- der Übermittlungsvorgang und die Herkunft der Daten zwei Jahre gespeichert werden
- bei jeder werblichen Verwendung der Daten die ursprünglich erhebende Stelle angegeben wird

Löschen der Kundendatenbank 2012?

Das neue Bundesdatenschutzgesetz sieht vor, dass alle zur werblichen Verwendung gespeicherten Kundendaten bis zum 31. August 2012 entsprechend den neuen Anforderungen erhoben sein müssen. Die Nachweispflicht liegt bei dem Unternehmen. Gelingt der Nachweis nicht, sind die betroffenen Daten zu löschen. Es ist daher dringend anzuraten, bei einem Neuaufbau einer Kundendatenbank von Beginn an die strengen Formvorgaben einzuhalten. Besteht bereits eine Kundendatenbank, sollten alle bestehenden Daten, die nicht entsprechend den aktuellen Vorgaben erhoben wurden, gekennzeichnet und den Formvorgaben gemäß Einwilligungen nachträglich eingeholt werden. Können entsprechend dem neuen Recht erhobene Daten und sonstige Kundendaten nicht eindeutig voneinander unterschieden werden, kann dies dazu führen, dass die gesamte Kundendatenbank im August 2012 zu löschen ist.

Werbung per Telefon, Fax und E-Mail

In Zusammenhang mit der werbemäßigen Nutzung von Kundendaten ist abschließend noch darauf hinzuweisen, dass neben den Vorgaben des Datenschutzes zur Speicherung und Nutzung der Kundendaten noch die wettbewerbsrechtlichen Beschränkungen zu beachten sind. Kunden dürfen insofern zwar postalisch angeschrieben werden, eine Bewerbung per Telefon, Telefax oder E-Mail ist danach aber nur zulässig, wenn der Beworbene zuvor in diese Art der Werbung eingewilligt hat. Es bedarf insofern gegebenenfalls einer doppelten Einwilligung, erstens in die Erhebung, Speicherung und Nutzung der personenbezogenen Daten zu Werbezwecken und zweitens in die Werbung mittels der genannten Fernkommunikationsmittel.

Fazit:

Wer seine Kundendatenbank rechtssicher aufbauen und dauerhaft im Rahmen der Werbung nutzen möchte, sollte sich bei der Erhebung bzw. dem Erwerb des Datenbestandes sehr genau an die – schwierigen – gesetzlichen Vorgaben halten. Nur so ist sichergestellt, dass der Wert eines guten CRM-Systems auch über 2012 hinaus erhalten bleibt. ■

Zum Autor



Dr. Kai Westerwelle, Rechtsanwalt und Fachanwalt für Informationstechnologierecht, ist Partner der internationalen Rechtsanwaltssozietät Taylor Wessing in Frankfurt am Main und auf die Beratung in den Bereichen Technologie und Datenschutz spezialisiert.

Antriebsfedern und Impulsgeber

Gründer profitieren von Initiativen und Businessplan-Wettbewerben

Geht es um Unternehmensgründungen, beschwören viele den *Entrepreneurial Spirit des Silicon Valley*. Die zahlreichen engagierten Fördereinrichtungen für Gründer in Deutschland, Österreich und der Schweiz werden gerne außer Acht gelassen. Dabei gibt es auch in den deutschsprachigen Ländern viele Initiativen, Wettbewerbe und Programme, die Gründern Hilfe und Orientierung bieten und den Aufbau einer Gründerkultur unterstützen.

Gründern unter die Arme greifen

Eine gute Idee reicht noch lange nicht aus, um sich erfolgreich selbstständig machen zu können. Von der Wahl der richtigen Rechtsform und des geeigneten Standorts über das Knüpfen wichtiger Kontakte bis hin zur Suche nach Kapital werden Start-ups mit zahlreichen schwierigen Fragen konfrontiert. In einem Geschäftsplan sollen frühzeitig die Weichen für Aufbau und Entwicklung des Unternehmens gestellt werden. Der Austausch mit Gleichgesinnten und Ratschläge erfahrener Experten sind da Gold wert. Gründerinitiativen bieten Gründern Unterstützung, Businessplan-Wettbewerbe helfen bei der strukturierten Planung des Geschäfts.

Zahlreiche Initiativen und Wettbewerbe

In Deutschland engagiert sich von Flensburg bis Konstanz eine Vielzahl von Gründerinitiativen für die Belange junger Unternehmen. Angebote wie der Spitzencluster-Wettbewerb und das Exist-Programm des Bundes oder die Gründungswerkstatt Deutschland, die u.a. durch die Industrie- und Handelskammern und die KfW Bankengruppe getragen wird, fördern Gründer in ganz Deutschland. Die

Mehrzahl der Initiativen ist jedoch regional ausgerichtet: Gründerzentren, Netzwerke und Beratungsstellen fördern den Unternehmernachwuchs vor Ort und stellen Kontakte zu etablierten Firmen und Kapitalgebern her. Sie unterhalten oft enge Beziehungen zu Universitäten und anderen wissenschaftlichen Institutionen und haben ein Netzwerk von Kontakten vor Ort. Viele Angebote fördern gezielt Unternehmen aus spezifischen Branchen, die häufig in der Region eine Rolle spielen. Konkrete Hilfestellung beim Verfassen eines Geschäftsplans geben die über 100 Businessplan-Wettbewerbe, die in Deutschland innovative Konzepte auszeichnen. Die Wettbewerbe bieten Seminare zu allen Facetten des Businessplans an, stellen Gründern erfahrene Coachs an die Seite und bieten die Möglichkeit, Kontakte zu Investoren zu knüpfen.

Mentoring am Rhein:

NUK Neues Unternehmertum Rheinland

Ein Beispiel ist NUK Neues Unternehmertum Rheinland e.V. Die Initiative, die von ansässigen Firmen und Kapitalgebern getragen wird, fördert Gründer vor Ort mit zahlreichen Angeboten. Kernstück ist der Businessplan-Wettbewerb: In Coaching- und Weiterbildungsveranstaltungen entwickeln die Teilnehmer Schritt für Schritt ihr Geschäftsmodell weiter. Nach der Teilnahme am Wettbewerb werden sie Mitglied im Alumni-Club und können so weiterhin die Leistungen des Netzwerks in Anspruch nehmen. Eine Business Angels-Börse ermöglicht es den Jungunternehmern, Kontakte zu Eigenkapitalgebern aufzubauen. Neu ist ein Mentoring-Programm: Erfolgreiche Unternehmer begleiten Gründer mit technologie- und wissensbasiertener Ausrichtung und hohem Wachstumspotenzial drei bis sechs Monate lang.

GRÜNDER- UND STANDORTINITIATIVEN (AUSWAHL)

Name	Region	Website
dortmund-project	Dortmund	www.dortmund-project.de
Forum Kiedrich	Wiesbaden	www.forumkiedrich.de
Gründungswerkstatt Deutschland	bundesweit	www.gruendungswerkstatt-deutschland.de
hannoverimpuls	Hannover	www.hannoverimpuls.de
Innovationscampus der Wolfsburg AG	Wolfsburg	www.wolfsburg-ag.com
Netzwerk Nordbayern	Nordbayern	www.netzwerk-nordbayern.de
NUK Neues Unternehmertum Rheinland	Rheinland	www.neuesunternehmertum.de
promotion Nordhessen	Nordhessen	www.promotion-nordhessen.de
Univations	Sachsen-Anhalt	www.univations.de
UnternehmerTUM	München	www.unternehmertum.de
WFB Wirtschaftsförderung Bremen	Bremen	www.wfb-bremen.de

Quelle: Eigene Recherche

Gründerförderung im Norden: hannoverimpuls

In Hannover fördern Stadt und Region ihren Unternehmernachwuchs durch die Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft hannoverimpuls. Das Angebot richtet sich an die sechs sogenannten Fokusbranchen Automotive, Energiewirtschaft, Informations- und Kommunikationstechnologie,

Life Science, optische Technologien und Produktions-technik. Enge Kooperation mit den wissenschaftlichen Zentren vor Ort und die gezielte Verzahnung von Wissenschaft und Industrie soll den Standort Hannover stärken. Die Gründerwerkstatt Hannover weist Jungunternehmern in Wettbewerben und praxisorientierten Seminaren und Workshops den Weg zum eigenen Unternehmen. Über zwei Fonds beteiligt sich hannoverimpuls auch an der Finanzierung Erfolg versprechender Unternehmen in der Frühfinanzierung bzw. in weiteren Entwicklungsphasen.

UnternehmerTUM schult Unternehmergeiste

Eine Brücke zwischen Wissenschaft und Wirtschaft schlägt in München das Gründerzentrum UnternehmerTUM an der Technischen Universität (TU) München. Studenten und Forschungsmitarbeiter werden im Rahmen von Qualifizierungsveranstaltungen und Businessplan-Seminaren unternehmerisch geschult und darauf vorbereitet, Forschungsergebnisse in marktfähige Produkte umzusetzen. Gründungsprojekte, eine Spring School und

eine Summer School sowie ein Start-up-Coaching runden das Angebot ab. Etablierte Unternehmer berät UnternehmerTUM bei der Weiterentwicklung von Innovationen und bringt sie als potenzielle Arbeitgeber mit Studenten und Wissenschaftlern aus der TU München zusammen.

Wertvolle Kontakte durch Science4Life

Mit einem bundesweiten Businessplan-Wettbewerb zeichnet die Gründerinitiative Science4Life Geschäftsmodelle aus den Branchen Life Sciences und Chemie aus. In drei Phasen arbeiten die Teilnehmer ihre Konzepte aus, es winken Preisgelder von bis zu 30.000 EUR. Online-Seminare und Workshops vor Ort bereiten auf die Unternehmensgründung vor. Beim Investitionsforum Seed4Money besteht die Möglichkeit, die eigene Geschäftsidee vor potenziellen Investoren zu präsentieren. Wertvolle Kontakte können Jungunternehmer auch im Rahmen der Science4Life-Messe knüpfen, auf der auch Alumni neueste Produkte und Ideen vorstellen können. Die Initiative wird u.a. von Sanofi Aventis, dem Land Hessen und der Europäischen Union gefördert.

Anzeige

e CAPITAL

entrepreneurial Partners AG

eCAPITAL ist eine unternehmergeführte Beteiligungsgesellschaft mit Sitz in Münster, die seit 1999 innovative Unternehmer in zukunfts-trächtigen Branchen aktiv begleitet. Wir suchen das Gespräch und die Zusammenarbeit mit

Unternehmerschönheiten

die wir bei ihrem ehrgeizigen Wachstumskurs mit unserem Netzwerk und unserer unternehmerischen Erfahrung in wichtigen operativen und strategischen Fragestellungen unterstützen möchten.

Wir investieren vornehmlich in Start-Ups mit Fokus auf

- Cleantech
- Neue Materialien
- Optische Technologien

Seedfinanzierungen sind im Rahmen unserer regional fokussierten Gründerfonds Bielefeld-Ostwestfalen und Münsterland möglich. Gerne unterstützen wir Sie bei Ihrem Unternehmensaufbau.

Wir freuen uns auf ein vertrauliches Gespräch mit Ihnen!

Dr. Paul-Josef Patt
eCAPITAL entrepreneurial Partners AG
Hafenweg 24, 48155 Münster
Telefon: +49 251 703767-20
patt@ecapital.de
www.ecapital.de

Zu unseren Portfoliounternehmen gehören z.B.:



Lockruf aus Dortmund: start2grow

Auch der Dortmunder Businessplan-Wettbewerb start2grow richtet sich an Gründer aus ganz Deutschland, möchte aber den Standort Dortmund stärken. Die Preisgelder werden in zwei Stufen ausgezahlt: Die erste Hälfte erhalten die Sieger des Wettbewerbs sofort, die zweite Hälfte ist an eine Gründung vor Ort gebunden. Der Wettbewerb umfasst alle Branchen, setzt aber Schwerpunkte in den Bereichen Informationstechnologien und neue Technologien. Start2grow zieht Gründer vor allem durch sein umfangreiches Netzwerk an: Über 600 Experten stehen den Teilnehmern mit ihrem Rat zur Seite. Direkten Kontakt zu den Beratern eröffnet eine Online Coaching Area. Träger des Wettbewerbs ist dortmund-project, ein Teil der Wirtschaftsförderung Dortmund.

start&more: Technologie im Schwarzwald

Die Gründer in der eigenen Region möchte der Wettbewerb start&more fördern. Die Veranstalter MicroMountains Venture AG und die IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg stellen den Siegern Beteiligungskapital in Höhe von bis zu 100.000 EUR in Aussicht. Teilnehmen können Gründer

von Technologieunternehmen, die sich in Villingen-Schwenningen oder in der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg ansiedeln wollen. Unterstützung erhalten sie durch Experten vor Ort, das Coaching kann auch über das Ende des Wettbewerbs hinaus in Anspruch genommen werden. Die Teilnehmer haben Zugang zum IHK-Netzwerk aus rund 30.000 Mitgliedsunternehmen.

Förderung in Österreich: austria wirtschaftsservice

Anlaufstelle für Unternehmensgründer in Österreich ist austria wirtschaftsservice (aws). Die Förderbank der Republik Österreich bietet verschiedene Förderprogramme für junge und etablierte Unternehmer. Der Businessplan-Wettbewerb PreSeed Call richtet sich an Vorgründungsprojekte aus dem Technologiebereich. Marktorientierung, Marktnähe und Wirtschaftlichkeit der geplanten Produkte, Verfahren und Dienstleistungen müssen bereits plausibel und nachvollziehbar dargestellt werden können. Die besten eingereichten Projekte haben die Chance auf eine Förderung in Höhe von bis zu 150.000 EUR. Gründer aus der Biotechnologie können sich beim internationalen Wettbewerb Best of Biotech beweisen. Veranstalter ist das Programm Life Science Austria von aws. Beide Wettbewerbe werden durch das Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend unterstützt.

Venture kick stößt Schweizer Gründer an

Schweizer Gründern bietet der Businessplan-Wettbewerb venture kick die Möglichkeit, ihre Geschäftskonzepte Erfolg versprechend zu planen. Zielgruppe sind potenzielle Jungunternehmer aus den Schweizer Universitäten und Fachhochschulen. Ziel der Förderinitiative ist es, die Zahl der Spin-offs zu verdoppeln, indem der Gründungsprozess beschleunigt wird und die Start-ups für Investoren attraktiver gemacht werden. Dazu unterstützt venture kick die Gewinner mit einem Startkapital von bis zu 130.000 CHF. Zudem profitieren die Start-ups vom Know-how erfahrener Unternehmer und erhalten Zugang zu einem nationalen Netzwerk von Investoren und Start-up-Experten. Getragen wird der Wettbewerb von einer Gruppe privater Stiftungen.

Fazit:

Gründerinitiativen und Businessplan-Wettbewerbe in Deutschland, Österreich und der Schweiz fördern den Unternehmergeist in Europa und zeigen Gründern in zahlreichen Programmen Wege zum Erfolg auf. Gründer profitieren von umfangreichen Netzwerken, intensiver Betreuung, dem Austausch untereinander und dem Kontakt zu Kapitalgebern. Rührigen Jungunternehmern stehen alle Möglichkeiten offen, um ihre Ideen zum Erfolg zu führen.

Anzeige

EVM 
EUROPEAN VENTURE MARKET
where investors and entrepreneurs meet

9th & 10th of November 2010
Hochschule Liechtenstein
FL-Vaduz

60 Companies out of the following sectors:

CLEANTECH: e-mobility, energy storage, smart grid

ICT: e-commerce, games, new media

HIGHTECH: new materials, nanotechnology, sensors

present in front of reputable investors



kmu zentrum.



CleanTech Capital



more information about the 14th European Venture Market:
fon: +49 (0)30 44 03 86-0 fax: +49 (0)30 44 03 86-22
evm@continua.de

susanne.harrer@vc-magazin.de

www.europeanventuremarket.com

Businessplan-Wettbewerbe im Überblick (Auswahl)			
Wettbewerb	Region	Preisgeld in EUR	Website
Lokale Ausrichtung			
Gipfelstürmer BPW	Landkreise Bad Tölz, Miesbach, Rosenheim, Berchtesgadener Land, Traunstein	mind. 15.000	www.gipfelstuermer-bpw.de
Gründerpreis Bremerhaven	Bremerhaven	50.000	www.gruenderpreis.de
start&more	Region Schwarzwald-Baar-Heuberg	175.000*	www.startandmore.com
StartUp-Impuls	Hannover	80.000	www.hannoverimpuls.de
Webfuture Award	Hamburg	25.000	www.hamburg-media.net
Regionale Ausrichtung			
1,2,3,GO	Saarland und Rheinland-Pfalz sowie Großherzogtum Luxemburg, Lothringen und Wallonien	mehrere Tausend EUR	www.123go-networking.org
Benchmark Award.Med NRW	Nordrhein-Westfalen	20.000	www.startbahn-ruhr.de
BPW Berlin-Brandenburg	Berlin, Brandenburg	63.000	www.b-p-w.de
Businessplan-Wettbewerb Nordbayern	Nordbayern	37.500	www.netzwerk-nordbayern.de
ego.BPW	Sachsen-Anhalt	50.000	www.egobusiness-sachsen-anhalt.de
FutureSax	Sachsen	68.000	www.futuresax.de
Ideenwettbewerb Schleswig-Holstein	Schleswig-Holstein	12.500	www.seedfonds-sh.de
Münchener Businessplan Wettbewerb	Südbayern	50.000	www.mbpw.de
Pioniergeist	Rheinland-Pfalz	30.000	www.pioniergeist.rlp.de
Promotion Nordhessen	Nordhessen	40.000	www.promotion-nordhessen.de
Gründerpreis Thüringen	Thüringen	55.000	www.bpw-thueringen.de
VentureCup-MV	Mecklenburg-Vorpommern	420.000	www.venturecup-mv.de
Überregionale Ausrichtung			
bwcon: Hightech-Award Cyber One	bundesweit	35.000	www.cyberone.de
Deutscher Gründerpreis	bundesweit	Sachpreise	www.deutscher-gruenderpreis.de
enable2start	bundesweit	250.000	www.enable2start.de
Gründerwettbewerb - IKT Innovativ	bundesweit	bis zu 270.000	www.gruenderwettbewerb.de
netStart Award	bundesweit	20.000	www.netstart.de
NUK-Businessplan-Wettbewerb	bundesweit	mind. 17.500	www.neuesunternehmertum.de
PreSeed Call	Österreich	bis zu 150.000	www.awsg.at
Science4life Venture Cup	bundesweit	76.000	www.science4life.de
start2grow	bundesweit	66.000**	www.start2grow.de
venture kick	Schweiz	bis zu 130.000 CHF	www.venturekick.ch

* Die Preisgelder werden als stille Beteiligungen ausgezahlt.

** Volle Auszahlung bei Gründung vor Ort.

Quelle: eigene Recherche

Nachhaltige Unterstützung im Gesamtpaket

Was umfassende Gründungsinitiativen als Geburtshelfer für Start-ups leisten

An guten Ideen mangelt es nicht in Deutschland. Vor allem in den Bereichen Gesundheit, Life Science, IT und Energie liegt großes Potenzial für innovative Ansätze, aus denen sich neue Produkte oder Dienstleistungen ableiten lassen. Jedoch scheuen viele kreative Köpfe davor zurück, diese in zukunftsweisende Unternehmensgründungen umzusetzen. Oft fehlen unternehmerische Erfahrung, Kontakte und das notwendige Startkapital oder auch einfach Mut, denn der Weg zu einer erfolgreichen Gründung gleicht einem Hindernislauf. Zahlreiche Initiativen zur Unterstützung von Gründern setzen genau hier an.

Von Experten lernen

Neben reinen Qualifizierungsangeboten, Kontaktbörsen oder Investmentforen stechen solche Initiativen heraus, die sich der Gründer umfassend und intensiv annehmen. Diese decken einzelne Aspekte der Herausforderungen einer Unternehmensgründung ab, vereinen aber auch die wichtigsten Angebote und begleiten Schritt für Schritt. Manche unter ihnen haben sich dabei auf einzelne Branchen spezialisiert und können Gründer in diesen Bereichen daher besonders fachkundig und zielgerichtet unterstützen, andere sind offen für alle Branchen. Doch welche Leistungen sollte eine gute umfassende Gründerinitiative vereinen? Erfahrene Unternehmer und Manager nehmen sich im Rahmen von Senior Consulting-Initiativen meist ehrenamtlich als Mentoren der Gründer an und begleiten sie individuell und intensiv. Gemeinsam können Ideen weiterentwickelt, ein Geschäftskonzept aufgestellt und das eigene Unternehmen geplant werden. In Qualifizierungsveranstaltungen bietet sich die Chance, Wissenslücken zu schließen und von Personalplanung über Marketing und Vertrieb bis zur Finanzplanung alles zu lernen, was für die Führung eines Unternehmens unerlässlich ist.

In Wettbewerben messen und profitieren

Businessplan-Wettbewerbe, die auch Beratung, Qualifizierung und Networking vereinen, sind für viele Gründer besonders lohnende Initiativen. Sie bieten zusätzlich die Chance, sich mit Gleichgesinnten zu messen, Gutachter und Juroren mit dem Geschäftskonzept zu überzeugen und von Geld- und Sachpreisen zu profitieren. Vor allem aber: Einfacher, kostengünstiger und besser kann man

seinen Businessplan, der für den Unternehmensstart eigentlich unverzichtbar ist, nicht auf die Beine stellen. Im Vordergrund aller guten umfassenden Gründungsinitiativen steht jedoch, den Gründern auf ihrem Weg – auch nach der Gründung – mit Rat und Tat zur Seite zu stehen und so nachhaltige Starthilfe zu leisten.

Zum Start schon gut vernetzt

Nicht zu unterschätzen ist bei allen Arten von Gründungsinitiativen die große Bedeutung von Networking, gerade auch für junge Unternehmer. Gründer können von den Kontakten im Netzwerk der Gründungsinitiative enorm profitieren. Denn sie kommen nicht nur mit anderen Gründern zusammen, sondern lernen auch erfolgreiche Unternehmer und fachkundige Spezialisten, wie z.B. Patentanwälte und Vertriebsexperten, kennen – eine Möglichkeit, Synergien zu entdecken und Geschäftskontakte anzubauen. Vor allem aber auch der Kontakt zu potenziellen Investoren wie Business Angels, Venture Capital-Fonds und Fördergebern ist eine Gelegenheit, mit dem eigenen Unternehmenskonzept zu begeistern und schon früh die Weichen für eine mögliche Finanzierung zu stellen. Besonders hilfreich sind von den Initiativen organisierte Investorenforen, bei denen Start-ups eine strukturierte Gelegenheit haben, ihr Geschäftsmodell vor Finanziers zu präsentieren. ■

Zum Autor



Gary Gelsing ist Pressesprecher der Startbahn Gründerwettbewerbe.Med. Das von der EU und dem Land NRW geförderte Projekt richtet sich mit dem Businessplan-Wettbewerb Medizinwirtschaft, dem Benchmark Award.Med NRW und dem Venture.Med NRW Investorenforum an Gründer und junge Unternehmer der Medizin- und Gesundheitswirtschaft.



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

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

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

Case Study

Durch Wettbewerbe zum Erfolg

Particular GmbH: Nanopartikel mit hoher Reinheit

Seit 2010 kann die Particular GmbH den Laserabtrag in Flüssigkeiten aufgrund seiner einzigartigen Materialvielfalt und der hohen Reinheit zur kommerziellen Produktion von Nanopartikeln einsetzen. Eigenen Angaben zufolge ist das Unternehmen damit weltweit der erste Player in diesem Segment. Als Ausgründung aus dem Laser Zentrum Hannover entstanden, belegte das junge Start-up in diesem Jahr den ersten Platz im bundesweit einzigartigen „Businessplan Wettbewerb Medizinwirtschaft“. Zuletzt gehörte Particular zu den Preisträgern im Businessplan-Wettbewerb der Gründerinitiative Science4Life.

Einzigartige Laserabtragstechnik

Nanopartikel sind das Kernprodukt von Particular. Im Rahmen ihrer Forschungen am Laser Zentrum Hannover haben Nico Bärsch und Stephan Barcikowski den Laserabtrag in Flüssigkeiten zur Nanopartikelproduktion in Wasser oder Lösungsmitteln ausgereift. Die Vorteile liegen in der Materialvielfalt und den kurzen Entwicklungszeiten für neue Materialien sowie in der hohen Reinheit. Damit wendet sich Particular vor allem an die Entwickler von Spezialanwendungen, die abseits vielerorts produzierter Massenware auf die Verwendung von hoch entwickelten Nanopartikeln angewiesen sind. Particular verwendet in seiner Produktion ausschließlich Materialien, die der Kunde in seinem Endprodukt haben möchte. Reste etwaiger chemischer Zwischenprodukte kommen nicht vor. „All das ermöglicht die Laserabtragstechnik, die wir als erstes Unternehmen nutzen“, erklärt Bärsch.

Lernfaktor Businessplan-Wettbewerb

Wertvolle Erfahrungen und hilfreiche Kontakte zu Experten und potenziellen Investoren konnten Bärsch und Barcikowski durch ihre Teilnahme an verschiedenen Businessplan-Wettbewerben gewinnen. Schon die Förderung für den Exist-Forschungstransfer, mit dem die beiden Ingenieure die Gründung von Particular neben ihrer Arbeit am Laserzentrum Hannover entscheidend vorantreiben konnten, „bekam nur, wer mit seinem ersten Geschäftskonzept und seinem Vortrag den Projektträger und die



Durch ein verfeinertes Verfahren des Laserabtrags produziert Particular Nanopartikel nach den Wünschen der Kunden.
Foto: Particular

Jury überzeugte“, erinnert sich Bärsch. Das gleiche Prinzip galt bei den Wettbewerben von Startbahn MedEcon Ruhr und Science4Life. Entscheidend sei auch der Lernfaktor. „Wir waren gut vorbereitet, bekamen aber durch die Veranstalter und Coachs umfangreichere weitere Hilfe und immer wieder neue Anregungen“, sagt Bärsch heute. Ein gut ausgearbeiteter Businessplan ist die Grundlage einer Unternehmensgründung, meint auch Gerhard Hahner, Mitinitiator von Science4Life: „Der Businessplan ist Voraussetzung zur Kapitalbeschaffung, denn er stellt die Strategie, Ziele und die betriebswirtschaftlichen Seiten der Geschäftsidee detailliert dar.“ Gerade für Naturwissenschaftler, die mit betriebswirtschaftlichen Kenntnissen wenig vertraut sind, ist der Businessplan eine große Herausforderung.

Voraussetzung für Finanzierung

Ohne eine schriftliche Dokumentation des Vorhabens ist es heute nahezu unmöglich, Gelder für eine Gründung zu akquirieren. Folglich sollten Gründer der Erstellung ihres Businessplans hohe Aufmerksamkeit schenken. „Leider bewerten Gründer dessen Bedeutung oft nicht hoch genug, da die Erstellung sehr zeitaufwendig ist“, moniert Hahner. Umso wichtiger ist es, schon während der Entwicklung der Geschäftsidee professionelle Unterstützung in Anspruch zu nehmen. Die Meinung mancher Venture Capital-Investoren, dass die Teilnahme an vielen Wettbewerben mitunter Zeitverschwendungen oder Ausdruck eines Drangs zur Selbstdarstellung sei, kann Bärsch nur bedingt nachvollziehen: „Solange man noch in der Vorbereitungsphase ist und jedes Mal neue Impulse bekommt, schadet es bestimmt nicht.“ Und am Ende ist von ganz alleine Schluss – spätestens wenn man seine Zeit in Kundengespräche und das Schreiben von Angeboten investiert. ■

Holger Garbs

redaktion@vc-magazin.de

KURZPROFIL PARTICULAR GMBH

• Vision:	Weltweit erstes Unternehmen der Nutzung des Laserabtrags in Flüssigkeiten zur kommerziellen Produktion von Nanopartikeln
• Gründungsjahr:	2009
• Branche:	Nanotechnologie
• Sitz:	Hannover
• Umsatz 2010 (erwartet):	k.A.
• Internet:	www.particular.eu

Hier entsteht Zukunft



HOTSPOT FÜR LIFE SCIENCE-UNTERNEHMENSGRÜNDER

- 15 Jahre intensive Erfahrung mit BioTech-Unternehmensgründern
- Büros und möblierte Labore mit einer hochwertigen technischen Gebäudeausstattung zu fairen Preisen
- Ein kreatives Umfeld mit Forschungseinrichtungen von Weltruhm in direkter Nachbarschaft
(zwei Elite-Universitäten LMU, TU, Klinikum Großhadern, MPIs u.v.m.)
- Geografische Heimat für über 50 BioTech-Firmen
- Ein effizientes Netzwerk
- Enge Kontakte zu Investoren
- Attraktive, moderne Konferenzräume auch für Externe
- Schnelle, unkomplizierte Lösungen



Innovations- und Gründerzentrum Biotechnologie IZB
Martinsried · Freising

wir sind
aktiver Partner im
CLUSTER BIOTECHNOLOGIE BAYERN

Am Klopferspitz 19

82152 Planegg/Martinsried

Tel.: +49 (0) 89 - 700 656 70

Fax: +49 (0) 89 - 700 656 77

www.izb-online.de

Unsere Mieter:

4SC AG (DD) · Adriacell SpA (DD) · AMSilk GmbH (S) · amYmed GmbH (DS) · Bayerische Gewebebank GmbH (P/S) · Bernina Plus & Hartmann Diagnostic Service (DD/DS) · BioM AG (S) · BioM Cluster Development GmbH (S) · BioM WB GmbH (S) · Biontex Laboratories GmbH (P) · Chromotek (P) · Coriolis PharmaService GmbH (S) · CRELUX GmbH (DD/DS) · DoNatur GmbH (DD) · DPC Pharma Consulting (S) · EKFS Herzchirurgie Prof. Dr. Eissner (DD) · Ella Biotech GmbH (DS) · eticur) GmbH (DS) · Fresenius Biotech GmbH (DD) · Frost Lifescience (DS/S) · ibidi GmbH (DS) · Kinaxo Biotechnologies GmbH (DD) · Leukocare AG (DS) · Management Consulting Merx - McM GmbH (S) · MenloSystems GmbH (I) · NanoScape AG (P) · Octapharma Biopharmaceuticals GmbH (DD/DS) · Omegametrix GmbH (DS) · originis GmbH (DD/DS) · Prionics Deutschland GmbH (S) · Proteros biostructures GmbH (P/S) · quattro research GmbH (DD/DS) · QinLAB Diagnostik (P) · R&D Biopharmaceuticals GmbH (DD/DS) · RSA (S) · SiNatur GmbH (DD) · SIRION Biotech GmbH (P/S) · Smart Move 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) · Vesalius Biocapital (S) · aromaLab AG (S) · ATRES engineering biogas (S) · BioEPS GmbH (S/DS) · Euroderm GmbH (P) · GENidee · Gimbio GmbH (S,IT-S,P) · HDBI Hans-Dieter-Belitz-Institut (P/I) · Pieris AG (DD) · UGT Umwelt-Geräte-Technik GmbH (P) · vertis Biotechnologie AG (DD/DS) · XL Protein (DD/P)

Case Study

Antikörper leuchten den Weg zum Geschäftserfolg

Chromotek GmbH entwickelt begehrte Chromobodies

Mit ihrem Produkt könnte die im Innovations- und Gründerzentrum Biotechnologie (IZB) in Martinsried ansässige Chromotek die pharmazeutische Wirkstoffforschung umkrempeln: Mit Chromobodies lässt sich die Wirkung bestimmter Stoffe auf Körperzellen in Echtzeit analysieren.

Cleverer Marketing-Schachzug

Von ihren Produkten sind Ulrich Rothbauer und sein Team überzeugt. So sehr, dass sie sie im Zweifelsfall auch verschenken. Was sich zunächst kurios anhört, erwies sich als cleverer Marketing-Schachzug. An der Münchner Ludwig-Maximilians-Universität hatte der Biologe Rothbauer mit einer Forschungsgruppe die sogenannte GFP-Trap entwickelt, ein Nachweisreagenz für die biomedizinische Forschung. Es ist „eine Art Falle für das grün fluoreszierende Protein GFP, das in der zellbiologischen Forschung eingesetzt wird“, erklärt Rothbauer. Durch die Kopplung dieses Proteins an diverse Zielproteine kann die räumliche und zeitliche Verteilung dieser Fusionsproteine in lebenden Zellen, Geweben und Organismen beobachtet werden. GFP-Trap dient dazu, diese Fusionsproteine aus der Gesamtheit der Proteine in den Zellen herauszulösen und für weitere Analysen zur Verfügung zu stellen. Diese Entwicklung stieß bei vielen Forschern auf Interesse – und durch die kostenlose Lieferung an Multiplikatoren war GFP-Trap als Analyse-Instrument schnell weltweit in Fachzeitschriften und auf Kongressen präsent. Das erhöhte die Nachfrage – und brachte das Geschäftsmodell der Ende 2008 gegründeten Chromotek GmbH in Schwung.

Chromobodies als Goldgrube

Mithilfe der Exist-Seed-Förderung des Bundeswirtschaftsministeriums, die Gründungen aus der Wissenschaft unterstützt, konnte das Team 2007 und 2008 GFP-Trap zur Marktreife entwickeln und parallel bereits an

der Chromobody-Technologie arbeiten, dem zweiten Standbein. Chromobodies sind leuchtende Antikörper, eine Art Marker, mit denen sich zelluläre Prozesse, wie etwa die Zellteilung, in Echtzeit beobachten lassen, ohne dass dabei die Zellstruktur verändert wird. Das Haupteinsatzgebiet sieht Rothbauer in der pharmazeutischen Wirkstoffentwicklung, um die Wirkung bestimmter Stoffe auf Körperzellen nachzuweisen – Zielgruppe sind große Pharmakonzerne. Zudem handelt es sich um ein wissenschaftlich hochspannendes Thema: Mit den Chromobodies überzeugten Rothbauer und sein Team auch die Jury von Go-Bio, der Gründungsoffensive Biotechnologie des Bundesforschungsministeriums. Go-Bio bescherte der Forschergruppe nach dem Auslaufen der Exist-Förderung eine Anschlussfinanzierung über 1,5 Mio. EUR, mit der bis Ende 2010 Personalkosten, Geräte, Sachmittel und Beratungskosten finanziert werden können, um auch die Chromobody-Technologie bis zur Marktreife zu entwickeln.

Klare Mission

Auch dieses Ziel soll spätestens im März kommenden Jahres erreicht sein. Der Businessplan, den die Forscher damals auch mit Coaching aus dem Exist-Programm erarbeitet haben, „hätte gar nicht besser funktionieren können“, freut sich Katrin Schmidthals, die bei Chromotek für Finanzen und Administration zuständig ist. Denn GFP-Trap und das neue Produkt RFP-Trap sorgen sowohl für stabile Umsätze als auch für schwarze Zahlen. „Das ist bei Biotech-Start-ups zumindest ungewöhnlich“, sagt Schmidthals hörbar stolz. Die Querfinanzierung der Chromobody-Forschung kann also zumindest auch teilweise aus eigener Kraft realisiert werden. Seit Juli indes haben auch der High-Tech Gründerfonds und Bayern Kapital in Chromotek investiert. Sie stellen 400.000 EUR zur Verfügung, um den Markteintritt der Chromobody-Technologie zu beschleunigen. Parallel hat sich das Unternehmen auch für die nächste Go-Bio-Runde beworben. So oder so ist Rothbauer und seinem Team nicht bange – bis 2016, lautet die gemeinsame Mission, will die Chromotek der führende Anbieter von Lebendzell-Reagenzien sein. ■

Lars Radau

redaktion@vc-magazin.de

KURZPROFIL CHROMOTEK GMBH	
• Vision:	bis 2016 führender Anbieter von Lebendzell-Reagenzien
• Gründungsjahr:	2008
• Branche:	Biotechnologie
• Sitz:	Martinsried
• Umsatz 2010 (erwartet):	k.A.
• Internet:	www.chromotek.com

NACHGEFRAGT BEI DR. PETER HANNS ZOBEL, GESCHÄFTSFÜHRER DER IZB GMBH

VC Magazin: Die Firma Chromotek ist der jüngste Mieter des IZB, daneben haben sich auch andere Gesellschaften bei Ihnen angesiedelt – im kürzlich eröffneten Bauabschnitt West II beispielsweise die Chemieschule Elhardt. Welche Funktion erfüllt die Schule am Standort?



Dr. Peter Hanns Zobel

Zobel: Da biotechnologische Assistenz, oder kurz BTA, auf dem Campus Mangelware sind, pflegt das IZB seit einigen Jahren einen engen Kontakt zur Chemieschule Elhardt. Wir hoffen, dass nun pro Jahr bis zu 60 neue BTA vor Ort im IZB ausgebildet werden. Die Schüler sollen ihre Praktika bei unseren Mietern sowie bei den Nachbarn – Max-Planck-Institute, Ludwig-Maximilians-Universität und Biotechnologiefirmen des Gewerbegebiets – machen und später auch dort nahtlos eine Anstellung finden. Ich hoffe, dass die Chemieschule ein langfristiger Partner auf dem Campus in Martinsried wird.

VC Magazin: Zu welchen Neuerungen hat West II grundsätzlich geführt, und welche Bedeutung hat der neue Teil für das IZB?

Zobel: Die Chemieschule ist sicher die erwähnenswerteste Neuerung, da es sich um eine qualitative Weiterentwicklung des Standorts handelt. Doch auch der Umzug der Bio-M Biotechnologie Development GmbH und von Menlo Systems, die beide unter Wachstumsdruck stehen, eröffnet im IZB Ost die Möglichkeit, Neugründungen wie Chromotek, aber auch Zuzüge wie Leukocare oder AmSilk auf ihrem Wachstumskurs zu unterstützen.

VC Magazin: Das IZB wächst kontinuierlich in kleinen Schritten. Was planen Sie für die Zukunft?

Zobel: Mit dem Abschnitt West II haben wir nun ca. 25.000 m² an vermietbarer Fläche erreicht. Wir planen derzeit in Abstimmung mit der Max-Planck-Gesellschaft den Bau eines Hotels, um den Aufenthalt von Gastwissenschaftlern, Kunden und Beratern noch professioneller und effizienter zu gestalten. Daneben sprechen wir mit der Gemeinde Planegg u.a. über neue Gewerbeblächen sowie über die U-Bahn, die 2014 genau hinter dem IZB einen Ausgang haben wird. Mit der LMU und der Max-Planck-Gesellschaft planen wir eine ansprechende und übergreifende Campusgestaltung. Wir haben noch viele weitere Ideen für die kommenden Jahre!

torsten.passmann@vc-magazin.de

Anzeige

rap-network.de



Regionaler Finanzierungsfonds für Innovationen und Technologieunternehmen

E R N T E Z E I T

Auch Investmentserfolge entstehen nicht von selbst. Neben persönlichem Engagement, Wissen und Augenmaß benötigt man als Unternehmer auch professionelle Partner, um mit seinen Investitionen einen guten Ernterfolg zu erzielen. S-Refit unterstützt deshalb seit 20 Jahren erfolgreich junge Technologieunternehmen und mittelständische Firmen mit Kapital und Know-how.

Als fairer und flexibler Partner auf Zeit begleiten wir Unternehmen von der Seed- oder Start-up-Phase und gewähren mit offenen Minderheitsbeteiligungen Venture Capital.

S-Refit ist mit ca. 30 Beteiligungen die größte von Sparkassen getragene Beteiligungsgesellschaft in Bayern.

S-REFIT AG
Sedanstraße 15 · 93055 Regensburg
Telefon +49 (0)9 41 6 95 56-0
WWW.S-refit.de

Initiativen

Case Study

Sieg mit einem Energiewandler

Maschinenwerk Misselhorn produziert Strom aus Wärme

Industrieanlagen erzeugen täglich enorme Mengen an Abwärme, die meist ungenutzt verpufft. Die Ingenieure der Maschinenwerk Misselhorn GmbH wollen für dieses ökonomische Problem eine Lösung bieten: Zwei Generationen der namengebenden Familie Misselhorn arbeiten an der Entwicklung eines Moduls, mit dem aus Abwärme Strom gewonnen wird. Mit dieser Geschäftsidee überzeugte das Start-up nicht nur beim Münchener Business Plan Wettbewerb.

Energieeffizienz steigern

„Wir haben uns vom konventionellen Prozess der Geothermie gelöst und einen völlig neuen Weg entdeckt“, schwärmt Geschäftsführer Dr. Mark Misselhorn. Mit ihrer Geschäftsidee wollen die Misselhorns neue Wege in der Energieeffizienz beschreiten. Der thermodynamische Energiewandler von Maschinenwerk Misselhorn soll industrielle Abwärme auch bei niedrigen Temperaturen in Strom umwandeln. „Bisherige Verfahren brauchen dafür sehr hohe Temperaturen und haben einen geringen Wirkungsgrad“, erklärt der promovierte Volkswirt. Gerade vor dem Hintergrund immer knapper werdender Ressourcen sei das Thema Energieeffizienz hochaktuell.

Onkel, Neffe und Vater

Mark Misselhorns Onkel Jürgen Misselhorn, der seit über 25 Jahren als selbstständiger Maschinenbauingenieur tätig ist, entwickelte vor wenigen Jahren ein Konzept zur Stromumwandlung aus Abwärme. Er überzeugte seinen Neffen von dem Vorhaben und holte außerdem seinen Bruder an Bord, den Bauingenieur Ernst-August Misselhorn. Gemeinsam mit dem Patentspezialisten Christian Freese und dem IT-Unternehmer Peter Dumitsch gründeten sie 2007 die Maschinenwerk Misselhorn GmbH.

„Unternehmen sparen bares Geld“

Das Team entwickelte zunächst mit Kapital aus den eigenen Taschen ein kleines Funktionsmuster, um die Technologie zu testen. „Unser Verfahren ist viel effizienter als konventionelle Anwendungen – eine echte Neuheit“, erklärt Mark Misselhorn. Unternehmen würden bares Geld sparen, weil sie sich nicht mehr um die Ableitung ihrer Abwärme



Mit einem Modul, das industrielle Abwärme in Strom umwandelt, gewann das Team der Maschinenwerk Misselhorn GmbH den Münchener Business Plan Wettbewerb.

kümmern müssten und ihren Strom selbst produzieren, zählt er die Vorteile auf. Bei einem Strompreis von 10 Cent pro Kilowattstunde rechne sich das Modul bereits nach drei Jahren, so die Gründer.

Wettbewerb als Prüfstein

Das Verfahren stieß zunächst jedoch auf skeptische Reaktionen. 2007 nahm das junge Unternehmen am Münchener Business Plan Wettbewerb (MBPW) teil – und bekam von vielen Juroren kritisches Feedback, die an der Machbarkeit des Produkts zweifelten. „Die Vorbehalte waren groß“, erinnert sich der jüngste Misselhorn im Team. Also machten sich die Gründer daran, ihre Technologie wissenschaftlichen Tests zu unterziehen. Die Erfindungen wurden patentierte, der Freistaat Bayern förderte das Start-up im Rahmen des Technologieförderungsprogramms BayTOU. 2010 reichte Maschinenwerk Misselhorn den Businessplan erneut beim MBPW ein – und landete auf Platz 1. Der Wettbewerb war für das junge Unternehmen ein entscheidender Prüfstein. „Am Anfang denkt man noch, man kann alles allein. Aber erst durch den Wettbewerb haben wir unsere Strategie richtig ausgerichtet“, resümiert Mark Misselhorn. Das Konzept überzeugte auch Investoren: Im Juli 2010 beteiligte sich die Gesellschaft Go4 Beteiligungen an dem Start-up. „Wir investieren in kluge Köpfe und in sinnvolle Geschäftsideen, Maschinenwerk Misselhorn vereint beides“, erklärt Manfred Moullion, Geschäftsführer von Go4.

Ausblick

Mit dem frischen Kapital arbeitet das Team im Moment an der Fertigstellung des Prototypen und will in einem Jahr in Produktion gehen. Die Nachfrage ist laut Unternehmensangaben bereits groß: Im Anschluss an den MBPW haben sich potenzielle Kunden wie Betreiber und Hersteller von Biomasse- oder Geothermieranlagen gemeldet und Interesse an der Technologie bekundet. ■

susanne.harrer@vc-magazin.de

KURZPROFIL MASCHINENWERK MISSELHORN GMBH	
• Gründungsjahr:	2007
• Branche:	Maschinenbau/erneuerbare Energien
• Sitz:	München
• Zahl der Mitarbeiter:	6
• Umsatz 2010 (erwartet):	k.A.
• Internet:	www.mwm.ag



2 Equity Value Fonds 2 attraktive Renditechancen Eine Credit Suisse, mit der Sie antizyklisch investieren können

Credit Suisse Equity Fund (Lux) Global Value

Credit Suisse Equity Fund (Lux) USA Value

In Zeiten volatiler Märkte investieren Anleger oft in Aktien zu überhöhten Preisen, entsprechend können sich die Renditechancen verringern. Gibt es eine Alternative? Ja. Die Credit Suisse Equity Value Fonds bieten Ihnen einen kontinuierlichen Deep Value Ansatz. Ob amerikanischer oder globaler Markt, Sie investieren antizyklisch in unterbewertete Firmen mit langjährigem Leistungsausweis. Durch den günstigeren Anlagepreis ergibt sich so langfristig eine attraktive Renditemöglichkeit. Profitieren Sie von der hohen Performance und dem nachweisbaren Track Record unserer Fondsmanager und investieren Sie jetzt in die Credit Suisse Equity Value Fonds. Für mehr Informationen kontaktieren Sie uns unter 069/7538-1111 oder besuchen Sie uns auf

credit-suisse.com/de

Credit Suisse Equity Fund (Lux) Global Value

WKN-Nr.	796586
ISIN-Nr.	LU0129338272
Bloomberg Code	CSEFSIE LX

Credit Suisse Equity Fund (Lux) USA Value

WKN-Nr.	A0B9CW
ISIN-Nr.	LU0187731129
Bloomberg Code	CSEUSVB LX



Engel fliegen auf Dotcoms

Der Business Angels-Markt ist in Bewegung

Etwa 5.000 Business Angels sind in Deutschland aktiv, sie investieren jährlich rund 200 Mio. EUR in junge Unternehmen. Die Gründer profitieren nicht nur vom Kapital der Engel, vielmehr können sie deren umfangreiches Know-how und ihr Netzwerk zum Aufbau ihres Geschäfts nutzen. Die Privatinvestoren zeigen sich zurzeit zufrieden mit der Marktlage. Aus einer Umfrage des BAND Business Angels Netzwerk Deutschland e.V. zu den Aktivitäten der Angels im zweiten Quartal 2010 geht hervor, in welche Branchen die Privatinvestoren zuletzt investierten und auf welche Summen Jungunternehmer hoffen dürfen.

Aufwind für die Branche

BAND erhebt quartalsweise Daten über den informellen Markt für Beteiligungskapital in Deutschland. Die 37 befragten Privatinvestoren beantworten Fragen zu ihren geschäftlichen Aktivitäten und Markteinschätzungen. Dem BAND-Panel zufolge zeigten sich die Business Angels im zweiten Quartal 2010 zufrieden mit der Geschäftslage. Der errechnete Geschäftsklimaindex liegt weit über dem langjährigen Durchschnitt. In Zeiten der Krise scheinen die Engel Aufwind zu verspüren: Die Reihen der potenziellen Kapitalgeber haben sich gelichtet, wer jetzt noch bereit ist zu investieren, kann zu vergleichsweise günstigen Konditionen einsteigen. „Der Markt ist in Bewegung“, beobachtet auch Dr. Friedrich Georg Hoepfner, aktiver Business Angel und Vorstand der Hoepfner Stiftung. „Es ist viel Kapital vorhanden, aber nicht jeder hat den Mut, es auch zu investieren“, lautet seine Einschätzung. Grund könnte die Exit-Bilanz der Engel sein, die im zweiten

Quartal eher trüb ausfiel: Von fünf Exits waren drei Abschreibungen und zwei Verkäufe an strategische Investoren. Der letzte Börsengang, von dem ein Business Angel aus dem BAND-Panel profitierte, liegt inzwischen knapp drei Jahre zurück.

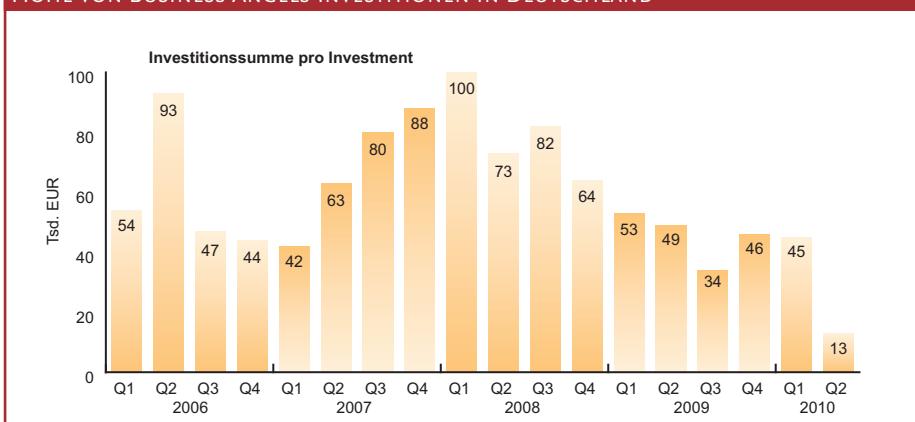
Mehr Businesspläne erwünscht

Das Interesse an neuen Deals ist unter den Business Angels dennoch groß: 38% der Panel-Teilnehmer setzten im zweiten Quartal des laufenden Jahres ihre Unterschrift unter einen Beteiligungsvertrag, im Vorquartal waren es nur 14%. Jeder vierte eingesendete Businessplan führte zu einem Gespräch, im ersten Quartal lag diese Quote nur halb so hoch. Dennoch zeigten sich die Befragten unzufrieden mit dem Gründerlan: Sie beobachteten einen Rückgang neuer Businesspläne und Gründungsvorhaben. Rund elf Geschäftspläne erhielt jeder von ihnen im zweiten Quartal, der niedrigste Stand seit dem ersten Quartal 2009. Business Angel Frank Siegmund, Geschäftsführer des Business Angels-Netzwerks IQ2b zeigt sich dennoch optimistisch: „Es gibt momentan viele Ansätze und Businesspläne, leider sind nicht alle fundiert und Erfolg versprechend. Wer zurzeit aber investieren möchte, findet durchaus interessante Geschäftsideen, die sich tatsächlich erfolgreich verwirklichen lassen.“

Investorengruppen immer beliebter

Business Angels gehen derzeit hauptsächlich kleinere Minderheitsbeteiligungen ein. 55% aller bestehenden Beteiligungen der Panel-Teilnehmer beziehen sich auf weniger als 10% des Unternehmenswertes. Die Investitionssummen gingen im zweiten Quartal 2010 deutlich zurück: Hatten deutsche Business Angels im Vorquartal noch durchschnittlich 45.000 EUR pro Unternehmen investiert, waren es von April bis Juni nur 13.248 EUR. „Hintergrund ist, dass die Business Angels immer stärker syndizieren, sich also zu Investorenengemeinschaften zusammenschließen“, mutmaßt

HÖHE VON BUSINESS ANGELS-INVESTITIONEN IN DEUTSCHLAND



Quelle: Business Angels Panel, BAND Business Angels Netzwerk Deutschland e.V.

BAND-Vorstand Roland Kirchhof. Privatinvestoren beteiligen sich also immer seltener alleine an einem Unternehmen, sondern treten im Verbund mit anderen auf. Dementsprechend verringert sich der Betrag, den der Einzelne in die Beteiligung investiert. Für Hoepfner liegen die Vorteile auf der Hand: „Ein wichtiger Punkt ist die Risikostruktur. Hinzu kommt die Möglichkeit, Know-how verschiedener Spezialisten einzubringen.“ Allerdings birgt die Syndizierung laut Hoepfner auch Risiken: „Gruppen von mehr als drei Investoren können unproduktiv werden, wenn keine klare Struktur etabliert ist.“



Dr. Friedrich Georg Hoepfner

Gute Aussichten für Dotcoms

Beste Chancen auf Kapital von Business Angels haben derzeit Gründer aus dem Bereich Web Services und E-Business. 62% der im BAND-Panel befragten Investoren halten diese Branche für attraktiv. Umwelttechnologien (59%) und Medizintechnik (54%) landeten auf den Plätzen zwei und drei in der Beliebtheitsskala. Die Einschätzung des Panels teilt auch Siegmund: „Software-Themen sind für mich unverändert interessant, ebenso Ideen im Umfeld der neuen Energiequellen.“ Zurückhaltung herrscht in der Branche jedoch gegenüber Anbietern von EDV-Hardware und gegenüber Finanzdienstleistern. Jeder vierte befragte Business Angel bezeichnete diese Branchen als unattraktiv. Hoepfner dagegen macht seine Investments nicht von der Branche abhängig:

„Wir haben zuletzt in Internetdienste, Einkaufssysteme und Konstruktionssoftware investiert, als Nächstes planen wir die Finanzierung eines TV-Senders und eines Rohstoffunternehmens. Es kommt nicht auf die Branche an, wir investieren in die richtigen Köpfe und ihre Ideen.“

Frank Siegmund

Fazit:

Business Angels sind derzeit aufgeschlossen für neue Investments und profitieren von der Marktbereinigung unter den Wagniskapital-Gebern. Sie treten zunehmend in Investorengemeinschaften auf, um Kapital und Know-how zu bündeln. Die besten Chancen auf eine Finanzierung haben Unternehmen mit Geschäftsmodellen im Bereich Web Services und E-Business. Doch auch auf dem Markt für informelles Beteiligungskapital gilt: Kluge Köpfe haben die besten Aussichten, Investoren von sich zu überzeugen. ■

susanne.harrer@vc-magazin.de

KAPITAL UND KOMPETENZ AUS EINER HAND



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 Geschäftsmodelle für die Kreativwirtschaft. 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

Ausgewählte Portfoliounternehmen:



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.



„Die höchsten Kosten entstehen durch das Sammeln von Erfahrungen“

Panel-Diskussion mit Peter Jungen, Dr. Cornelius Boersch, Christophe Maire und Jean-Pierre Vuilleumier

Wie sollen erfahrene Business Angels mit „Virgin Angels“ umgehen? Wie wird der Wert von Start-ups berechnet? Treten Engel in Heerscharen auf? Diesen und mehr Fragen stellten sich Ende August vier Business Angels. Ort der Panel-Diskussion war das beschauliche Ermatingen am Bodensee, Anlass der exklusive „2. Investor's Summit“ des Mountain Club, einer neuen Plattform zur Frühphasenfinanzierung.

VC Magazin: Wie stellt sich die derzeitige Situation in der Business Angels-Landschaft aus Ihrer Sicht dar?

Jungen: Mit Ausnahme von Großbritannien hat Europa eine unterentwickelte Business Angels-Szene. Ich schätze das 2009 in Deutschland insgesamt investierte Kapital auf nicht mehr als 20 Mio. EUR.

Boersch: Wir haben in den letzten zehn Jahren manchen Fehler gemacht. Wenn ehemalige Manager eine millionenschwere Abfindung erhalten, wollen sie sich oft als Business Angels engagieren. Landen diese Virgin Angels direkt am Anfang einen Flop oder zwei, kommen sie nie wieder. Wir erfahrenen Investoren müssen sie an die Hand nehmen, ihnen klar die Risiken aufzeigen und sie zuerst bei halbwegs sicheren Deals huckepack nehmen. Stellen sich Erfolge ein, machen sie auch weiter.

Vuilleumier: Vor zehn Jahren gab es in der Schweiz nur ein paar Fools, heute hat sich eine stabile Szene etabliert. Ich bin dankbar für diese Entwicklung, denn Venture Capital ist knapp und erst die Business Angels ermöglichen den vielen Gründern aus Lausanne oder Zürich den Start. Abgesehen davon ist die Schweiz in einigen Dingen ein Entwicklungsland, und dazu gehört die statistische Erhebung der Daten über Frühphasenfinanzierung: Offiziell sind wir im Blindflug. Ich schätze, dass zwischen 10 und 30 Mio. CHF pro Jahr in die ganz frühen Deals investiert werden.

VC Magazin: Wie gehen Business Angels vor, wenn sie den Wert eines Start-ups berechnen?



Diskutierten beim „2. Investor's Summit“ in Ermatingen: Peter Jungen, Dr. Cornelius Boersch, Christophe Maire und Jean-Pierre Vuilleumier (v.l.n.r.).

Jungen: Start-ups haben keine Kunden, keine Umsätze, keine Forderungen – aber eine Burn Rate. Wenn es also kein Geschäft gibt, muss man da nicht viel rechnen. Die zentrale Frage lautet daher: „Backing the horse or the jockey?“ Ich setze auf jeden Fall auf den oder die Gründer. Erstklassige Leute mit Durchhaltevermögen können auch zweitklassige Ideen zum Erfolg führen, andersherum scheitert es.

Vuilleumier: In der Dotcom-Zeit hat niemand gerechnet, auch die Venture Capitalisten nicht. Heute wird zwar gerechnet. Aber in der frühen Phase halte ich das für aussichtlos, weil vieles nur auf Prognosen beruht. Wenn Gründer mit Methoden wie Discounted Cashflow ankommen, bremse ich sie – sonst sind die Bewertungen zu hoch. Start-ups in der Seed-Phase müssen die Sicht des Investors einnehmen.

VC Magazin: Gibt es eine Zusammenarbeit unter Business Angels?

Jungen: Erfolgreiche Angels treten in Gruppen auf, weil sie unterschiedliche Talente haben. Aber das wissen wir schon aus dem Religionsunterricht – Engel kommen in Heerscharen.

Boersch: Wir investieren nur im Team, weil sich Business Angels ergänzen: Der eine hat hohe fachliche Kompetenz,

der nächste gute Industriekontakte und der dritte kann gut Gründer coachen. Außerdem achten wir sehr genau darauf, wer schon an Bord ist: Denn manche Investoren liefern regelmäßig gute Deals und manche regelmäßig schlechte. Wenn die guten Business Angels dabei sind, können wir blind investieren.

VC Magazin: Mit welchen Kosten müssen Business Angels rechnen? Wie finden Business Angels spannende Start-ups?

Jungen: Die höchsten Kosten entstehen durch das Sammeln von Erfahrung, denn die Mehrzahl der Investitionen sind lebende Tote oder Exit durch Abschreibung. Das Entscheidende ist also die Qualität des Dealfows. Auf der einen Seite können hier offene Business Angels-Netzwerke wie die rund 40 Mitglieder des deutschen Dachverbandes BAND hilfreich sein. Auf der anderen Seite existieren einige geschlossene Netzwerke, aber diese nehmen im Regelfall nur erfahrene Angels auf.

Boersch: Am Anfang des Dealfows steht erst einmal die Anzahl an Gründungen, und davon haben wir grundsätzlich zu wenige. Ansonsten gibt es regionale Unterschiede – so hat sich beispielsweise Berlin zur Hochburg für Internet-Start-ups entwickelt.

VC Magazin: Wie viel Geld braucht es, um einem Start-up Wachstum und Expansion zu ermöglichen?

Maire: Man braucht heutzutage weniger Geld als noch vor zehn Jahren, um Geschäftsideen erfolgreich umzusetzen. Im Internetsektor reichen schon zwei bis drei Business Angel-Runden. Ich kenne ein Start-up, das mit 1 Mio. EUR finanziert wurde und heute einen Wert von 40 Mio. EUR hat.

Jungen: Viele junge Unternehmen sind schon an zu viel Geld gescheitert, aber kleine Beträge können eine enorme pädagogische Wirkung entfalten. Ein Business Angel, der auf sein eigenes Kapital achtet und die vereinbarte Summe gegebenenfalls in kleinen Schritten ausreicht, ist die beste Lebensversicherung für Gründer.

VC Magazin: In den USA gibt es mittlerweile eine Art Wandelanleihen, bei denen Business Angels in der ersten VC-Runde 25% Rabatt erhalten. Sehen Sie das auch als Option für europäische Angels?

Vuilleumier: In der Schweiz hat die Zürcher Kantonalbank mit diesem Modell fast 80 Start-ups finanziert. Das macht sie sehr oft gemeinsam mit Business Angels. Allerdings bevorzugen diese Eigenkapital. Sie mögen Wandelanleihen noch nicht, obwohl sie sinnvoll sind.

Jungen: Es muss eine vorher vereinbarte Obergrenze für die Bewertung geben mit einem Rabatt von 20% für den Business Angel. Sonst wird er wie ein Venture Capitalist behandelt. Das ist auch deswegen wichtig, weil Gründer

lieber zu viel Geld einwerben und der Business Angel in späteren Runden zu stark verwässert wird, obwohl er mit dem ersten Investment das eigentliche Risiko hält.

Maire: Aktuell habe ich so einen Fall. Man muss sich dabei aber sehr sicher sein, dass das Team in der Umsetzung alles richtig macht. Der Vorteil von Wandelanleihen liegt darin, dass alles sehr schnell geht.

Boersch: Ich bin kein großer Freund dieses Ansatzes. Für meinen Geschmack sind Wandelanleihen zu nah an Fremdkapital.

VC Magazin: Wo geht die Reise hin, wo stehen wir im Jahr 2020?

Maire: In Zeiten von Unsicherheit braucht es Geschwindigkeit, daher fühle ich mich bei Start-ups wohl. Das Modell des Mountain Club trägt diesem Bedürfnis Rechnung, da nur vorgeprüfte Deals auf die Plattform kommen. Hier wird in den nächsten Jahren viel Wert geschaffen.

Boersch: Die Szene professionalisiert sich. Die Business Angels werden sich untereinander austauschen, bevor sie gute Deals machen. Bislang erzählen sie nur hinterher davon. Darüber hinaus erwarte ich verstärkten Wettbewerb unter den Business Angels.

Vuilleumier: In zehn Jahren möchte ich auf viele erfolgreiche Firmen zurückblicken. Und ich möchte spüren, dass die Schweizer begreifen, dass sie nur einen Rohstoff haben: Innovation. Wir haben viele Voraussetzungen, um die Forschungsstätte Nummer 1 in Europa zu werden.

Jungen: Kern des Problems ist der Mangel an Gründern – da müssen wir ansetzen. Die Politik begreift nicht, dass der Gründer ein Social Hero ist, der die Probleme angeht, die die Politik nicht lösen kann. Ich hoffe sehr, dass die europäischen Regierungen dieses Potenzial heben wollen.

VC Magazin: Vielen Dank für Ihre Beiträge! ■

Protokolliert von Torsten Paßmann,
torsten.passmann@vc-magazin.de

Zu den Gesprächspartnern

Peter Jungen, ehemaliger CEO der Strabag AG, ist Gründungsvorsitzender des Dachverbandes BAND und einer der aktivsten Business Angels in Europa.

Dr. Cornelius Boersch, heute Vorstand der Mountain Partners AG, hat die ACG AG gegründet und an den Neuen Markt gebracht, **Christophe Maire** die Gate5 AG und diese an Nokia verkauft. Beide agieren seitdem als Business Angels, Boersch wurde zum European Business Angel of the Year 2009 gewählt. **Jean-Pierre Vuilleumier** leitet als Geschäftsführer die Schweizer Finanzierungsplattform CTI Invest.

Rettung vor dem Scheitern

Business Angels helfen auch in schwierigen Zeiten

Aus welchen Gründen scheitern junge Unternehmen? Mit dieser Frage setzt sich eine vor Kurzem abgeschlossene Studie des Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) auseinander. Im Wesentlichen gibt es, so das Ergebnis, drei Ursachenkomplexe. Der wichtigste ist die ungenügende Start-Finanzierung. Dann folgen Gründe exogener Natur, also z.B. unerwartete Ereignisse im Markt, sowie ein Mangel bei den unternehmerischen Fähigkeiten. In allen drei Punkten können Business Angels Abhilfe schaffen – wenn die Politik sie lässt.

Die Politik ist gefragt

In ihrer Studie „Ursachen für das Scheitern junger Unternehmen in den ersten fünf Jahren ihres Bestehens“ gehen die Autoren des ZEW der Frage nach, ob es Möglichkeiten gibt, zumindest einige, eigentlich überlebensfähige Unternehmen zu retten: „Ziel der Politik sollte es sein, die Gründe für eine existenzielle Unternehmenskrise gar nicht erst entstehen zu lassen bzw. die Wirkungen der solche Krisen bedingenden Faktoren derart abzuschwächen, dass sie nicht zum Aus junger Unternehmen führen.“ Vorgeschlagen wird ein großer zentraler Beteiligungsfonds nach dem Vorbild des High-Tech Gründerfonds, der aber – anders als dieser – auch in den breiten, nicht hoch technologischen Bereich investiert und der sich aus öffentlichen und privaten Mitteln (z.B. Banken) speisen soll.

Steuerliche Anreize nötig

Mit deutlich weniger Aufwand als mit diesem Fonds könnte die Politik viel mehr Finanzierungsmittel für junge Gründer mobilisieren. Bereits heute gehen Business Angels



Mit den richtigen Weichenstellungen haben viele junge Unternehmen eine bessere Chance, sich langfristig am Markt zu behaupten.

neben der offenen auch – oder ausschließlich – stille Beteiligungen ein oder gewähren Kredite. Allerdings gibt es hierfür keinerlei steuerliche Anreize, und so wundert es nicht, dass diese Form der Finanzierung junger Unternehmen eher im Verborgenen blüht. Es wäre gar nicht so viel Fantasie des Gesetzgebers nötig, um dies zu ändern. So wäre es z.B. denkbar, dass Zinserträge aus einer stillen Beteiligung von privaten Kapitalgebern an jungen Unternehmen teilweise steuerfrei gestellt würden.

Training on the job

Mit der Erleichterung privater Finanzierungsformen würde außerdem einem zweiten Hauptursachenkomplex des Scheiterns junger Unternehmen besser begegnet werden können: den unzulänglichen unternehmerischen Fähigkeiten. Zu Recht hebt die Studie des ZEW hervor, dass es Angebote für die Qualifizierung und Beratung junger Unternehmen in ausreichendem Maße am Markt gibt. Nur werden diese nicht wahrgenommen oder sind nicht konkret genug auf die Situation bezogen. Die Studie schlägt stattdessen vor, regional organisierte Netzwerke ehemaliger Manager sollten Coaching-Dienste leisten. Diese gibt es bereits, beispielsweise das 1997 ins Leben gerufene Senior Consulting-Netzwerk „Gründer Support Ruhr“. Diese Netzwerke leisten außerordentlich wertvolle Hilfe, denn „Training on the job“ ist immer noch am effektivsten.

Business Angels als Coachs

Bei allem Respekt vor der Arbeit dieser Netzwerke macht es immer noch einen Unterschied, wenn ein Business

AKTUELLE STUDIE ÜBER DAS SCHEITERN

Im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie hat das ZEW u.a. 3.000 Unternehmen analysiert, die zwischen 2006 und 2009 geschlossen wurden. Beinahe drei Viertel der untersuchten Jungunternehmen hatten mindestens einmal im Laufe ihrer Geschäftsaktivitäten die Gewinnschwelle überschritten. Die Autoren der Studie „Ursachen für das Scheitern junger Unternehmen in den ersten fünf Jahren ihres Bestehens“ sind Jürgen Ulrich Falk, Diana Heger, Daniel Höwer und Georg Metzger.

Angel sein Beteiligungsunternehmen coacht. Denn ihm geht es auch um seinen eigenen Erfolg. Auch die Nutzung des Know-hows ist ein weiterer Grund, Business Angel-Finanzierungen steuerlich zu fördern. Dem vorgeschlagenen Fonds wäre es dagegen strukturell nicht möglich, ähnliche Coaching-Leistungen anzubieten.

Private Verbürgung als Stolperstein

Schließlich spricht noch ein anderer Aspekt für die Förderung von Business Angel-Engagements. Zwei Drittel der Unternehmer, die einen Insolvenzantrag stellen mussten, haben hinterher zusätzliche finanzielle Probleme, stellt die ZEW-Studie fest. Die Gründe sind klar: Ohne eine private Verbürgung, oft auch der Partner oder naher Verwandter, wäre ein Kredit nicht gewährt worden. Die Verbürgung ist der Grund dafür, dass in Deutschland gescheiterte Unternehmer kaum mehr neu anfangen können, anders als etwa in den USA. Bei einer Finanzierung mit Eigenkapital durch Business Angels gibt es keine private Verbürgung des Unternehmers. Er ist zwar nach der Insolvenz sein eigenes Geld los, ebenso aber der Business Angel seine Beteiligung. Der junge Unternehmer ist also frei wie Hans im Glück im Märchen.

Fazit:

Junge Unternehmer scheitern hierzulande häufig an der Finanzierung und an mangelnden unternehmerischen Fähigkeiten. An eine zweite Unternehmensgründung wagt sich nach einer Insolvenz kaum einer mehr heran. Das liegt nicht nur am Mentalitätsunterschied zu den USA, vielmehr sind es die Ursachen der Kreditgewährung, die eine neue Unternehmensgründung erschweren, da in den USA viel mehr Gründungen mit Eigenkapital finanziert sind. Business Angels können Gründer vor dem Scheitern bewahren. ■

Zu den Autoren



Dr. Ute Günther und **Dr. Roland Kirchhof** sind seit 2001 Vorstände von Business Angels Netzwerk Deutschland e.V. (BAND). Das Netzwerk wurde 1998 gegründet, um die Business Angels-Kultur in Deutschland zu fördern. Nahezu alle der rund 40 Business Angels-Netzwerke in Deutschland sind Mitglied von BAND.



IN KLEINEM STECKT OFT GROSSES

Wir fördern Ideen und
Technologien aus Düsseldorf

Die **DIWA GmbH** ist die Innovations- und Wissenschaftsagentur der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf und Landeshauptstadt Düsseldorf.

Wir vermitteln Kooperationen zwischen Wissenschaft und Wirtschaft, unterstützen bei technologiebasierten Existenzgründungen und bei der Verwertung von Forschungsergebnissen.

Sprechen Sie uns an:

DIWA GmbH
Merowingerplatz 1a
40225 Düsseldorf
Telefon: 0211.77928200
info@diwa-dus.de
www.diwa-dus.de

„Schlüssiges Geschäftskonzept, passendes Team“

Interview mit Prof. Peter Kabel, Business Angel

Die Bewertung von Unternehmen gehört zu den konfliktreichsten Themen zwischen Kapitalgebern und Gründern. Besonders spannend ist die Diskussion, wenn Business Angels sich an Start-ups beteiligen wollen – denn belastbare Vergangenheitswerte existieren meist nicht. Wie er dennoch eine Lösung findet, worauf er in einer Due Diligence achtet und welche vertraglichen Regelungen er gerne sieht, erläutert Business Angel Prof. Peter Kabel im Interview mit Torsten Paßmann.

VC Magazin: Anhand welcher Parameter kann bzw. sollte ein Business Angel den Wert eines Start-ups berechnen?

Kabel: In der Regel gibt es nur sehr wenige Vergangenheitswerte, um daraus Zahlen zu extrapoliieren. Damit scheiden typische Modelle wie Discounted Cashflow aus. Wenn vorab bereits Werte geschaffen wurden, beispielsweise durch Gründungen aus der Wissenschaft und mitgebrachte Patente, treibt das natürlich den Wert nach oben. Die wesentlichen Parameter sind dann für mich, wie viel Kapitalbedarf besteht und wie viele Anteile ich haben will.

VC Magazin: Wie lange bzw. intensiv läuft in dieser Phase eine Due Diligence? Lässt sich nach Zahlen bewerten oder lieber aus dem Bauch heraus?

Kabel: Es gibt für mich eine Reihe von Hygienefaktoren. Sie üben keinen Einfluss auf die Bewertung aus, müssen aber vorliegen. In späteren Phasen kann es bei einem Geschäftsmodell durchaus Modellierungsbedarf geben, aber gerade am Anfang muss es laufen. In diesem Sinne muss das Geschäftskonzept schlüssig sein und das Team dazu passen.

VC Magazin: Worauf achten Sie konkret?

Kabel: Ich prüfe die Rechte oder ob eine Software-Plattform auch wirklich den Gründern gehört. Dann schaue ich, ob die Verträge mit Dienstleistern sauber gestaltet sind, wie die Arbeitsverträge aussehen und ob bei den Geschäftsmodellen die rechtlichen Vorgaben haltbar sind. Bei Start-ups hat diese Prüfung einen geringen Umfang, sie sollte aber sorgfältig gemacht werden.

VC Magazin: Wie argumentieren Sie, wenn Ihre Bewertungsvorstellungen und die des Gründers weit auseinanderliegen?

Kabel: Viele Gründer haben Berater – ob nun professionell oder aus dem Freundeskreis –, die Einfluss nehmen.

Sind Vorstellungen zu hoch, muss man das Gespräch auf eine sachliche Ebene bringen und kann dann ernsthaft diskutieren. Ich bringe neben Geld auch meine Zeit ein, daher sind 25 bis 30% ein fairer Anteil. Mehr sollte es aber auch nicht sein, damit sich die Gründer weiterhin als Unternehmer fühlen. Letztlich geht es mir nicht um die Bewertung, sondern darum, dass sich ein gutes Team findet. Wenn man am Anfang als Business Angel alles ausreizt, verfliegt der Spirit zu schnell. Beide Seiten sollten weiche Faktoren beachten – es kann viel Porzellan zerschlagen werden.

VC Magazin: Auf welche vertraglichen Regelungen bestehen Sie?

Kabel: Der Gesellschaftervertrag muss brauchbar sein. Ein wesentlicher Aspekt sind Fragen des Reportings – das sollte nicht zu umfangreich sein, aber die wesentlichen Informationen transportieren. Dann lege ich Wert auf einen Verwässerungsschutz, wenn ich viele Runden erwarte.

VC Magazin: Vielen Dank für das Interview, Prof. Kabel! ■

torsten.pasemann@vc-magazin.de

Zum Gesprächspartner

Prof. Peter Kabel gründete 1993 die Kabel New Media AG, die er 1999 an den Neuen Markt brachte. Ein Jahr später trennte er sich vom Großteil seiner Anteile und agiert seitdem als Business Angel vorrangig im digitalen Umfeld. Seit 1996 ist er Professor für Webdesign an der Hamburger Hochschule für Angewandte Wissenschaften.



✉ | **Science4Life Venture Cup 2011**

Unternehmer gesucht!

Businessplan-Wettbewerb für Life Sciences und Chemie

Sie haben eine Geschäftsidee?

Wir unterstützen Sie!

- Kompakte Wissensvermittlung
- Individuelles Business-Coaching
- Lebendige Netzwerkkontakte

Science4Life ist die führende Gründerinitiative mit dem klaren Branchenfokus Life Sciences und Chemie. Experten aus mehr als 120 Unternehmen unterstützen Gründer bei der Entwicklung ihrer Geschäftsideen.

Weitere Informationen und Anmeldung unter:

www.science4life.de

+++ Teilnahme kostenfrei +++ Teilnahme kostenfrei +++

75.000 €
PREISGELD

Eine Initiative von:



sanofi aventis
Für Wachstum ist die Basis wichtig

+++

Mit Sicherheiten zum Erfolg

Bürgschaftsbanken fördern Gründungsvorhaben



Wenn ein angehender Firmengründer zwar eine gute Geschäftsidee und ein viel versprechendes Konzept hat, seine Hausbank ihm für seinen Start aber kein Darlehen gibt, weil die Sicherheiten des Antragstellers nicht ausreichend erscheinen, kann eine Bürgschaftsbank beim Sprung in die Selbstständigkeit helfen. In den vergangenen zehn Jahren haben diese Förderinstitute bundesweit rund 30.000 Existenzgründer mit Bürgschaften und Garantien unterstützt.

... es begann 1949

Kurz nach dem Schrecken des Zweiten Weltkriegs mussten auch Gründer und Unternehmer unter einer Mängelsituation leiden: Nur wenige Deutsche verfügten über ausreichende Barmittel oder Vermögenswerte, die als Sicherheiten für Bankkredite herangezogen werden konnten, um geplante Firmengründungen oder -expansionen zu realisieren. Also schufen die Bundesländer mit Unterstützung ihrer Kreditinstitute, Wirtschaftsverbände, Kammern und Innungen spezielle Förderbanken, quasi Selbsthilfeinrichtungen der Wirtschaft. Die erste Bürgschaftsbank nahm 1949 in Schleswig-Holstein ihre Arbeit auf, nach und nach folgten die anderen Bundesländer. Nach der Wiedervereinigung Deutschlands vier Jahrzehnte später wurden auch in den neuen Bundesländern Bürgschaftsbanken aufgebaut. Diese Institute unterstützen gewerbliche Unternehmen und freie Berufe bei der Kredit- oder Beteiligungsfinanzierung und gewähren Bürgschaften als vollwertige Sicherheiten für die Kreditinstitute. Die insgesamt 18 Bürgschaftsbanken und Beteiligungsgarantiegesellschaften in den einzelnen Bundesländern sind im Verband Deutscher Bürgschaftsbanken e.V. (VDB) zusammengeschlossen und sicherten allein 2009 rund 8.000 Finanzierungsvorhaben ab. Mit dem übernommenen Bürgschafts- und Garantievolumen von rund 1,3 Mrd. EUR wurden Kredite und Beteiligungen in Höhe von etwa 1,8 Mrd. EUR abgesichert.

Steigende Nachfrage unter Gründern

Ein Drittel der begleiteten Projekte waren Existenzgründungen oder Firmenübernahmen. Seit dem Jahr 2000 wurden rund 30.000 Existenzgründer durch die Bürgschaftsbanken unterstützt. Weil vielen Existenzgründern nach der zweijährigen Finanz- und Wirtschaftskrise momentan Geld fehlt, um zu investieren, haben die Bürgschaftsbanken in den ersten sechs Monaten 2010 mehr Anfragen registriert und rund 20% mehr Bewilligungen



Bürgschaftsbanken ermöglichen jungen Unternehmen, auf dem Weg in Selbstständigkeit durchzustarten.

als im Vorjahreszeitraum unterschrieben. Das durch Bürgschaften als Ersatz fehlender Sicherheiten ermöglichte Kreditvolumen stieg um 6% auf knapp 233 Mio. EUR. VDB-Vorsitzende Waltraud Wolf: „Trotz der Wirtschaftskrise wagten viele mutige Menschen mit unserer Unterstützung den Sprung in die Selbstständigkeit.“

Nicht gewinnorientiert

Die Bürgschaftsbanken sehen sich selbst in der Gründungsszene als Ergänzung. Stephan Jansen, Geschäftsführer des VDB: „Die Bürgschaftsbanken sind keine Beteiligungsgesellschaften oder Venture Capital-Geber. Sie arbeiten als Förderinstitute nicht gewinnorientiert.“ Allerdings arbeiten sie eng mit den 15 bundesweit verteilten Mittelständischen Beteiligungsgesellschaften zusammen. Deren Ziel: Die Verbesserung der Bilanzrelationen von Existenzgründern durch die langfristige Bereitstellung von Beteiligungskapital – meistens als Mezzanine-Kapital in Form von eigenkapitalähnlichen stillen Beteiligungen. Stephan Jansen: „Mit spezifischen Beteiligungsprogrammen zur Existenzgründung und Unternehmensnachfolge, aber auch für Innovation und zur Unternehmenssicherung, können gewerbliche Projekte aus nahezu allen Branchen gefördert werden, sofern diese betriebswirtschaftlich Erfolg versprechend erscheinen.“

„Wir sind keine anonymen Berater“

Mittelständische Beteiligungsgesellschaften bieten sowohl eine Alternative als auch eine Ergänzung zum klassischen Bankkredit. Ihr Kapital kann die Finanzierungsstruktur von Start-ups stabilisieren. Damit diese auch in der aktuellen Konjunkturphase liquide bleiben und darüber hinaus ihre Eigenkapitalbasis verbessern, gibt es seit Anfang des Jahres ein Kombi-Programm: Beteiligung plus Bürgschaft. Dieses steht für Finanzierungen zwischen 100.000 und 500.000 EUR zur Verfügung, wobei 75% auf einen durch die jeweilige Bürgschaftsbank verbürgten Hausbankkredit und die restlichen 25% auf eine das Eigenkapital stärkende Beteiligung der Beteiligungsgesellschaft entfallen. Ein wichtiger Trümpf der Bürgschaftsbanken ist ihre regionale Vernetzung: Sie arbeiten vor Ort mit den Kammern, den Wirtschaftsverbänden und den regional tätigen Banken in der Regel eng zusammen. Jansen: „Ganz entscheidend ist für uns die Unterstützung durch die Kammern, die die Gründer oft persönlich kennen und von denen wir für jedes einzelne bei uns eingehende Vorhaben eine Stellungnahme erhalten. Wir stellen den Existenzgründungen persönliche Ansprechpartner zur Verfügung und sind keine anonymen Berater, die nur per Hotline zu erreichen sind. Durch das persönliche Engagement wird Vertrauen geschaffen.“

Hamburger Trend zu Kleinstgründungen

Aber Vertrauen allein reicht auch den Bürgschaftsbanken nicht. So arbeitet beispielsweise die Bürgschaftsgemeinschaft Hamburg (BG) seit einigen Jahren mit dem Programm BG-Start!. Existenzgründer, die noch keine drei Jahre auf dem Markt sind und mit einer Ausfallbürgschaft

unterstützt werden, erhalten ein zwölfmonatiges kaufmännisches Coaching. Durch dieses Tool und die begleitende Beratung sind die Ausfallquoten von Existenzgründern in den vergangenen drei Jahren signifikant gesunken. Finanziert wird dieses Programm aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds. In der ehemaligen Hansestadt wurden im vergangenen Jahr 178 Bürgschaften für angehende Firmenchefs genehmigt, das Gesamtvolumen betrug 23 Mio. EUR. Dabei hat die BG einen Trend zu Kleinstgründungen ohne hohen Finanzbedarf festgestellt. Gestärkt wird die Arbeit der örtlichen Bürgschaftsbank durch die H.E.I. Hamburger ExistenzgründungsInitiative, die neben den Kammern die wichtigste Anlaufstelle in der Stadt für künftige Jungunternehmer auf der Suche nach Tipps und Ratschlägen darstellt. So wurden 2009 in der H.E.I.-Geschäftsstelle knapp über 800 persönliche Beratungsgespräche geführt und 740 Scheckhefte im Wert von je 500 EUR an Existenzgründer gegeben, die den Zugang zu verschiedenen Seminaren verbilligen.

Moderate Kosten

Jansen vom VDB ist überzeugt, dass die Bürgschaftsbanken gerade zum jetzigen Zeitpunkt für die Gründungsszene eine wichtige Funktion haben: „Die regulatorischen Eigenkapitalanforderungen an die Banken wachsen. Gründer müssen mit steigenden Sicherheitenanforderungen leben. Hier stehen die Bürgschaftsbanken parat, um die Unternehmen mit attraktiven Angeboten zu unterstützen.“ Kostenlos ist die Unterstützung der Bürgschaftsbanken nicht: Abhängig von dem jeweiligen Bundesland fällt ein einmaliges Bearbeitungsentgelt von 1,0 bis 1,5% auf den genehmigten Bürgschafts- oder Kreditbetrag an.

Zusätzlich wird eine Bürgschaftsprovision von jährlich 1,0 bis 1,5% auf dem valutierenden Bürgschafts- oder Kreditbetrag fällig.

Fazit:

Gründer mit Kapitalbedarf können theoretisch viele Quellen anzapfen. Doch Business Angels bleiben gerne unerkannt, Banken verlangen Sicherheiten, die bei Start-ups noch fehlen, und Venture Capital-Investoren stellen hohe Ansprüche u.a. an Geschäftsmodell und Technologie. In diesem Umfeld bieten sich Bürgschaftsbanken als vierter Weg an – sie unterstützen Existenzgründer mit Garantien und Bürgschaften. ■

Jürgen Hoffmann
redaktion@vc-magazin.de

GEHEMIGTE BÜRGSCHAFTEN UND GARANTIEN FÜR EXISTENZGRÜNDUNGEN 2009
(NACH BUNDESÄNDERN)

Bundesland	Anzahl absolut	Anzahl in %	Kreditbeteiligung in TEUR	Kreditbeteiligung in %	Bürgschaften in TEUR	Garantien in %
Baden-Württemberg	963	35,9	128.036	27,2	86.522	25,2
Bayern	74	2,8	14.439	3,1	10.105	2,9
Berlin	145	5,4	24.305	5,2	18.001	5,2
Brandenburg	112	4,2	30.982	6,6	23.946	7,0
Bremen	26	1,0	4.743	1,0	3.198	0,9
Hamburg	178	6,6	30.574	6,5	23.012	6,7
Hessen	106	4,0	25.517	5,4	18.484	5,4
Mecklenburg-Vorpommern	52	1,9	11.467	2,4	8.768	2,6
Niedersachsen	136	5,1	32.854	7,0	24.175	7,0
Nordrhein-Westfalen	268	10,0	53.718	11,4	42.372	12,4
Rheinland-Pfalz	108	4,0	18.971	4,0	12.169	3,5
Saarland	8	0,3	1.978	0,4	1.583	0,5
Sachsen	143	5,3	24.555	5,2	18.960	5,5
Sachsen-Anhalt	95	3,5	23.819	5,1	19.055	5,6
Schleswig-Holstein	213	7,9	34.377	7,3	24.552	7,2
Thüringen	55	2,1	10.225	2,2	8.106	2,4
Insgesamt	2.682	100,0	470.560	100,0	343.008	100,0

Quelle: Verband Deutscher Bürgschaftsbanken

„Wir sind Kunden, die es zu überzeugen gilt“

Interview mit Sabrina Vette, KompetenzCenter Existenzgründung der Sparkasse Bochum

Sparkassen treten ebenso wie Banken als Finanzierer von Start-ups auf. Meist unterstützen sie Unternehmensgründungen mithilfe von Fremdkapital in der „klassischen“ Kreditvariante oder im Rahmen von Förderkrediten staatlicher Institutionen. Im Interview erläutert Sabrina Vette, Mitarbeiterin im KompetenzCenter Existenzgründung der Sparkasse Bochum, worauf die Institute bei der Kreditvergabe an Gründer achten und wie man sich auf das Kreditgespräch vorbereiten kann.

VC Magazin: Welchen Service bieten Sparkassen für Gründer?

Vette: Unser Ziel ist es, unter dem Aspekt der regionalen Wirtschaftsförderung Existenzgründungen in der Region zu fördern. Bei der Sparkasse Bochum haben wir Anfang 2010 das sogenannte KompetenzCenter Existenzgründung gestartet, in dem wir alle Leistungen von der Beratung über die Bereitstellung von Finanzmitteln bis zur Betreuung von finanzierten Gründungen bündeln. Je nach Geschäftsmodell entwickeln wir im Gespräch mit den Kunden ein maßgeschneidertes Finanzierungskonzept. Nach der Gründung begleiten wir die Start-ups bis zu drei Jahren sehr intensiv. Dies hat den Vorteil, dass mögliche Probleme frühzeitig erkannt und Gegenmaßnahmen ergriffen werden können.

VC Magazin: Bieten Sie auch Zugang zu öffentlichen Förderkrediten?

Vette: Zu unseren Finanzierungskonzepten können auch Förderprogramme der KfW Bankengruppe oder der NRW.Bank gehören, die, je nach Programm, Gründern vergünstigte Zinskonditionen und tilgungsfreie Anlaufjahre bieten, die die Liquidität des jungen Unternehmens schonen. Die Beantragung solcher Förderprogramme erfolgt nach dem Hausbankprinzip. Gründer müssen daher den Antrag immer über ein Kreditinstitut stellen und können nicht direkt bei KfW oder NRW.Bank anfragen.

VC Magazin: Welchen Tipp können Sie Gründern zur Vorbereitung auf Gespräche mit einem Kreditinstitut geben?

Vette: Wir sind als Sparkasse eng in das regionale Gründernetzwerk eingebunden, entsprechend kurz sind auch für Gründer die Wege zu Angeboten wie Seminaren, Businessplan-Wettbewerben oder Unternehmersprechtagen. Natürlich spricht es für die Gründer, wenn sie vor einem Kreditgesuch bei uns bereits Coaching-Angebote der Partner in Anspruch genommen haben, sie entsprechend



Sabrina Vette

gut vorbereitet sind und mit vollständigen Unterlagen zu uns kommen. Vor dem Kreditgespräch sollte bereits ein erster persönlicher Kontakt hergestellt worden sein.

VC Magazin: Welche Unterlagen sollten Gründer Ihnen bei einem Finanzierungsgespräch vorlegen und welche Kriterien spielen noch eine Rolle?

Vette: Die erforderlichen Unterlagen umfassen unter anderem einen Lebenslauf und eine Selbstauskunft. Ein Businessplan ist natürlich unverzichtbar, vor allem die Aufstellung von Investitions- und Liquiditätsplan sowie eine Rentabilitätsvorschau. Darüber hinaus sehen wir uns die fachliche und kaufmännische Qualifikation der Gründer und ihre persönlichen Voraussetzungen an, die sich z.B. in der familiären Situation, im Auftreten und ihrer Begeisterung für die Idee widerspiegeln. Die Gründer müssen uns als Kunden ansehen, den es zu überzeugen gilt.

VC Magazin: Vielen Dank für das Gespräch! ■

Max Eckhardt
redaktion@vc-magazin.de

Zum Gesprächspartner

Sabrina Vette ist seit 2003 bei der Sparkasse Bochum beschäftigt. Zu ihren Aufgaben im KompetenzCenter Existenzgründung zählen die Beratung potenzieller Gründer, die Bereitstellung von Finanzierungsmitteln für Start-ups, die Betreuung neu gegründeter Unternehmen innerhalb der ersten drei Jahre sowie Kooperationsarbeiten mit den Gründer-Beratungsnetzwerken.

STELLEN SIE SICH VOR:

ES GIBT ANWÄLTE, DIE DENKEN, BEVÖR SIE INVESTIEREN.

Denn Ihre Investition liegt uns am Herzen. Bei uns ist ehrliches Engagement kein Lippenbekenntnis. Nur so verwandeln wir unsere Erfahrung in eine für Sie skalierbare Investition. Vom Start-up bis zum Exit erhalten Sie das, was wir am besten können: exzellente Wirtschaftsberatung.

Osborne Clarke ist einer der Spieler in der Mitte des Venture Capital-Marktes. Eine dynamische Wirtschaftskanzlei, die für Mandanten auch mal ungewöhnliche Wege geht. Der Financial Times war das den „FT Innovative Lawyers Award 2009“ wert. Wir nennen das Imaginative Thinking. Mehr unter osborneclarke.de

Nicolas Gabrysch
[E nicolas.gabrysch@osborneclarke.de](mailto:nicolas.gabrysch@osborneclarke.de)
T +49 (0) 221 5108 4178



Osborne
Clarke

Mehr als Fremd- oder Eigenkapital

Was können Förderbanken für Gründer tun?

Existenzgründungen geben wichtige Impulse zur Erneuerung einer Volkswirtschaft – ihre Finanzierungssituation ist potenziell besonders heikel. In besonders starkem Maße sind bei der Gründungsfinanzierung daher öffentliche Förderbanken gefragt. Damit Erfolg versprechende Gründungsvorhaben verwirklicht werden können und nicht bereits an der Finanzierung scheitern, gilt es, die Angebote der Banken und Sparkassen für Gründer wettbewerbsneutral zu ergänzen – auf Fremd- und Eigenkapitalseite genauso wie auf dem Feld der Information und Beratung.

Beratung wird immer wichtiger

Für Unternehmensgründer stellt sich häufig die Frage, welche Leistungen ihnen von Förderbanken überhaupt angeboten werden, wie diese Leistungen in Anspruch genommen werden können und welche Anforderungen seitens der Banken an die Unternehmer gestellt werden. Neben den Finanzierungsleistungen werden Informations- und Beratungsleistungen zunehmend wichtig: Förderbanken unterstützen Gründer mit Informationen zu Finanzierungsmöglichkeiten – durch Messen, Informationsveranstaltungen und Konferenzen oder per E-Mail-, Internet- oder Print-Publikation. Insbesondere in der Krise wurde ein erhöhter Beratungsbedarf sichtbar.

BREIT GEFÄCHERTES ANGEBOT DER NRW.BANK

- Die Berater der nordrhein-westfälischen Landesförderbank sind regelmäßig bei Veranstaltungen im ganzen Land persönlich präsent und informieren über Fördermöglichkeiten.
- Im Jahr 2009 wurde eine telefonische „Infoline“ aufgebaut. Diese leistet die Erstberatung für Gründer und Mittelständler in Nordrhein-Westfalen. Alleine in der ersten Jahreshälfte 2010 wurden knapp 5.000 Anrufe beantwortet. 28% der dortigen Anrufe kommen von Unternehmern und Existenzgründern, je rund 20% von Sparkassen und von Multiplikatoren (Kammern, Wirtschaftsförderungen) sowie knapp über 11% von Banken. Alleine im September 2010 waren es mehr als 2.600 Anrufe, das sind im Durchschnitt rund 120 am Tag.
- Ebenfalls seit 2009 unterstützt eine neue Beratungseinheit die Unternehmen bei der Krisenprophylaxe und der Krisenbewältigung. Dazu zeigt sie Optimierungspotenziale in der Finanz- und Kapitalstruktur unter Einbindung öffentlicher Förderprogramme auf. Seit Juni 2010 wird in einer Pilotphase auch eine Kreditmoderation zwischen finanzierenden Banken und Kreditnehmern angeboten. Zudem organisiert diese Einheit Seminare zur Vermittlung von mittelstandsrelevantem Wissen für eine erfolgreiche Unternehmensführung.
- Speziell zu Außenwirtschaftsaktivitäten bietet das Beratungszentrum Ausland nordrhein-westfälischen Unternehmen eine umfassende Förderberatung an – in Zusammenarbeit mit der Zenit GmbH im Rahmen von NRW.Europa sowie mit der NRW.International GmbH.

Mikrokredite für Kleinstgründer

Neben der zunehmenden Beratungsfunktion nehmen Förderbanken auch bei der Kreditversorgung von Existenzgründern eine weiterhin wichtige Rolle wahr. Besonders deutlich wird dies bei den Kleinstgründern und ihrem Bedarf an Mikrokrediten. Viele Erfolg versprechende Unternehmensideen stehen im „Mikro-Bereich“ am Start. Nicht wenige Kleinstgründer machen sich aus der Arbeitslosigkeit heraus selbstständig und schaffen neue Jobs – oft nicht nur für sich, sondern auch für andere. Dennoch begegnen sie größten Schwierigkeiten, wenn es darum geht, ihren geringfügigen Bedarf an Fremdkapital zu decken. Denn klein ist in all diesen Fällen nur der Darlehensbetrag, nicht aber der Verwaltungsaufwand für die Banken. Auch das Risiko der Banken ist groß, denn Sicherheiten können Kleinstgründer oft nicht stellen. Hier sind deshalb Förderbanken besonders stark gefragt.

Kombiniertes Kredit- und Beratungsprodukt

In Nordrhein-Westfalen gibt es seit Oktober 2008 das NRW/EU.Mikrodarlehen – ein Kreditangebot, das den Bedürfnissen der Kleinstgründer auf den Leib geschniedert ist und obendrein viel mehr ist als ein Kredit. Denn zu diesem Mikrodarlehen gehören obligatorisch auch eine intensive Beratung und Begleitung der Gründer durch Profi-Coachs. Nicht wenige Kleingründer sind unternehmerisch unerfahren oder kaufmännisch nicht ausgebildet. Damit ihre guten Geschäftsideen sich trotzdem dauerhaft am Markt etablieren können, werden sie in Nordrhein-Westfalen mindestens drei Jahre lang professionell begleitet – von der Erstellung des Businessplans

bis zum erfolgreich laufenden Geschäftsbetrieb. Seit Oktober 2008 hat die Landesförderbank 335 NRW/EU.Mikrodarlehen in einem Volumen von mehr als 6,8 Mio. EUR ausgelegt; 420 Arbeitsplätze wurden damit bislang geschaffen.

Auch Eigenkapital für Gründer

Auch auf der Eigenkapitalsseite können öffentliche Förderbanken eine entscheidende Rolle spielen, wenn es darum geht, Gründern Starthilfen zu geben. Eigenkapital ist die Grundlage für unternehmerische Aktivität. Aus Sicht von Banken und Sparkassen ist ein solider Eigenkapitalstock Bedingung für die Vergabe von Krediten. Gleichwohl ist die Eigenkapitalquote deutscher Unternehmen im internationalen Vergleich niedrig. Bei der Bereitstellung von Private Equity müssen Förderbanken offenkundig eine aktivierende Rolle spielen. In Nordrhein-Westfalen ist die NRW.Bank derzeit der bedeutendste Frühphaseninvestor. Über eine Dachfonds-Struktur wird jungen Technologieunternehmern Eigenkapital zur Verfügung gestellt – mit einem Gesamtvolumen von rund 30 Mio. EUR. Gemeinsam mit Banken und Sparkassen vor Ort sowie mit privaten

Kapitalgebern wird in Regionen investiert, die bereits technologische Stärken aufweisen. Angesprochen sind Firmen der Zukunftssparten Life Sciences, Informations-, Telekommunikations- und Kommunikationstechnologien sowie Werkstoffe und Verkehrssysteme. ■

Zum Autor



Dr. Peter Güllmann leitet seit 2006 den Bereich Beteiligungen der NRW.Bank. Sein Team investiert mit mehreren Vehikeln in sämtliche Unternehmensphasen – von Gründungs- über Wachstums- bis hin zu Nachfolgefinanzierungen von Mittelständlern.

Anzeige

Auf dem richtigen Kurs? Der Benchmark Award.Med NRW!

Euphorie

Die ersten Herausforderungen sind gemeistert. Der Businessplan ist geschrieben und Ihr Unternehmen befindet sich in der Gründung oder existiert schon. Es geht alles nach Plan.

Oder etwa nicht?

Ernüchterung

Die Praxis entwickelt sich in der Regel anders als erwartet. Es stellen sich Fragen, mit denen Sie nicht gerechnet haben. Ihr Unternehmen, Ihr Businessplan steht plötzlich veränderten Gegebenheiten gegenüber.
Was nun?

Erkenntnis

Sie halten inne, um sich zu vergewissern, ob Sie noch auf dem richtigen Kurs sind. Sie merken, es ist dringend erforderlich, Ihr Unternehmen, Ihren Plan neu auszurichten.

**Die Lösung: Der Benchmark Award.Med NRW!
20.000 € für die besten Benchmarking Prozesse.**

Jetzt anmelden!

www.startbahn-ruhr.de

Fon 0201.240 535-0

info@startbahn-ruhr.de

Gefördert durch



EUROPAISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

Die Landesregierung
Nordrhein-Westfalen



STARTBAHN
Gründerwettbewerbe.Med

EMOTION BRAUCHT STRATEGIE

Case Study

Startgeld auch ohne Förderbank

Ruhrbotics: Dienstleister für das produzierende Gewerbe

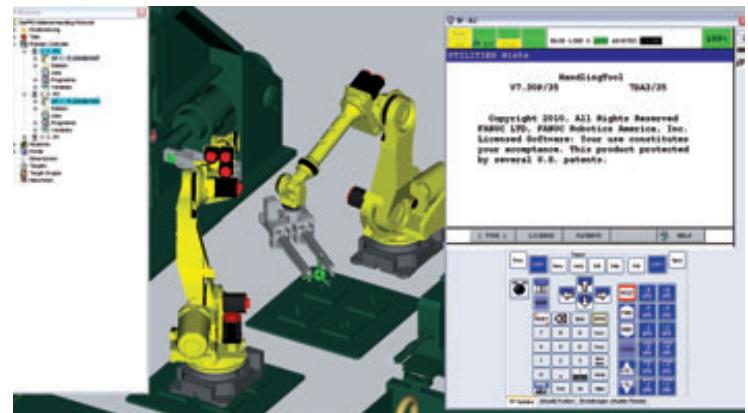
Mangelnde Berufserfahrung der Gründer, ein vermeintlich schwieriges Branchenumfeld, insgesamt zu geringe Erfolgsaussichten für das Geschäftsmodell und zu optimistische Umsatzprognosen, so lautete die Begründung einer Förderbank für die Ablehnung einer Unterstützung mit dem Startgeld. Den benötigten Kredit über 50.000 EUR erhielten die Gründer von Ruhrbotics letztlich von ihrer Hausbank.

Hausbankkredit zu vergleichbaren Konditionen

„Auf Basis der zuvor geführten persönlichen Gespräche und des Businessplans war die Sparkasse Bochum bereit, den Kredit zu annähernd gleichen Konditionen wie beim Startgeld zu realisieren“, erläutert Daniel Bunse, Geschäftsführer der Ruhrbotics GmbH. „Es ist natürlich von Vorteil, wenn ein Kreditinstitut Gründern aus der Hochschule trotz fehlender beruflicher Vita unvoreingenommen gegenübersteht“, fährt er fort. Als Pluspunkt des letztlich erhaltenen Darlehens bezeichnet Bunse den vereinbarten fixen Zinssatz und das von der Sparkasse eingeräumte Sondertilgungsrecht. „Die Annuität des Darlehens sollte am Anfang nicht zu hoch sein, um die Liquidität des Unternehmens zu schonen. Im Sondertilgungsrecht sehe ich eher einen psychologischen Aspekt, sodass man je nach wirtschaftlicher Situation des Unternehmens die Möglichkeit hat, das Darlehen zu einem geeigneten Zeitpunkt bereits vor dem Laufzeitende zu tilgen“, sieht Bunse die getroffenen Vereinbarungen positiv.

Vorbereitung ist das A und O

Wichtig sei in jedem Fall, so sein Rat an Gründer, die sich um eine Bankenfinanzierung bemühen, eine gute Vorbereitung auf das Gespräch. Neben der Einbindung in das regionale Gründernetzwerk habe ihm die Vorstellung des Geschäftskonzeptes im Rahmen von Ideen- und Businessplan-Wettbewerben die nötige Sicherheit für die Präsentation bei der Sparkasse verliehen, ist sich Bunse sicher. Unverzichtbar sei zudem, bei Teamgründungen bereits vor dem Gespräch klar die Bereiche



Dank eines Kredits der Hausbank konnte Ruhrbotics speziell angepasste Automatisierungsanlagen für Kunden im produzierenden Gewerbe entwickeln.

festzulegen, für deren Bearbeitung jeder Gründer zuständig ist, und entsprechend auch die Rollen im Bankgespräch zu verteilen.

Spin-off aus der Hochschule

Bereits während des Studiums der Mechatronik an der Hochschule Bochum haben Bunse und sein Mitgründer Bernd Ewalds am dortigen Institut für Werkzeugmaschinen und Robotik kleinere Aufträge für Industriepartner abgewickelt. „Auf die Möglichkeit, auf Basis unseres Know-hows und der bereits aufgebauten Kontakte nach dem Studium eine eigene Firma zu gründen, brachte uns erst der Institutsleiter“, erläutert Bunse. „Da passte es ganz gut, dass zu dieser Zeit an der Hochschule Bochum das Exist III-Projekt namens Fit for Business implementiert wurde, das uns als studentische Juniorfirma bei der Entwicklung eines Geschäftskonzepts und der Erstellung des Businessplans unterstützte“, so Bunse weiter. Die Zusammenarbeit mit der Hochschule ist weiterhin eng, im Bedarfsfalle greifen die Partner auf das jeweilige Know-how und die Infrastruktur des anderen zu.

Fazit:

Heute ist Ruhrbotics als Dienstleister für kleine und mittelständische Unternehmen sowie Konzerne im produzierenden Gewerbe im Bereich Automatisierung und Robotik auf einem guten Weg. Zu den Kunden zählen unter anderem Konzerne aus der Chemie- und Automobilindustrie. Ein strategischer Partner ist die deutsche Niederlassung der japanischen Fanuc Ltd., einem Hersteller von CNC-Steuerungssystemen und Industrierobotern. Das im März 2008 gegründete Unternehmen hat im ersten Jahr eine „schwarze Null“ geschrieben, für 2009 geben die Gründer einen Umsatz von über 140.000 EUR an.

Max Eckhardt

redaktion@vc-magazin.de

KURZPROFIL RUHRBOTICS GMBH

• Gründungsjahr:	2008
• Branche:	Robotik und Automation
• Sitz:	Bochum
• Umsatz 2010 (erwartet):	k.A.
• Internet:	www.ruhrbotics.de



Wenn wir Schiffe für nationale und internationale Gewässer planen, suchen wir nicht nur Schiffsbauer, Kapitäne und Segler, sondern vielmehr Persönlichkeiten, die mit uns die Leidenschaft nach dem weiten Meer teilen.

Wir segeln strategisch weiter und suchen für uns:

Consultants/Senior Consultants (m/w) - Berlin, Hamburg, Köln, München

Competence Center Internet, Mobile, Medien, IT: Mit dem richtigen Gespür für Richtung, Tiefen und Veränderungen können Sie Kunden begeistern, ausbauen und Menschen miteinander verbinden, Märkte bewegen. Wir suchen vertriebsstarke, marketingorientierte Beraterpersönlichkeiten mit Projektmanagement Erfahrung für sonnige und windige See.

(Senior) Project Manager

Um unsere Projekte auf Kurs zu halten und zu steuern sowie neue Richtungen einzuschlagen suchen wir (Senior) Project Manager mit Erfahrungen in der Unternehmensberatung, Personalberatung und/oder Recruiting. Sie holen Kunden und Kandidaten gleichermaßen an Bord und wissen, wie man mit den verschiedenen Segeln umgeht.

Market Research Mitarbeiter/innen

Für unser internes Market Research Center suchen wir zwei Mitarbeiter/innen für die Evaluierung von Märkten, Trends, Persönlichkeiten, Unternehmen und das Management unseres internen Wissensmanagements. Wichtig hierbei ist das Gespür für Märkte, die Fähigkeit des telefonischen und intelligenten Internet Researches für nationale und internationale Projekte.

Für ausgewählte Kundenprojekte mit exklusiver Beauftragung suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt:

Geschäftsführer/in – Online Community sowie Social Gaming

Für ein etabliertes Unternehmen sowie ein Start-up Unternehmen suchen wir jeweils eine/n Geschäftsführer/in als Kopf des Unternehmens. Der Fokus liegt jeweils auf Vertrieb & Marketing sowie strategischer Planung. Entscheidend sind Erfahrung und Unternehmergeist in den Marktsegmenten Online Community, Online-/ Social Gaming, Mobile Community und Online Marketing Business.

Chief Technology Officer (m/w) – Consumer Electronic SW/HW/Apps

Für ein Start-Up Unternehmen suchen wir einen Kopf für das strategische und operative Produktmanagement und die technische Entwicklung der Software und Hardware sowie die Ausrichtung des Unternehmens gemeinsam mit dem CEO.

Geschäftsbereichsleiter/in – Online Geschäft

Für eine erfolgreiche Agentur im Raum Köln suchen wir eine/n Leiter für das integrierte Geschäft von Mobile, Online und POS Marketing & Communication mit Projekt- und Teamleitererfahrung idealerweise aus den Märkten der Konsumgüterindustrie.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Bitte mailen Sie uns Ihre Unterlagen an Herrn Guido Happe (g.happe@steinbach-partner.de). Für telefonische Informationen stehen wir unter 089 211 596-15 zur Verfügung oder besuchen Sie uns im Internet: www.steinbach-partner.de



Steinbach & Partner
Executive Consultants

Innovations-Nachschub für die Wirtschaft

Kooperationen zwischen Start-ups und Industrie

Dass Nischenprodukte Erfolg haben können und junge Technologiegründungen immer mehr an Fahrt gewinnen, zeigt sich an der wachsenden Portfolio-Vielfalt des High-Tech Gründerfonds. Dieser Fortschritt liegt einerseits am steigenden Bedarf, junge Technologieunternehmen mit dem notwendigen Startkapital auszustatten, und andererseits am Mut, etwas anders zu machen – nämlich jungen Entrepreneuren mit Know-how und umfassendem Netzwerk zu begegnen, um die Zusammenarbeit zwischen Start-ups und der Industrie langfristig auszubauen.

Warum die Industrie Gründer begeht

Ganze 20 Investitionen im Gründungsbereich tätigten die deutschen Beteiligungsgesellschaften im Jahr 2005. Das ist gemessen an der Größe der deutschen Volkswirtschaft unzureichend. Neben den Start-ups litt damit auch die Industrie unter dem Mangel an Frühphasenfinanzierung: Denn durch diese Zurückhaltung bleibt die Entwicklung innovativer Technologien auf der Strecke, die zu einem späteren Zeitpunkt gerade für große Unternehmen eine unverzichtbare Quelle für Innovationen darstellen kann. Das heißt, dass gerade das frühzeitige Interesse der Industrie an jungen Technologiefirmen immer mehr an Bedeutung gewinnt und verschiedene Kooperationsmodelle bereits in einem frühen Technologiestadium angestrebt werden. Vielen Industrieunternehmen ist klar, dass sie einen Nachschub an Innovationen brauchen, um



Kontakte knüpfen – Investoren und Industriepartner treffen: Der High-Tech Gründerfonds lädt jährlich zur Partnering Conference und zum Family Day nach Bonn ein.
(Foto: High-Tech Gründerfonds)

langfristig erfolgreich zu sein. Sie haben inzwischen sehr professionelle Scouting-Einheiten etabliert, die systematisch nach neuen potenziellen Geschäftsfeldern suchen. Dabei schauen Konzerne, aber auch der gute deutsche Mittelstand zunehmend auf junge Hightech-Unternehmen. Ihnen sind die Vorteile der Start-ups gegenüber großen Gesellschaften sehr bewusst: die Kleinen sind schneller, flexibler und eher bereit, wirklich neue Wege zu gehen. Ferner verfügen sie über eine bessere Motivation und Effizienz in Forschungs- und Entwicklungsprojekten oder bei der Umsetzung von innovativen Geschäftsmodellen in neuen, anfänglich kleinen Märkten. Daher ist es kein Wunder, dass besonders die Internetwirtschaft wesentlich von Start-ups vorangetrieben wird.

Vorteile auch für Gründer

Die Venture Capital-Industrie sieht die wieder gut gefüllten Kassen der Konzerne und setzt auf die großen, lukrativen

WELL CONNECTED – ZWEI BEISPIELE

Strategisches Pharma-Investment – Das im Jahr 2005 gegründete Biotechnologie-Unternehmen UroTec stellt aus patienteneigenen Zellen Gewebeersatz zur Rekonstruktion von erkrankten Harnorganen her. Das traditionsreiche sächsische Pharmaunternehmen Apogeha beteiligte sich als strategischer Investor und übernahm mehrheitlich die Anteile der bisherigen Investoren. Der etablierte Arzneimittelhersteller im Bereich der Urologie ist der ideale Partner für UroTec: Das Investment ermöglicht es UroTec, weltweit eine führende Rolle bei der Entwicklung und Anwendung von regenerativen Therapien im Bereich der Urologie einnehmen zu können. In seiner Gesamtheit bedeutet der Deal auch eine nachhaltige Stärkung des Biotechnologie-Standortes Sachsen.

Viele Kräfte an einem Strang – Das Gründerteam von Heliatek entwickelte eine neuartige Solarzellentechnologie auf Basis organischer Materialien. Mit diesem Verfahren können kostengünstig und einfach organische Solarzellen produziert werden, die sehr effektiv sind und das bislang höchste Effizienzniveau weltweit erreichen. Nach der Seed-Finanzierung 2006 durch den High-Tech Gründerfonds haben sich später noch die Industriekonzerne BASF und Bosch zusammen mit Wellington Partners, RWE Innogy, eCapital entrepreneurial Partners, dem Technologiegründerfonds Sachsen und GP Bullhound beteiligt. Schließlich hat das junge Unternehmen mit einem Kapitalbetrag von insgesamt 18 Mio. EUR eines der größten Venture Capital-Investments der letzten Jahre erhalten.

Exits – am besten im dreistelligen Millionen-Euro-Bereich. Diese Exits kommen vor, bleiben aber Ausnahmen. Sie sind so selten, dass sie die Venture Capital-Branche nicht alleine tragen können. Daher müssen die Frühphaseninvestoren die Kooperationen zwischen den Konzernen bzw. großen Mittelständlern und Start-ups entwickeln. Denn auch Start-ups profitieren von einer engen Kooperation: Jungen Technologieunternehmen werden durch eine Konzernbeteiligung Türen geöffnet, die anderweitig verschlossen geblieben wären. Start-ups können die Vertriebs- und Kommunikationskanäle eines Konzerns nutzen und sie für den Ausbau ihrer Kundenbeziehungen einsetzen. Des Weiteren kann ein Start-up von der Infrastruktur und vom Know-how eines Industrieunternehmens profitieren. Nicht zuletzt sind die Corporates selbst die wichtigsten Kunden, Lieferanten oder auch Finanzierer.

Wichtig: Klare Regeln

Allerdings müssen die Venture Capital-Geber gerade bei Finanzierungen durch Konzerne darauf achten, dass der Wert im Start-up entsteht und nicht verloren geht. Klare Regeln über geistiges Eigentum und Exit-Regeln müssen dazu beitragen, die Risiken, die mit einer frühzeitigen Einbindung von Corporates verbunden sind, einzudämmen. Eine engere Verzahnung von Start-ups und Corporates

kann dem Venture Capital-Modell insgesamt helfen. Die großen Exits mit Multiples im zweistelligen Bereich müssen ergänzt werden um kleinere Exits an den Mittelstand mit zweistelligen IRRs. Der Verkauf von UroTec an den sächsischen Mittelständler Apogepha ist ein erstes Beispiel. Wenn solche Beispiele Schule machen, stehen die Corporates in Zukunft auch als Investoren in die Venture Capital-Fonds zur Verfügung. ■

Zum Autor



Dr. Michael Brandkamp ist Geschäftsführer der High-Tech Gründerfonds Management GmbH, die rund 200 Portfoliounternehmen zählt. Vor dem Aufbau der Gesellschaft, die von Beginn an auf eine enge Kooperation mit Konzernen setzt, verantwortete er als Abteilungsdirektor innerhalb der KfW Bankengruppe den Bereich Innovationsfinanzierungen und Beteiligungen.

Anzeige

unternehmertum

Center for Innovation and Business Creation at TUM

MIT UNTERNEHMERTUM ZUR ERFOLGREICHEN GRÜNDUNG!

Gegründet 2002, ist die UnternehmerTUM heute eines der führenden Zentren für Innovation und Gründung. UnternehmerTUM verbindet Industriepartner, unternehmerische Treiber und Technologien aus universitärer Forschung und initiiert so Unternehmensgründungen.

Innovationsberatung

UnternehmerTUM unterstützt Unternehmen darin, systematisch zukunftsweisende Produkte, Dienstleistungen, Strategien, Prozesse und Geschäftsmodelle zu entwickeln und zu erproben.

Ausgründung und Finanzierung

Wir identifizieren aktiv Ausgründungspotential in der Wissenschaft und in der Industrie, begleiten bei der Gründung und beim Unternehmensaufbau und vermitteln Venture Capital. Ab Anfang 2011 bieten wir eigene Finanzierungsmöglichkeiten an.

Netzwerk

UnternehmerTUM bietet ein hervorragendes Netzwerk aus unternehmerischen Talenten, Wissenschaftlern, Experten aller Branchen und Kapitalgebern.



Strukturen für ein „Gründerland Deutschland“

Exist fördert Gründungen aus der Wissenschaft

Vergleicht man die akademische Gründungsförderung hierzulande mit den Aktivitäten an Hochschulen im Ausland, wird der Nachholbedarf deutlich. Trotz vielfältiger Maßnahmen und strukturierter Förderung durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) mithilfe des Exist-Programms stehen Hochschulen weiterhin vor der Herausforderung, sich intensiv bei der Förderung von Unternehmertum zu engagieren und ein gründungsfreundliches Umfeld zu schaffen.

Die Gründerhochschule

Mit dem neuen Wettbewerb „Exist-Gründungskultur – Die Gründerhochschule“ als Teil der Initiative „Gründerland Deutschland“ stellen das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) und der Europäische Sozialfonds (ESF) in den kommenden sieben Jahren rund 46 Mio. EUR bereit. Ziel ist es, durch hochschulweite Gesamtstrategien eine Gründungskultur und mehr Unternehmergeist an Hochschulen zu etablieren. Darüber hinaus soll die akademische Gründungsförderung aus dem Status der in der bisherigen Exist-Förderung temporär begrenzten und inhaltlich beschränkten Projektförderung in eine strategische Daueraufgabe überführt werden. Der Wettbewerb unterstützt Hochschulen dabei, sich als gründungsprofiliert zu positionieren, das Potenzial der volkswirtschaftlich besonders relevanten wissens- und

technologiebasierten Unternehmensgründungen am Hochschulstandort nachhaltig zu erschließen und unternehmerisches Denken und Handeln unter Studierenden und wissenschaftlichen Mitarbeitern zu stärken. Es geht nicht darum, ausschließlich Hochschulstandorte zu fördern, die bereits heute schon in der akademischen Gründungsförderung gut aufgestellt sind. Vielmehr sind laut BMWi die zusätzlichen Entwicklungspotenziale, die mithilfe des Wettbewerbs nachhaltig nutzbar gemacht werden können, für eine Förderung ausschlaggebend.

Aus 83 werden zehn

Vom 1. April bis zum 30. Juni 2010 haben 83 Hochschulen in der ersten Wettbewerbsstufe eine Ideenskizze eingereicht, in der primär die bestehenden Rahmenbedingungen zur Gründungsförderung an der jeweiligen Hochschule sowie erste strategische Ansätze dargelegt wurden. In der zweiten Wettbewerbsstufe vom 1. November 2010 bis 30. April 2011 erhalten nunmehr 24 Universitäten und Fachhochschulen eine Finanzierung, um ein dezidiertes Konzept für eine ganzheitliche hochschulweite Gründungsstrategie auszuarbeiten. An diese Konzeptphase schließt sich die sogenannte Projektphase nach dem Prinzip „3+2“ an. Gelingt den bis zu zehn Hochschulen, die das BMWi ab Herbst 2011 in der Projektphase bei der praktischen Umsetzung finanziell unterstützt, die Erfüllung wesentlicher Meilensteine respektive die überzeugende Anpassung des Strategiekonzepts an sich gegebenenfalls verändernde Rahmenbedingungen, so kann sich die Förderung um weitere zwei Jahre verlängern. Von den für die Projektphase ausgewählten Hochschulen werden bis zu drei mit dem Prädikat „Gründerhochschule“ ausgezeichnet. Einstellen müssen sich alle Hochschulen in der Projektphase in jedem Falle auf eine Steigerung des Eigenanteils an der Gesamtfinanzierung von 15% im ersten Jahr auf 50% im vierten und fünften Jahr. Hochschulen, deren Ideenskizze in der aktuellen Runde nicht zur weiteren Förderung empfohlen wurde, können voraussichtlich Ende 2011 einen neuen Anlauf nehmen, wenn laut BMWi die zweite Runde des Wettbewerbs „Die Gründerhochschule“ eingeläutet werden soll.

Noch mehr Klasse, weniger Masse

Ziel des Exist-Programms war von jeher, innerhalb der in den Netzwerken beteiligten Hochschulen Strukturen zu schaffen, die auch bei Auslaufen der Förderung eine

DEUTSCHE HOCHSCHULEN MIT NACHHOLBEDARF

Mit dem Programm „Exist – Existenzgründungen aus der Wissenschaft“ unterstützt die Bundesregierung seit 1998 Maßnahmen und Projekte, um an Hochschulen und Forschungseinrichtungen deutschlandweit das Gründungsklima zu verbessern und den Unternehmergeist zu verankern. Den Prozess zur Etablierung einer nachhaltigen Gründungskultur in der Wissenschaft sieht man beim Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) jedenfalls als noch nicht abgeschlossen an. An vielen Hochschulen friste das Gründungsthema nach wie vor ein Nischendasein, das den Umkreis des Gründungslehrstuhls oder des Gründerbüros kaum überschreitet, heißt es auf der Webseite des BMWi. Es mangele an ganzheitlichen strategischen Ansätzen, um eine nachhaltig gelebte, hochschulweite Kultur der unternehmerischen Selbstständigkeit zu etablieren.

DIE ZWEI SÄULEN DER GRÜNDERHOCHSCHULE

Die Gründerhochschule

Strategiebildung

- Gründungsbezogene Gesamtstrategie
- Administrative Strukturen und Regelwerke
- Qualitätsmanagement und Monitoring

Praktische Umsetzung

- Sensibilisierung und Kommunikation
- Erschließung und Verwertung ungenutzter Innovationspotenziale
- Gründungsrelevante Lehre
- Unterstützung und Betreuung von Gründern

Quelle: BMWi

dauerhafte Förderung der gründungsrelevanten Aktivitäten in selbsttragenden Strukturen sichern. Seit 1998 wurden aus Exist I bis Exist III an über 60 Gründungsnetzwerke Förderzusagen erteilt. Mit dem Wettbewerb „Die Gründerhochschule“ setzt das BMWi nun statt der „Breitenförderung“ auf die Schaffung einer „Gründungsexzellenz“. Dieser Ansatz scheint auch für weitere Bereiche des Exist-Programms Anwendung zu finden. Bei den ursprünglich auf „Gründerinnen und Gründer aus Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen, die ihre

Gründungsidee in einen Businessplan umsetzen möchten“ abzielenden Exist-Gründerstipendien sind aufgrund der hohen Zahl an Anträgen im Bereich IKT die Auswahlkriterien, zunächst bis Ende 2010, verschärft worden. Gefordert sind nun qualifizierte und erfahrene Gründer sowie nach Möglichkeit erste Absichtserklärungen bzw. Letters of Intent von Vertriebspartnern und Kunden sowie ein unmittelbar bevorstehender Markteintritt. Fügt man noch den Aspekt eines skalierbaren Geschäftsmodells hinzu, so entspricht dies in weiten Teilen der Sprachregelung eines Venture Capital-Gebers.

Fazit:

Dennoch sollte das Vorhaben von Bundeswirtschaftsminister Brüderle aufgehen, mit dem Wettbewerb „Die Gründerhochschule“, aufbauend auf den seit 1998 etablierten Exist-Strukturen, die Voraussetzungen für eine nachhaltige Verankerung des Entrepreneurship-Gedankens an den Hochschulen zu schaffen und wichtige Impulse für eine bessere Verwertung wissenschaftlicher Erkenntnisse durch Gründungen zu geben. Dazu muss das Gründungsthema allerdings aus seinem Nischendasein herausgeführt und an deutschen Hochschulen ein ganzheitlicher strategischer Ansatz aufgesetzt werden, der von allen relevanten Akteuren einschließlich der Hochschulleitung getragen wird. ■

Max Eckhardt

redaktion@vc-magazin.de

Anzeige

TechnologieZentrumDresden

GRÜNDEN
WACHSEN

UNTERNEHMEN
ZUKUNFT

HIGH TECH STANDORTE IN DRESDEN. www.tzdresden.de

Ansprechpartner: Dr. Bertram Dressel, Tel. 0351 | 8718665 kontakt@tzdresden.de

Case Study

Die Kommunikation von Viren stören

Riboxx zielt auf Kostensenkung für Medikamente

Riboxx will schneller und kostengünstiger als üblich kleine Moleküle aus Ribonukleinsäure, sogenannte siRNAs, herstellen. Diese bremsen die Vermehrung von Viren, degenerativen Erkrankungen und Tumoren im menschlichen Körper. Gene, die die zur Verbreitung von Krankheiten notwendigen Informationen tragen, verstummen dadurch.

Günstig durch Enzyme

Das 2009 in Radebeul gegründete Unternehmen Riboxx nutzt statt des teuren, chemischen Weges kostengünstigere Enzyme zur Herstellung von „small interfering RNAs“ (siRNAs). Das Besondere an ihnen ist ihre Fähigkeit, Eiweiße, auf denen die Informationen eines Virus gespeichert sind, auszuschalten zu können. Dies verdeutlicht auch der Firmenname: „Riboxx heißt RNA-interference in a box“, erklärt Unternehmensgründer und Virologe Dr. med. hab. Jacques Rohayem. Die Firma verkauft bereits Toolkits, mit denen Wissenschaftler siRNAs synthetisieren, veredeln und analysieren können. Außerdem arbeitet das Unternehmen an einem Reaktor, mithilfe dessen Pharma-Unternehmen selbst siRNAs produzieren und ihren Medikamenten hinzufügen können.

In 18 Monaten an den Markt

Riboxx erhielt als ein Gewinner des Go-Bio-Wettbewerbs des Bundesministeriums für Bildung und Forschung eine Förderung von 1,3 Mio. EUR über drei Jahre. „Obwohl unsere Bonität durch Go-Bio gut war, waren die Banken nicht interessiert, uns zu unterstützen“, blickt Rohayem zurück. „Und die Venture Capital-Gesellschaften, die ich angesprochen hatte, reagierten noch nicht mal. Als der TGFS bzw. Technologiefonds Sachsen gleich aktives Interesse

zeigte, war ich froh“, fügt er hinzu. Thomas Schäfer, Betreuer von Riboxx beim TGFS, war besonders von der Einstellung Rohayems angetan: „Er ist nicht einer der Forscher, die unflexibel in ihre Technologie verliebt bleiben.“ Wert legt der Fonds darauf, dass seine Portfoliounternehmen innerhalb von 18 Monaten nach Investition an den Markt gehen. Schäfer erklärt: „Diese Grenze trägt dazu bei, dass sich das Unternehmen wie ein Unternehmen verhält und nicht unbefristet weiterforscht.“ Für Schäfer geht es jetzt um Verbesserungsarbeiten: „Als nächstes werden die Erfahrungen aus den ersten Wochen im Vertrieb ausgewertet und gegebenenfalls die Strategie revidiert und strategische Optionen



Unternehmensgründer Jacques Rohayem will durch gezielten Einsatz von Enzymen die Kosten bei der Herstellung von siRNAs entscheidend senken.



Riboxx und der Technologiefonds Sachsen haben sich enge Zeitlimits bis zum Erreichen der Marktreife gesetzt.

KURZPROFIL RIBOXX GMBH

• Gründungsjahr:	2009
• Branche:	Biotechnologie
• Sitz:	Radebeul
• Umsatz 2010 (erwartet):	k.A.
• Internet:	www.riboxx.com

NACHGEFRAGT BEI OLIVER UECKE, BERATER BEI DRESDEN EXISTS

VC Magazin: Was ist die Aufgabe von Dresden exists?

Uecke: Wir begleiten den Weg in die Selbstständigkeit auf vier Arten: in unserem Gründerfoyer, einem Motivationsevent, wollen wir Interessierte für die Idee der Selbstständigkeit begeistern; wir bieten kostenlose Workshops und Vorträge rund um das Thema Unternehmensgründung und Unternehmerpersönlichkeit. Auch durch Ideenwettbewerbe versuchen wir das Interesse zu steigern; und wir bieten natürlich die individuelle Betreuung eines Projektes. Unsere Gründungsinteressierten haben oftmals ähnliche Fragestellungen. Nach über 500 betreuten Projekten und über 175 Gründungen haben wir Expertise in dem Gebiet aufgebaut. Wir stehen den Projekten zur Seite von der ersten Idee, die oft eher die erste Ahnung einer Idee ist, bis zur eigentlichen Gründung. Bei einigen Projekten wie beispielsweise Riboxx ist das verbunden mit der ersten Finanzierung durch einen Investor. Danach endet unser Einsatz.



Oliver Uecke

VC Magazin: Nach welchen Kriterien entscheiden Sie, wen Sie beraten?

Uecke: Aufgrund unserer Arbeitsmethode benötigen wir kein Auswahlverfahren. Zu uns kann jeder kommen, bis zu fünf Jahre nach Verlassen der Hochschule bzw. Forschungseinrichtung. Die Verantwortung für Fortschritte liegt bei den Teams oder Individuen. Wir setzen mit ihnen zusammen Meilensteine und begleiten den Prozess, aber wir erwarten auch, dass die Teams während der Umsetzung aktiv auf uns zukommen. Ich habe zurzeit ungefähr 25 Projekte, die ich parallel betreue, davon bin ich bei knapp der Hälfte nur wenig involviert, da erst noch verschiedene Arbeiten abgeschlossen werden müssen, z.B. erste Tierexperimente bei Teams im Bereich Medikamentenentwicklung oder die Anmeldung von Patenten.

VC Magazin: Wie eng ist Ihr Kontakt zur privaten Industrie und zu potenziellen Investoren für die Firmen, die Sie betreuen?

Uecke: Unsere Expertise liegt in der Vorgründungsunterstützung, nicht im Bereitstellen eines umfangreichen Kontaktnetzwerkes zur Industrie. Hier arbeiten wir eng mit regionalen Branchennetzwerken wie Biosaxony im Bereich Biotechnologie zusammen.

VC Magazin: Vielen Dank für das Gespräch.

ausgelotet.“ Konkrete Details zur Investition, die im Dezember 2009 floss, wollte Schäfer nicht preisgeben.

Ausblick

Im Bereich der Biotechnologie wird langfristig gedacht. Mit seinem Toolkit ist Riboxx in der Lage, kurzfristig Cashflow zu generieren. „Wir wollen schnell rentabel werden. Sonst sind wir doch nur eine Gruppe Wissenschaftler, die Geld verbrennt“, meint Rohayem. Der Virologe ist vom Potenzial seiner Technologie überzeugt: „Es ist der Weg zu individualisierter Medizin. Man kann zum Beispiel ein Genprofil eines entfernten Krebstumors erstellen und dann ein individuelles Medikament ohne Nebenwirkungen mixen.“

Oliver Uecke, der bei Dresden exists den Bereich Biotech/Life Sciences betreut und daher auch Rohayem kennt, ist beeindruckt vom Engagement des Unternehmers: „Er bringt die Entwicklung seiner Firma voran. Er macht sich Gedanken über Dinge, auf die man andere erst hinweisen muss, z.B. darüber, was Kundennutzen ist und welche Bedeutung er hat.“ Uecke ist jedenfalls davon überzeugt, dass die Anwendungsbereiche von Riboxx ein großes Marktpotenzial haben. Allerdings werden wohl noch Jahre vergehen, bis ein Patient von dieser Technologie profitieren kann. ■

Nicola Bock
redaktion@vc-magazin.de



Start-up?

**Wir helfen Ihnen bei
Ihrem Unternehmensstart
in der Chemiebranche
durch:**

- maßgeschneiderte Beratungspakete: Gründungs- und Wachstumsberatung
- Räumlichkeiten: Labor, Technikum, Lager, Büro
- Technische Serviceleistungen: Analytik, Beratung (z.B. Scale-up), Contract Manufacturing
- Office Services
- Networking

www.chem2biz.de

Kontakt chem2biz
fon: +49 621 5953-0, mail: info@chem2biz.de

Eine gemeinsame Initiative der
TZL - TechnologieZentrum Ludwigshafen am Rhein GmbH
und BASF SE

Case Study

Wachstum im Netz und auf der Kapitalseite

Commercetools: Anbieter von Onlineshops

Online verkaufen mit einer Software, die sich den Verkaufsumsätzen anpasst – diese Marktlücke entdeckten drei Münchner IT-Spezialisten vor vier Jahren für sich und stießen bei einem Early Stage-Investor auf großes Interesse. Die ersten Kunden kommen aus dem Mittelstand.

Lücke im Mittelstand

Oftmals schaudert es Dirk Hörig, wenn er auf die Websites anderer Unternehmen blickt: „Über 80% der mittelständischen Unternehmen wurden bei ihren E-Commerce-Vorhaben schlecht beraten“, stellt der Mitgründer und Geschäftsführer des Münchner Softwarehauses Commercetools GmbH beim Surfen im Internet fest. Als wesentliche Ursache hat er eine Lücke auf der Anbieterseite identifiziert: Auf der einen Seite gebe es umfassende Lösungen für Großunternehmen, für die der Preis keine allzu große Bedeutung hat, auf der anderen Seite seien es einfache Lösungen für kleine, preissensible Unternehmen. In der Folge müssten mittelständische Unternehmen, die ihre Produkte professionell über das Internet verkaufen wollen, meist mehr für die Softwarelösungen bezahlen, als sie am Ende damit verdienen könnten, ist Hörig überzeugt. „Das Angebot für Mittelständler ist noch nicht da“, bringt er es auf den Punkt.

Keine Lizenzgebühren

Dieser Mangel auf der Angebotsseite ist gut für den Bayern: Gemeinsam mit zwei Mitstreitern tüftelt er seit 2006 an einer E-Commerce-Lösung für einen Onlineshop, der mit den Verkaufsvolumina seiner Kunden wächst. Dabei fallen im Gegensatz zu anderen Anbietern bei Commercetools keine teuren Lizenzgebühren an. Für 4.000 bis 5.000 EUR wird die Website des Kunden fit gemacht für den Onlinehandel, später kommen Gebühren in Höhe von 3 bis 5% des Umsatzes dazu. Commercetools übernimmt die gesamte Abwicklung und den Zahlungsverkehr, die Unternehmen müssen kein zusätzliches Personal vorhalten. „Das bietet



Die Lösungen von Commercetools machen den Online-Handel für mittelständische Unternehmen lukrativer.

den Vorteil, dass der Webshop mit der Nachfrage des Kunden wächst“, betont Hörig. Derzeit betreuen die Münchner 20 Kunden, darunter den Wasserfilterhersteller Brita oder den Hersteller der Energiebrause Red Bull, und machen rund 1 Mio. EUR Umsatz im Jahr.

Positiv: unternehmerische Erfahrungen

Erfahrung mit Unternehmensgründungen im Online-Bereich haben Hörig und seine beiden Mitstreiter Dennis Werner und René Welches schon vor Commercetools gesammelt. Ihre 2002 gegründete „Agentur für Internetthemen“ löste schon so manches E-Commerce-Problem zu einer Zeit, als das Business noch weniger ausgereift war. Die Agentur kreierte u.a. den ersten Onlineshop des Sportartikelherstellers Puma. „Diese ersten unternehmerischen Erfahrungen waren für uns ausschlaggebend, bei Commercetools mit staatlichem Risikokapital einzusteigen“, sagt Jochen Herdrich von Bayern Kapital und ergänzt: „Überzeugt hat uns zudem, dass sich auch private Investoren engagierten.“ Rund 1,5 Mio. EUR sammelten die Gründer von Commercetools als Startkapital ein. Auch der High-Tech Gründerfonds beteiligte sich an der ersten Finanzierungsrounde.

Ausblick:

Hörig sieht in den nächsten Jahren großes Marktpotenzial: „Wir könnten bereits ohne Schwierigkeiten das Vier- bis Fünffache an Umsatz machen.“ Allerdings besteht Nachholbedarf beim Marketing und dem Vertrieb. Für die Schaffung entsprechender Strukturen will Commercetools bis Ende des Jahres noch einmal 2 bis 3 Mio. EUR einsammeln. ■

Torsten Holler

redaktion@vc-magazin.de

KURZPROFIL COMMERCTOOLS GMBH

• Vision:	E-Commerce-Software entwickeln, die mitwächst
• Gründungsjahr:	2006
• Branche:	IT
• Sitz:	München
• Umsatz 2010 (erwartet):	1,1 Mio. EUR
• Internet:	www.commercetools.de



Ihr neuer Treffpunkt im Jahr des Business Angels.

Willkommen im Mountain Club.

Business Angels sind die Triebfeder prosperierender Volkswirtschaften. Der Mountain Club unterstützt Sie bei dieser wichtigen Aufgabe: Mit einer komplett neu entwickelten Online-Plattform sind wir im Mai 2010 an den Start gegangen.

Hier finden Sie als Mitglied eine Vielzahl qualifizierter Start-ups und Unternehmen für Ihr Engagement als Business Angel. Über eine innovative e-Banking-Lösung können Sie gezielt an umfassenden Informationen partizipieren, in attraktive Unternehmen investieren und die Entwicklung Ihres Engagements detailliert kontrollieren. Mit regelmäßigen Events spielt der Mountain Club auch gesellschaftlich in der ersten Liga. Nicht zuletzt deshalb unterstützen wir die Aktion „Business Angel Jahr 2010“.

Lernen Sie den Mountain Club jetzt persönlich kennen: Rufen Sie uns für Ihren kostenfreien Gastzugang an. Sie erreichen den Mountain Club unter **+41 44 7 83 80 58** oder per Mail an willkommen@mountain-club.ag

Wir freuen uns auf Sie.

Online und IT stehen an der Spitze

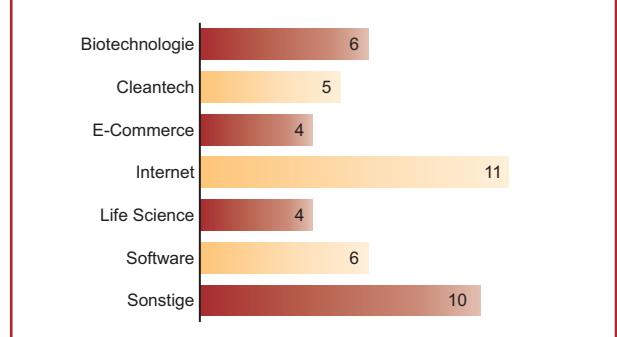
Early Stage-Investoren haben klare Präferenzen

An ihren Taten können sie gemessen werden: Investoren aus dem deutschsprachigen Raum oder in deutschsprachige Unternehmen sind oft schweigsam, wenn es um die Höhe der Investments geht. Welche Branchen in Erstrundenfinanzierungen derzeit präferiert werden, lässt sich aber an den veröffentlichten Deal-Meldungen erkennen.

Drei Branchen im Gleichklang

Gemeinsam stehen Start-ups aus den Bereichen Internet bzw. E-Commerce an der Spitze, wenn es um Erstrundenfinanzierungen mit Beteiligung von Akteuren aus dem deutschsprachigen Raum geht. Sie stellen 33% der insgesamt 46 Erstrundenfinanzierungen mit Beteiligung von Akteuren aus dem deutschsprachigen Raum, die im Deal-Monitor des VentureCapital Magazins in den Ausgaben 1 bis 10/2010 gemeldet wurden. Biotech und Software halten sich mit je sechs Deals in zehn Monaten die Waage. Nur einzelne Finanzierungen gab es dagegen u.a. in Segmenten wie Verpackung, Marketing, mobile Kommunikation oder Schaumstoffe. Die explizit als Transaktionen des High-Tech Gründerfonds ausgewiesenen Kapitalspritzen wurden separat dargestellt.

ERSTRUNDEN-FINANZIERUNGEN NACH BRANCHEN
DEZEMBER 2009 BIS SEPTEMBER 2010*



* 22 Deals des High-Tech Gründerfonds wurden separat erfasst.
Quelle: Deal-Monitor des VentureCapital Magazins

Schweigsam beim Volumen

In 43% der notierten Fälle wurden keine Angaben zur Höhe der Finanzierung gemacht: Konkret hüllten sich die Beteiligten bei 20 der 46 Transaktionen in Schweigen. Dann gab es sieben Runden mit vagen Details. Vier Start-

ERSTRUNDEN-FINANZIERUNGEN MIT DEUTSCHSPRACHIGEN AKTEUREN UND ANGABEN ZUR HÖHE (DEZ. 2009 BIS SEPT. 2010)			
Name	Branche	Investoren	Volumen
Apeptico Forschung & Entwicklung	Biotechnologie	u.a. The BioScience Venture Group, V+ Venture Plus	3 Mio. EUR
Atizo	Internet	u.a. Competec Holding	knapp 1 Mio. CHF
Audimark	Internet	NRW.Bank über Seed.Fonds.Aachen und Kreativwirtschaftsfonds	hoher sechsstelliger Betrag
CeQur	Medizintechnik	u.a. Endeavour Vision, Venture Incubator	31,7 Mio. CHF
Curetis	Molekulardiagnostik	u.a. aeris Capital, LSP Life Science Partners, BioMedPartners, KfW Mittelstandsbank via ERP-Startfonds	20 Mio. EUR*
Egoes, LLC (Social Network)	Internet	u.a. Mac Invest	0,5 Mio. USD
Elara Pharmaceuticals	Biotechnologie	EMBL Ventures, KfW Mittelstandsbank via ERP-Startfonds, Wagnisfinanzierungsgesellschaft für Technologieförderung in Rheinland-Pfalz	2,6 Mio. EUR
eZelleron	Cleantech	eCapital Entrepreneurial Partners, Technologiegründerfonds Sachsen, Fraunhofer Venture	2,4 Mio. EUR
Fabulis.com	Internet	u.a. Cinco Capital, Mayfield Fund	0,625 Mio. USD
froodies	E-Commerce	Sirius Venture Partners	sechsstelliger Betrag
F-Star Biotechnologische Forschungs- und Entwicklungsgesellschaft	Biotechnologie	u.a. Merck Serono Ventures, TVM Capital	8 Mio. EUR
Gollmann Kommissioniersysteme	Lagersysteme	eCapital Entrepreneurial Partners	2,5 Mio. EUR
Helivios	Cleantech	nicht bekannt (private Investoren aus Saudi-Arabien, Österreich und der Schweiz)	0,545 Mio. EUR
Hepa Wash	Medizintechnik	KfW Bankengruppe, Privatinvestoren	3,8 Mio. EUR
madvertise Mobile Advertising	Mobile Advertising	Earlybird, Team Europe Ventures	mittlerer einstelliger Millionenbetrag
Nanohale	Biotechnologie	u.a. KfW Mittelstandsbank via ERP-Startfonds	0,5 Mio. EUR
NanoPowers	Medizintechnik	u.a. Novartis Venture Funds	5 Mio. CHF
O-Flexx Technologies	Cleantech	u.a. Emerald Technology Ventures, Partech International	6,7 Mio. EUR
Poken	Internet	u.a. Swisscom Ventures	1,8 Mio. USD
Qoniac	Software	Technologiegründerfonds Sachsen	sebenstelliger Betrag
Takwak	Mobile Kommunikation	Triangle Venture Capital, KfW Mittelstandsbank via ERP-Startfonds	2,5 Mio. EUR
TerraLux	Technologie	u.a. Emerald Technology Ventures	5,6 Mio. USD
Themis Bioscience	Biotechnologie	Austria Wirtschaftsservice	1 Mio. EUR
Tolingo	Internet	Neuhaus Partners, KfW Mittelstandsbank via ERP-Startfonds	sebenstelliger Betrag
vertical techmedia	Software	u.a. bmp	sechsstelliger Betrag

*inkl. Aufstockung der ersten Runde

Quelle: Deal-Monitor des VentureCapital Magazins

ups erhielten einen „sechsstelligen Betrag“ bzw. konnten „knapp 1 Mio. CHF“ einsammeln, die anderen drei überschritten die Grenze von 1 Mio. EUR mit einem „siebenstelligen Betrag“ bzw. einem „mittleren einstelligen Millionenbetrag“. In den verbleibenden 19 Fällen wurden aber exakte Angaben gemacht: Besonders weit öffneten die Geldgeber ihre Portemonnaies für die Curetis AG, ein Unternehmen der Molekulardiagnostik, das in der ersten Runde 18,5 Mio. EUR erhielt und in einer Aufstockung weitere 1,5 Mio. EUR. Das untere Ende der Skala markieren das Biotech-Unternehmen Nanohale, das u.a. via ERP-Startfonds von der KfW Bankengruppe 0,5 Mio. EUR erhielt, sowie das Cleantech-Unternehmen Helivios, das 45.000 EUR mehr als Nanohale bekam. Die Kapitalgeber sind ungenannte private Investoren – vulgo Business Angels – aus Saudi-Arabien, Österreich und der Schweiz. Bevorzugte Währung ist der Euro, der bei 13 Transaktionen gewählt wurde. Viermal erhielten die Start-ups ihre Mittel in USD, dreimal in CHF.

Deals des High-Tech Gründerfonds

Insgesamt wurden im Deal-Monitor des VentureCapital Magazins explizit 22 Erstrunden-Finanzierungen unter dem Label des High-Tech Gründerfonds erfasst. An der

Spitze steht das Segment Software mit sechs Transaktionen, es folgen Medizin bzw. Medizintechnik sowie Internet/E-Commerce mit je vier Deals. Die restlichen acht Kapitalspritzen verteilen sich u.a. auf die Segmente Biotechnologie, Energie, Entertainment, IT und Life Sciences. Als Side-Investoren beteiligten sich sowohl Business Angels als auch private Investoren wie New Commercial Room oder Gesellschaften mit öffentlichem Hintergrund wie Bayern Kapital.

Fazit:

Am populärsten sind unter Early Stage-Investoren derzeit Start-ups, die mit wenig Kapitaleinsatz viel erreichen können oder bei denen Transaktionen Teil des Geschäftsmodells sind. Dies trifft vor allem auf die Bereiche Internet und E-Commerce zu, die gut 33% der Erstrundenfinanzierungen bilden, die zwischen Januar und September Eingang in den monatlichen Deal-Monitor des VentureCapital Magazins gefunden haben. Dennoch flossen teils hohe Summen – in einem Drittel der Runden wurden siebenstellige Beträge investiert. ■

torsten.passmann@vc-magazin.de

Anzeige



Technologiepark
Heidelberg

Technologiepark Heidelberg GmbH
Im Neuenheimer Feld 582
69120 Heidelberg
phone +49.6221.5025700
fax +49.6221.5025711
info@technologiepark-heidelberg.de
www.technologiepark-heidelberg.de

Branche mit Nachholbedarf

Venture Capital in Deutschland am Scheideweg

Deutschland gilt als weltweit führender Technologie- und Innovationsstandort. Doch gerade bei der Finanzierung junger Technologieunternehmen mit Venture Capital haben wir deutlichen Nachholbedarf. Die hiesige Venture Capital-Branche ist verhältnismäßig klein, was nicht zuletzt daran liegt, dass es zu wenige deutsche institutionelle Investoren gibt, die den hier ansässigen Fonds Mittel bereitstellen können. Die Nachfrage nach Wagniskapital vonseiten der Unternehmen übersteigt somit das Angebot privater Venture Capital-Gesellschaften bei Weitem. Deshalb hat die öffentliche Hand auf Bundes- und auf Landesebene in den letzten Jahren ihr Angebot an Venture Capital nochmals verstärkt.

Unterhalb des Durchschnitts

Um Investoren wieder an die Anlageklasse deutsches Venture Capital heranzuführen, müssen Anreize geschaffen und Hürden abgebaut werden. Wir brauchen eine vitale Venture Capital-Szene, um langfristig nicht ins Hintertreffen zu geraten. Verglichen mit den europäischen Nachbarn fallen die Venture Capital-Investitionen in Deutschland gemessen an der Wirtschaftskraft deutlich geringer aus. Deutschland rangiert sogar unterhalb des europäischen Durchschnitts.

Damit bleiben Wachstums potenziale für den Unternehmens- und Technologiestandort Deutschland mit unabsehbaren Folgen ungenutzt. Zahlreiche Studien belegen die positiven Effekte von Venture Capital für das Gründungsgeschehen, die Entwicklung junger Unternehmen, ihre Forschungsintensität und das Wirtschaftswachstum insgesamt.

Herausforderung Fundraising

Zentrale Herausforderung für die deutschen Venture Capital-Gesellschaften bleibt das Fundraising. Nur Gesellschaften, die in der Lage sind, neue Fonds erfolgreich abzuschließen, können langfristig am Markt bestehen. In den vergangenen zehn Jahren schieden viele Gesellschaften – darunter viele im Internet-Boom gegründete – aus dem Markt aus. Demgegenüber stand nur eine überschaubare Zahl an Neugründungen, weshalb die deutsche Venture Capital-Branche deutlich geschrumpft ist. Eine Umkehr dieser Entwicklung ist vorerst leider nicht absehbar. Die Gesellschaften leiden vor allem an dem nahezu vollständigen Rückzug institutioneller Investoren aus Venture Capital-Fonds. Dieser hat sich durch die Finanz- und Wirtschaftskrise noch verstärkt. Gerade auch die für die deutschen Fonds so wichtigen ausländischen Investoren haben ihre Aktivitäten reduziert.

Dabei hat die Venture Capital-Branche hierzulande mit einem zusätzlichen Wettbewerbsnachteil zu kämpfen. Deutschland zählt, was die steuerlichen Rahmenbedingungen für Private Equity bzw. Venture Capital anbetrifft, nicht zu den Ländern mit konkurrenzfähigen rechtlichen Rahmenbedingungen. Noch immer fehlt der hiesigen Branche ein Kapitalmarktrahmen, der die Regulierung und Besteuerung von Fonds gesetzlich regelt. Während Länder wie Großbritannien, Frankreich, Spanien, Italien oder die Schweiz über entsprechende Gesetze ihren Fonds Rechtssicherheit bei Steuerfragen bieten, müssen Fonds in Deutschland vor allem gegenüber ausländischen Investoren diesen besonderen und international nachteiligen Status erläutern.

Zu wenige neue Fonds

International hat die Finanz- und Wirtschaftskrise zu einem Rückgang des globalen Private Equity-Fundraisings geführt. Zwar konnten in den letzten Jahren neue Fonds registriert werden, aber ihre Zahl ist weiterhin überschaubar und die eingeworbenen Mittel oft gering. Seit 2008 wurden in Deutschland nur 18 neue Venture Capital-Fonds von privaten Gesellschaften geschlossen.

VERHÄLTNIS DER VENTURE CAPITAL-INVESTITIONEN IN EUROPÄISCHEN LÄNDERN
ZUM JEWELIGEN NATIONALEN BIP IN %



Quelle: EVCA Yearbook 2008

SEIT 2008 GESCHLOSSENE FONDS

UNABHÄNGIGER VENTURE CAPITAL-GESELLSCHAFTEN

Venture Capital-Gesellschaft	Fonds	Closing-Jahr	aktueller Volumen in Mio. EUR
Boehringer Ingelheim	Boehringer Ingelheim Venture Fund	2010 (final)	100
DuMont Venture Holding	DuMont Venture Holding	2008 (final)	k.A.
eVenture Capital Partners/ Otto-Group	eVenture Capital Partners-Fonds	2008 (final)	mittlerer zweistelliger Millionenbetrag
RWE Innogy	RWE Innogy-Fonds	2008 (final)	50
Triangle	Open Sky Technologies Fund	2010 (first)	15
Acton Capital Partners	Heureka Growth Fund	2010 (final)	150
BonVenture	BonVenture II	2008 (1st Cl.)	9
Cipio Partners	Cipio Partners VI	2009 (1st Cl.)	61
Earlybird	Earlybird IV	2008 (final)	127
Heidelberg Capital	Heidelberg Capital I	2008 (final)	k.A.
Inventive Capital/ Max-Planck-Innovation	DDC Ventures	2009 aufgelegt	100
Life Sciences Partners	LSP IV B.V.	2008 (1st Cl.)	75
Nanostart AG	Nanostart Singapore Early Stage Venture Fund I	2009 (final)	10
SHS	Dritte SHS Technologiefonds	2008 (final)	50
Smac Partners	Smac Partners Fund III	2008 (final)	k.A.
Target Partners	Target Partners Fund II	2009 (final)	113
Team Europe Ventures	Team Europe Ventures-Fonds	2010 (final)	6
TVM Capital	TVM Capital MENA Fund	2010 (1st Cl.)	40 Mio. USD

Quelle: Pressemitteilungen, Unternehmensangaben; Angaben zu eventuellen öffentlichen Investoren soweit bekannt. Stand: September 2010

Der hieraus resultierende Kapitalmangel birgt eine ernste Gefahr für die langfristige Funktionsweise des deutschen Wagniskapitalmarktes und die Finanzierung innovativer Gründungen. Die Kapitallücke versuchen verstärkt öffentliche Venture Capital-Fonds von Beteiligungsgesellschaften einzelner Bundesländer oder des Bundes zu schließen. Zu nennen sind hier Initiativen in Bayern, Nordrhein-Westfalen, Brandenburg oder Sachsen, die den hohen Bedarf an Venture Capital zu decken versuchen. Trotzdem bleibt ein nach wie vor eingeschränktes und angesichts der Nachfrage nach Gründungskapital zu knappes Angebot im Venture Capital-Bereich.

Privates Kapital mobilisieren

Ziel muss es sein, den Kapitalmangel im deutschen Venture Capital-Markt durch die Unterstützung des Fundraisings zu adressieren. Nur durch die Mobilisierung privater Mittel und institutioneller Investoren kann die beschriebene Finanzierungslücke geschlossen werden. Ein wichtiger Schritt war die Gründung des ERP/EIF-Dachfonds im Jahr 2004 und seine kürzlich bekannt gegebene Aufstockung. Der Dachfonds investiert in deutsche Venture Capital-Fonds, denen es mit diesem Commitment im Rücken leichter fallen sollte, weitere Investoren zu gewinnen. Eine vergleichbare Zielsetzung verfolgt das Fondsinvestment-Programm der KfW, über das die bundeseigene Förderbank schon vor langer Zeit begann, in deutsche Fonds zu investieren. Allerdings reichen die positiven Effekte dieser bestehenden Programme nicht aus. Deshalb unterstützt der BVK die im Koalitionsvertrag angekündigte Einführung eines öffentlichen Risikoabsicherungsprogramms, das die von institutionellen Investoren in deutsche Venture Capital-Fonds eingezahlten Mittel bis zu einer

bestimmten Höhe absichern soll. Dies würde das Verlustrisiko der Investoren senken und damit einen entscheidenden Vorbehalt gegen Beteiligungen in diese Fonds entschärfen. Ziel ist es, dadurch die Hemmschwelle der Investoren gegenüber der Anlageklasse Venture Capital zu senken. Die Idee: Machen die Investoren dann positive Erfahrungen mit Venture Capital, werden sie danach auch ohne staatliche Absicherung erneut in Venture Capital investieren.

Ausblick

Essenziell bleibt die Frage nach den rechtlichen Rahmenbedingungen für deutsche Fonds. Der Versuch, den deutschen Venture Capital-Gesellschaften über das Wagniskapitalbeteiligungsgesetz (WKBG) einen regulativen und steuerlichen Rahmen zu geben, scheiterte spätestens 2009, als die Europäische Union entscheidende Teile des Gesetzes als nicht

mit den europäischen Binnenmarktregelungen vereinbar gestoppt hatte. Schon zuvor hatten die einheimische Venture Capital-Branche und der BVK das Gesetz als unpraktikabel und ohne Impulswirkung für die Branche kritisiert. Der BVK setzt sich schon seit Langem aktiv für die Einführung eines Private Equity-Gesetzes ein, das den rechtlichen Rahmen für die gesamte Beteiligungsbranche bildet. Darin müssen dann auch wettbewerbsfähige Regelungen zur steuerlichen Behandlung von Private Equity-Fonds nach internationalem Maßstab enthalten sein, damit die hiesigen Akteure im Wettbewerb mit den Vertretern anderer Länder gleiche Voraussetzungen haben. Dies würde einen deutlichen Impuls für die einheimische Venture Capital-Branche auslösen. ■

Über die Autorin



Dörte Höppner ist seit Mai 2007 Geschäftsführerin des Bundesverbandes Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften e.V. (BVK). Der BVK ist die Interessenvertretung der Private Equity-Branche in Deutschland. Diese umfasst die Private Equity-Gesellschaften – von Venture Capital über Wachstumsfinanzierung bis zum Buyout-Bereich – sowie die institutionellen Investoren, die in Private Equity investieren.

Innovationen + Gründer = Wachstum?

Die Venture Capital-Formel muss erheblich erweitert werden

Beständig wird auf Konferenzen von Private Equity-Investoren die Aussage wiederholt: „The venture capital model is broken.“ Das lässt bei denen, die zumindest etwas darüber nachdenken, die Frage aufkommen, was denn eigentlich dazu gehört, dass Venture Capital funktionieren kann. Kann es denn überhaupt funktionieren? Auf den ersten Blick stimmt die Bestandsaufnahme skeptisch.

Leitmarkt und Venture Capital-Vorbild USA: Die aktuelle mittlere Haltedauer von Unternehmen im Portfolio von Venture Capital-Fonds beträgt zehn Jahre. Derzeit geht der amerikanische Branchenverband NVCA davon aus, dass 50% aller General Partners und 30% aller Venture Capital-Gesellschaften in den nächsten Jahren vom Markt verschwinden werden.

Deutschland und der europäische Markt sind mehr und mehr in öffentlicher Hand. Der Großteil der privaten Wagniskapitalgeber hat sich in „Spätphasen-Sphären“ verabschiedet. Im Gegenzug scheint sich bei Start-ups die Philosophie „Masse statt Klasse“ zu etablieren, wo öffentlich finanzierte Geldgeber miteinander syndizieren und Exits sich im Ergebnis als fünf gerettete Arbeitsplätze und erfolgreicher Technologietransfer präsentieren.

Etablierte Wettbewerber machen es dem Start-up auch nicht gerade leicht. Die Innovationsfähigkeit ist gestiegen, verkrustete Konzernstrukturen sind längst modernstem Management gewichen und der Professionalisierungsgrad der „Corporate Guys“ lässt so manchen jungen Gründer sehr alt aussehen.

Also alles hoffnungslos? Mitnichten. Aber die Venture Capital-Formel muss erheblich überarbeitet werden. Es gehört mehr dazu als idealistische Venture-Romantik, um mit Europas Spitzeninnovation und hoch motivierten Gründern auch Spitzunternehmen auf Weltniveau aufzubauen. Maximal SAP als einzige deutsche Nachkriegsgründung von Weltrang kann man hier beispielsweise Google gegenüberstellen. Eine systemische Überalterung ist unübersehbar. Die neue Formel muss daher lauten:

Wachstum = Innovationen + Gründer + Business Mechanics + Venture Capital + Exit-Märkte + gesellschaftliche Rahmenbedingungen

Zugegeben, die Formel mag für manchen Stakeholder zu lang zum Ausrechnen sein, doch lohnt sich der Blick auf die einzelnen Komponenten, um die Relevanz zu erfassen.

Innovationen: Diese scheinen in der Forschungslandschaft mehr einen Selbstzweck zu verfolgen. Jeder weiß, dass sie gut für die Volkswirtschaften sind, aber wie kommen sie dahin? In Brüssel ist man regelmäßig enttäuscht, dass die erhofften „Patente als Währung der Knowledge Economy“ sich nicht direkt in Euro umtauschen lassen. Venture Capital als gezielte Kommerzialisierungsmaßnahme für Technologietransfer? So viel Unternehmertum scheint derzeit schwer vorstellbar.

Gründer: Im Gespräch mit Gründern fallen oft zwei Dinge auf: 1. Bestehende Anwendungen werden evolutionär verbessert oder der Gründer geht für ein halbes Jahr ins Silicon Valley und kopiert dort die neuesten Trends. Aber warum kopieren? Haben wir in Europa wirklich so wenige eigene Ideen? Das kann bezweifelt werden, vorausgesetzt, die richtigen Impulse werden gesetzt. Die Initiativen rund um das Satellitensystem Galileo und die Vielzahl von visionären Geschäftsideen, die daraus entstehen, könnten für andere Bereiche Vorbildcharakter haben. 2. Der Markteintritt wird entweder sehr zaghaft skizziert („Es gibt keine Konkurrenten“, „Wir haben Partnerschaften mit allen“) oder unreflektiert forsch, wie der berühmte „First Mover Advantage“ (ohne allerdings die First Mover-Kosten zu berücksichtigen). Beides erscheint naiv, und hier hilft nur eine fundierte unternehmerische Ausbildung an den Hochschulen, vorzugsweise durch Unternehmer und Wagniskapitalgeber.

Business Mechanics: Es gibt drei Parameter, die jedes Venture Capital-finanzierte Geschäft beschreiben:

- nachlaufende Profitabilität (Trailing Profitability): Diese sollte so bald wie möglich größer 1 sein, damit eine grundsätzliche Rentabilität dargestellt werden kann.
- Verzögerung der nachlaufenden Profitabilität (Lag Time of Trailing Profitability): Die Korrelation zwischen Einsatz und Ergebnis muss messbar sein. Wenn das Ergebnis zu lange auf sich warten lässt, weiß man nicht, ob das, was man tut, sinnvoll ist.
- Skalierbarkeit (Scalability): Das ist das ganze Streben eines Start-ups. Das Gewinnpotenzial, das man im Kleinen zeigen konnte, groß zu machen und mit der Skalierung schnell und nachhaltig zu wachsen. Scheint ganz einfach? Leider scheitern die meisten Pitches schon an der Frage der Skalierbarkeit.

Venture Capital: Von der öffentlichen Hand erwartet man zu Recht, dass sie gut verwaltet. Unternehmerischen Erfolg zu verwalten, ist aber ein Widerspruch in sich. Die Rente eines Venture Capital-Managers im öffentlichen Dienst ist nämlich auch dann gesichert, wenn dieser nur

Subventionen verteilt und symbolische Exits generiert. Statt die Planwirtschaft hier noch weiter aufzublähen, wie unlängst mit den vergrößerten Finanzierungskapazitäten des High-Tech Gründerfonds geschehen, sollte mit einer gezielten „Ansiedlungspolitik“ wieder ein Segment privater Frühphaseninvestoren aufgebaut werden. Ansonsten droht eine Erosion der gesamten Investitionskette!

Exit-Märkte: Auch Firmenkäufer müssen „nachwachsen“. Da es heute ausschließlich etablierten Unternehmen möglich ist, an die Börse zu gehen, können nur die besten der besten Venture Capital-finanzierten Unternehmen einen Exit mittels M&A durchführen, ganz zu schweigen von einem IPO. Ein wie auch immer gearteter Entry Standard hilft nur bedingt, wenn gleichzeitig die Regulierungsstrukturen zum Verbraucherschutz Kapital daran hindern, in Small Caps zu fließen. Nicht zuletzt aus diesem Grund sind Small Cap-Investmentbanken längst vom Markt verschwunden. Hier muss die Politik den großen Hebel ansetzen und endlich eine Änderung herbeiführen.

Gesellschaftliche Rahmenbedingungen: Gerade weil Europa nicht unbedingt das Image hat, eine Brutstätte des Unternehmertums zu sein, kann mit gezielten Medienkampagnen ein Kontrapunkt zu der sonst allgegenwärtigen „Heuschreckenbedrohung“ gesetzt werden. Regelmäßig verbreitete Erfolgsgeschichten von Unternehmen würden die Aufmerksamkeit auf das Gründersegment

lenken, das Arbeitsplätze schafft, die künftig die Volkswirtschaft stützen – sofern dies politisch gewünscht wäre.

Fazit:

Wenn Gründer und Venture Capital-Geber erfolgreich sein wollen und der Staat politische Ziele durch den Aufbau junger Unternehmen erreichen will, muss man schon hinter die Kulissen schauen, wie die Venture Capital-Formel bzw. Value Chain zusammengesetzt ist. Das notwendige Verständnis vorausgesetzt, sind dem Erfolg dann keine Grenzen gesetzt. ■

Zum Autor



Dr. Bernd Geiger ist Mitgründer und geschäftsführender Gesellschafter der Triangle Venture Capital Group Management GmbH, die sich auf Ausgründungen aus Universitäten und Forschungseinrichtungen spezialisiert hat und seit Kurzem den Venture Capital-Fonds der European Space Agency verwaltet.

Anzeige

0-Saft

Jede Idee verdient eine Chance.

start2grow unterstützt Sie auf Ihrem Weg in die Selbstständigkeit. Wir bieten:

- Netzwerk mit über 600 Coaches
- hohe Geld- und Sachpreise
- kostenfreie Teilnahme

Der Gründungswettbewerb start2grow 2011 # Jetzt anmelden: www.start2grow.de



Case Study

Neue Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge

Ubitricity wächst mit Venture Capital

Elektromobilität gilt als eines der Top-Zukunftsthemen. Zu den wesentlichen Herausforderungen für einen großflächigen Einsatz zählen insbesondere Zuverlässigkeit, Wirtschaftlichkeit und Reichweite von Elektrofahrzeugen – sowie die Verfügbarkeit von ausreichenden Möglichkeiten, Strom zu „tanken“. Das Berliner Unternehmen ubitricity hat dafür ein ganz neues Modell entwickelt, das von den bisherigen Ladesäulen-Konzepten deutlich abweicht. Finanzielle Unterstützung fand das Unternehmen jüngst durch den Venture Capital-Geber Earlybird, der bereits Erfahrung in der Begleitung vergleichbarer technologiebasierter Geschäftsmodelle hat.

Abkehr von teuren Ladesäulen

„Wo und wann kann ich mein Fahrzeug bzw. die Batterie aufladen?“, lautet eine der zentralen Fragen, um die Überlegungen zur Fortentwicklung und dem wirtschaftlichen Durchbruch von Elektromobilität kreisen. Das dachten sich auch Knut Hechtfischer und Dr. Frank Pawlitschek, als sie im Frühjahr 2008 ihr Unternehmen ubitricity Gesellschaft für verteilte Energiesysteme mbH gründeten. Die Vorstellung, dass nur an bestimmten Tankstationen mit teurer Ladesäulen-Technik Strom „getankt“ werden sollte, konnte sie nicht überzeugen. Daher arbeiteten sie an einem Ladekonzept, das einfacher, weiter verbreitet und kostengünstiger sein sollte. „Ubitricity revolutioniert das Laden von Elektrofahrzeugen“, hieß es Ende Juni dieses Jahres in einer gemeinsamen Pressemitteilung mit Earlybird Venture Capital. Der Wagniskapitalgeber hält das Geschäftsmodell für aussichtsreich und investierte im Rahmen einer Eigenkapitalfinanzierung rund 1,8 Mio. EUR.

Mobile Stromzähler

Die von ubitricity entwickelte Ladeinfrastruktur ermöglicht das Laden an beliebig vielen Stellen. Grundsätzlich kann jeder Netzzanschluss in eine Stromtankstelle für Elektrofahrzeuge verwandelt werden – und zwar mithilfe einer Kombination aus sicheren Systemsteckdosen, mo-



Praktisch jede Haushaltsteckdose kann in Verbindung mit den von ubitricity entwickelten Tools zur „Tankstelle“ für Elektrofahrzeuge werden.

bilen Zählern und einem zentralen Datenzentrum, das die Nutzerauthentifizierung und die Zählerdatenerfassung übernimmt und so eine verlässliche Abrechnung der entnommenen Strommengen ermöglicht. Damit könnten private und öffentliche Anbieter ihren Kunden – zum Beispiel auf Kundenparkplätzen oder in Parkhäusern – schnell und ohne große Investitionen Lademöglichkeiten zur Verfügung stellen. „An unserem Konzept arbeiten jetzt ungefähr 20 Leute“, sagt Dr. Pawlitschek. Dabei hat ubitricity nur wenige Mitarbeiter. Das Unternehmen arbeitet in einem Konsortium mit anderen Firmen aus Energiewirtschaft und Datenmanagement zusammen. In dem vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie geförderten Projekt geht es um die technische Umsetzung des ubitricity-Konzepts.

Erste Umsätze für 2012 angepeilt

Im Unterschied zu konventionellen Infrastrukturkonzepten ist der ubitricity-Zähler nicht stationär in Ladesäulen montiert, sondern mobil. Der Zähler befindet sich vorzugsweise im Auto, kann aber auch Teil des Ladekabels des Fahrzeugs sein (als Modul oder fest verbaut). Die Zählerdaten werden über Mobilfunk erfasst und mittels modernster Leitstellentechnik verarbeitet. Vorteile hierbei sind die einfache Umsetzung und geringere Kosten. Der Anschluss an das Stromnetz über verschlüsselte Steckdosen ermöglicht das Laden auch zu Hause oder am Arbeitsplatz. „Die im Juni vereinbarte Eigenkapitalfinanzierung durch Earlybird hilft uns dabei, die Technologie und ihre Komponenten weiterzuentwickeln und erste Kundenbeziehungen aufzubauen“, erklärt Hechtfischer. „Wir sind in der Systementwicklungsphase und wollen Mitte 2011 einen Prototyp fertigstellen. Im Idealfall sollen in der zweiten Jahreshälfte 2012 erste Umsätze erzielt werden“, so der Gründer. ■

Bernd Frank

redaktion@vc-magazin.de

KURZPROFIL UBITRICITY GESELLSCHAFT FÜR VERTEILTE ENERGIESYSTEME MBH

• Vision:	Neue Ladeinfrastruktur für E-Fahrzeuge
• Gründungsjahr:	2008
• Branche:	Elektromobilität
• Sitz:	Berlin
• Umsatz 2010 (erwartet):	k.A.
• Internet:	www.ubitricity.de

NACHGEFRAGT BEI WOLFGANG SEIBOLD, PARTNER BEI EARLYBIRD VENTURE CAPITAL

VC Magazin: Herr Seibold, wie kam es zu dem Kontakt mit ubitricity und was hat Sie bewogen, die Beteiligung einzugehen?

Seibold: Über einen Bekannten aus der Branche wurde mir der Kontakt vermittelt. Am Rande der Branchenmesse eCarTec in München vor knapp einem Jahr habe ich das Team dann zum ersten Mal getroffen. Wir sehen in der Elektromobilität ein chancenreiches Zukunftsthema, da es eine komplett Industrie revolutionieren wird. Zu den Gewinnern werden auch innovative Unternehmen gehören, deshalb schauen wir uns nach interessanten Start-ups in diesem Bereich um. Die Elektromobilität wird erst dann zum Massenphänomen werden, wenn sie ökonomisch Sinn ergibt. An dieser Stelle verspricht das ubitricity-Konzept einen Durchbruch. Ebenso überzeugten uns das kompetente Team und der Umsetzungsplan: ubitricity möchte das Rad nicht neu erfinden, sondern kooperiert mit Firmen, die bereits ähnliche Systeme im Markt betreiben.

VC Magazin: Wie hoch ist die Beteiligung und wie lange wollen Sie beteiligt bleiben?



Wolfgang Seibold

Seibold: Wir bekommen für unser Investment eine signifikante Minderheitsbeteiligung. Üblicherweise investieren wir für etwa fünf bis acht Jahre – diesen Zeitraum halten wir auch in diesem Fall für realistisch.

VC Magazin: Unterstützen Sie das Unternehmen auch operativ? Welchen Input geben Sie neben der Finanzierung?

Seibold: Als Investor hat Earlybird in den vergangenen 13 Jahren über 70 Unternehmen mit aufgebaut. Diese Erfahrung und die dabei entstandenen Netzwerke wollen wir neben dem reinen Kapital mit einbringen. Zudem unterstütze ich das Unternehmerteam als Mitglied des Beirats in verschiedensten strategischen und organisatorischen Fragen.

VC Magazin: Wie sehen Sie momentan die Gründungsbelegschaft in Deutschland?

Seibold: Wir sehen in vielen Bereichen junge Unternehmen mit bahnbrechenden Geschäftskonzepten und erfahrenen Teams. Derzeit haben die Kapitalgeber gute Auswahlmöglichkeiten. Insgesamt allerdings besteht in Deutschland aber nach wie vor ein Engpass bei der Frühphasenfinanzierung. Es gibt dafür schlicht zu wenig Kapital – wir sind da im Vergleich zu den USA, aber auch gegenüber vielen Nachbarländern in Europa im Hintertreffen.

Anzeige

AIFM Directive

Nehmen Sie die AIFM Directive in Angriff. Seien Sie schneller als die Konkurrenz und schauen Sie der „Directive on Alternative Investment Fund Managers“ gelassen entgegen. Stellen Sie bereits jetzt die Weichen für zukünftige Herausforderungen.

Wir versetzen Sie nicht nur in die Lage, die Anforderungen der AIFM Directive effizient und effektiv zu erfüllen. Sie erhalten parallel Unterstützung bei der Erstellung eines vollständigen IFRS Abschlusses und eines ausführlichen IPEV/EVCA Reportings.

Setting New Standards



Web: www_vc-accounting_com
 Email: info@vc-accounting.com
 Tel: +49 36 77 799 699-0

Case Study

Alle Teile der Verkaufskette

Vertical Network Media vermarktet Themenportale

Die großen Nachrichtenportale und die beliebtesten Social Networks ziehen zwar die breite Masse an, aber spannend aus Vermarktungssicht sind auch kleine Angebote mit Klasse. Diese spezifischen Zielgruppen will Vertical Network Media für Firmen erschließen. Dazu werden Websites zu gleichen oder ähnlichen Themen unter einem Dach gebündelt und gemeinsam vermarktet.

Konzept der vertikalen Netzwerke

Was sich in den Vereinigten Staaten im Online-Marketing seit Jahren bewährt hat, setzt Vertical Network Media in Europa um. Die genaue Idee wird im Prinzip schon mit dem Firmennamen verraten: Hinter „vertikalem Marketing“ steht ein Konzept, das die gesamte Absatzkette einbezieht. „Zum ersten Mal kam ich in einem Gespräch über die Profitabilität einer Games-Plattform in den USA vor fünf Jahren mit diesem Geschäftsmodell in Berührung. Allerdings stieß ein Businessplan auf keine Gegenliebe bei den Verlagen und Venture Capital-Gesellschaften, weil das Geschäftsmodell nicht verstanden wurde“, blickt Todd Covell zurück. Er gründete im Jahr 2008 die Vertical Network Media GmbH und ist bis heute ihr Geschäftsführer. Erste Erfahrungen in diesem Segment sammelte er zuvor u.a. mit Fantastic Zero, das er ebenfalls als GmbH gründete und später verkaufte. „Die erste Finanzierung lief dabei jeweils über einen Friends and Family-Fonds“, erläutert Covell.

Durchstarten mit einem Investor

Seit Juni 2009 hat das zwei Jahre alte Start-up faktisch alle zwei Monate neue Verticals, so die englische Kurzform, ins Leben gerufen. Zum Angebot gehören mittlerweile Portale zu den Themen Auto, Börse und Vorsorge, Freizeit, Essen und Trinken, Filme, Heim und Garten sowie Kinder und Familie. Die Websites haben dabei klingende Namen wie motorleben.de, finanzhorizonte.de oder wir-

KURZPROFIL VERTICAL NETWORK MEDIA GMBH

• Vision:	Erreichbarkeit einer möglichst großen Anzahl von Usern über ihre Lieblings-Website im Mid- und Longtail des Internets
• Gründungsjahr:	2008
• Branche:	Online-Vermarktung/Publishing
• Sitz:	München
• Umsatz 2010 (erwartet):	k.A.
• Internet:	www.verticalnetwork.de



Mit thematisch fein aufgeschlüsselten Websites, beispielsweise wirliebenfilme.de für Filmliebhaber, will Vertical Network Media spezifische Zielgruppen für die Marketingaktivitäten von Firmen erschließen.

liebenfilme.de. Einen wesentlichen Anteil an dieser Entwicklung hat ein Investor. Die Cresces Gruppe, ein Düsseldorfer Spezialist für Medienbeteiligungen, hat 2009 die Mehrheit von 50,1% übernommen. Die Summe im unteren einstelligen Millionenbereich wurde überwiegend in personelle Ressourcen investiert. Der Prozess lief vergleichsweise schnell ab: „Nach einem ersten persönlichen Kontakt im September 2009 erfolgte die Einigung über eine Beteiligung bereits im Dezember“, so Dr. Albrecht Reinicke, Geschäftsführer und CIO von Cresces. Für das Investment sprach, dass „sowohl das Konzept als auch das Team in der Unternehmensführung und in der operativen Managementebene überzeugt“, fährt Reinicke fort.

Kaufen und Aufbauen

Auf der Gegenseite überzeugte die Strategie, die Cresces verfolgt, wie Reinicke berichtet: „Wir begleiten unsere Tochtergesellschaften auf der strategischen Ebene in ihrer Entwicklung, ohne dabei in das operative Geschäft einzutreten. Obwohl wir in Konkurrenz mit anderen Interessenten standen und unbedingt die Mehrheit übernehmen wollten, haben die Verantwortlichen im Unternehmen unser Buy and Build-Konzept positiv gesehen.“ Mittlerweile ist Vertical Network Media in die Holding Media Group One integriert.

Ausblick

Was in der Vergangenheit gelang, soll auch in Zukunft beibehalten werden – im Durchschnitt soll es weiterhin alle zwei Monate ein neues Vertical geben, gibt Covell die Richtung vor. Gleichzeitig soll es an anderer Stelle ein deutliches Wachstum geben, sagt er: „Momentan liegen wir mit unseren acht Angeboten bei den Unique Usern in einer Größenordnung von neun Millionen Nutzern. Wir wollen uns in Richtung 20–25 Millionen User bewegen.“ Für Anfang 2011 ist der Break-even von Vertical Network Media geplant. ■

Christian Bayer

redaktion@vc-magazin.de

Es gibt viele Gründermessen, aber nur eine START!



Die START-Messe ist mit ihrem Konzept einzigartig. Sie bildet das gesamte Themenspektrum rund um **Gründung, Selbstständigkeit, Unternehmensentwicklung und Franchising** ab. Mit Veranstaltungsorten in Essen und Nürnberg besetzt sie die wirtschaftsstarken Regionen in Deutschland. Die START-Messe bietet Unternehmen eine perfekte Chance, sich in einem professionellem Messeumfeld zu präsentieren. Melden Sie sich jetzt als Aussteller an und landen Sie punktgenau bei Ihrer Zielgruppe!

Termine 2011

6. - 7. Mai 2011, Nürnberg

4. - 5. November 2011, Essen

Weitere Informationen unter www.start-messe.de

Beraten oder Beschwatzen?

Gute Berater wecken den Unternehmer im Gründer

Ist Gründungsberatung notwendig oder ist sie teures Geschwätz? Diese Frage stellen sich viele Unternehmensgründer gerade in der Anfangsphase. Coachs können wertvolle Hilfestellungen bei der Geschäftsplanung, auf der Suche nach Kapital oder bei Personalthemen bieten. Öffentliche Beratungsangebote schonen das Budget. Vertrauen sollten Gründer jedoch nur seriösen Beratern. Hier gibt es einiges zu beachten.

Gründer mit Investorensicht

Venture Capital-Investoren zufolge sind die drei häufigsten Absagegründe im Seed- und Start-up-Bereich folgende: Das Team hat nicht überzeugt; die Planung ist unrealistisch; die Unternehmensbewertung ist überzogen. Gründer, die die Bedenken der Investoren antizipieren, sind am überzeugendsten. Sie verringern das Risiko für einen Geldgeber entscheidend und erhöhen seine Chance auf eine attraktive Rendite.

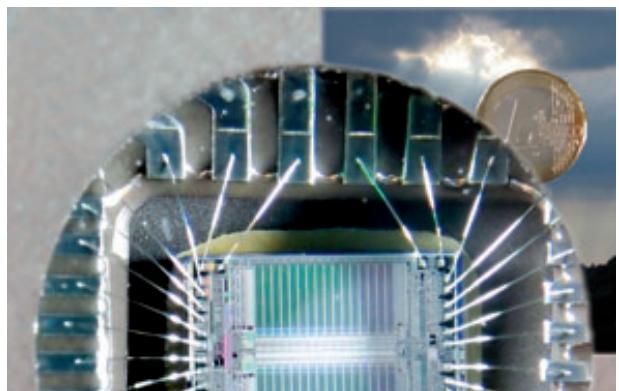
Für junge Gründer ist das oft nicht einfach. Sie hatten im Verlauf ihres bisherigen Berufslebens oft überhaupt noch nicht die Möglichkeit, solche Denkweisen kennenzulernen. Aber sie tragen möglicherweise die richtigen Gene in sich, um mit der Aufgabe zu wachsen.

Zuhören und sich weiterentwickeln

Dazu müssen Gründer bereit sein, zuzuhören und von anderen zu lernen, eigene Stärken auszubauen und an eigenen Schwächen zu arbeiten. Sie müssen bereit sein, benötigte Kompetenzen von extern zu ergänzen, und lernen, Erfolg zu teilen. Dabei hilft die externe Sicht eines geeigneten Coachs ungemein. Zusammen mit den Unternehmern analysiert ein guter Coach Schwachstellen, formuliert Maßnahmen und Ziele und achtet auf deren Umsetzung und Erreichung. Der erste Beratungsbedarf besteht oft schon vor der eigentlichen Gründung mit Bezug auf rein formale Aspekte, sei es hinsichtlich Standort, gesetzlicher Vorschriften, steuerlicher Aspekte, Rechtsform, Finanzierung, Fördermittel usw. Für eine erste Orientierung eignen sich hier der Existenzgründungsberater der Hausbank oder der Kammern, Berater von Wirtschaftsförderungseinrichtungen, öffentlichen Beratungsstellen oder Gründerveranstaltungen – hier ist die Beratung größtenteils sogar kostenlos.

Häufig unterschätzt: der Businessplan

Inhaltliche Aspekte, insbesondere solche zu Geschäftsmodell, Marketing und Vertrieb, Wettbewerb, den Prämisen



Berater können Gründern helfen, die richtigen Kontakte zu finden und potenzielle Investoren zu überzeugen.

sen der Finanzplanung usw. werden fast immer unterschätzt. Sie erfordern, sofern man nicht selbst über eine adäquate Ausbildung und nachweisliche Erfolge in der relevanten Branche verfügt, wieder eine andere Qualität von Beratung. Einen empfehlenswerten Einstieg bieten Businessplan-Wettbewerbe mit ihren reichhaltigen Coaching-Angeboten, um die eigenen Ideen zu testen und professionelles Feedback zu erhalten. Gerade bei Technologiegründungen hilft der richtige Berater dabei, den Businessplan richtig aufzubauen, zu strukturieren und Prioritäten zu setzen, um Investoren so weit zu überzeugen, dass sie sich mit dem Vorhaben weiter beschäftigen.

Persönliche Kontakte helfen weiter

In der Regel können auch erfahrene Finanzierer Berater aus ihrem Netzwerk vermitteln. Ein Beispiel ist das „Gründercoaching“ der KfW Mittelstandsbank, die aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds das nötige Kapital für eine erste Beratung bereitstellt, um das Start-up von Anfang an auf sichere, geschulte Füße zu stellen. Ein ebenfalls bewährtes Konzept ist der Aufbau eines Beirates mit qualifizierten, vertrauenswürdigen Personen, die die Gründer bei ihrem Unternehmensaufbau mit ihrer eigenen unternehmerischen Erfahrung und ihrem Netzwerk uneigennützig unterstützen.

Suche nach Investoren und Mitarbeitern

Die Suche nach potenziellen Investoren darf man nicht auf die leichte Schulter nehmen. Benötigt man Kapital von Dritten, so gilt: Die erste Finanzierung ist immer die schwierigste. Ein guter Berater hilft, die richtigen Geldquellen zu identifizieren und zu kontaktieren. Er kennt die Spielregeln der Finanzbranche, hat ausreichende Referenzen und ist selektiv. Er bereitet Gründer intensiv auf die Gespräche vor, hilft mit Rhetorik und Präsentations-techniken und spielt sich im Ernstfall niemals in den Vordergrund. Eine wichtige Rolle können Berater auch beim Personalmanagement spielen. In frühen Phasen verfügen junge Unternehmen in der Regel weder über die Kontakte noch die Mittel, erfahreneres Management vollumfänglich an Bord zu holen. Das Führungspersonal kann den Erfordernissen und dem Wachstum entsprechend aber langsam aufgebaut werden. Wichtig ist dabei,

dass sich die Kompetenzen ergänzen. Ein Coach unterstützt bei der Erstellung von Anforderungsprofilen und bei der Beurteilung von geeigneten Bewerbern.

Kennzeichen professioneller Beratung

Was macht gute Gründerberater aus? Grundsätzlich gilt, dass gute Berater mit den besonderen Herausforderungen einer Unternehmensgründung vertraut sein sollten, über einen nachweisbaren Erfahrungsschatz verfügen und keine weitergehenden Eigeninteressen haben. Sie arbeiten nach gemeinsam erarbeiteten klaren Vorgaben und akzeptieren ein erfolgsorientiertes Honorar. Dabei ist ein gutes Ergebnis nicht notwendigerweise proportional zum Honorar. Zum Coach wird der Berater dann, wenn er das uneingeschränkte Vertrauen des Gründers besitzt und sich mit seiner Hilfe im gegenseitigen Wechselspiel die unternehmerischen Gene der Gründer langsam herausbilden. Er identifiziert sich mit dem Unternehmen und begleitet das Unternehmen während einer längeren Phase. Er ist immer ansprechbar, auch in persönlichen Angelegenheiten.

Fazit

Richtige Berater oder Coachs zu finden ist essenziell. Der Unternehmer darf sich jedoch nicht von Beratern oder

Coachs zu sehr abhängig machen. Er sollte den Prozess bedarfsgerecht steuern und die Gelegenheit nutzen, so viel wie möglich von der Erfahrung Dritter zu profitieren, ohne essenzielle Kompetenzen vollständig abzugeben. Daher sollten die Aufgabenbereiche des Beraters klar abgesteckt sein. Die Unternehmer-Gene müssen ihr Übriges tun, denn Chefsache muss Chefsache bleiben. ■

Zum Autor



Dr. Michael Lübbehusen ist promovierter Physiker und Partner bei der eCapital entrepreneurial Partners AG, die seit 1999 innovative Unternehmer in zukunftsträchtigen Branchen begleitet. Als Fondsmanager des Gründerfonds Bielefeld-Ostwestfalen kommt er täglich mit Gründern und Beratern in Berührung und kann so

seine langjährigen Erfahrungen als Venture Capitalist in die Diskussion einbringen.

Anzeige

NUK »»

Die Wissenskapitalgeber



Jetzt durchstarten!

Jetzt zum Businessplan -Wettbewerb 2011 anmelden und kostenlos beraten lassen!

Sie kosten Zeit, Geld und Nerven

Typische Fehler im Unternehmensalltag

Selbstständigkeit ist etwas Tolles, besonders wenn das Unternehmen erfolgreich ist und bleibt. Oft sind es jedoch kleine Fehler, die das Leben erschweren oder gar gefährden. Professionelle Hilfe von außen kann helfen, viele Klippen geschickt zu umschiffen.

Geschäftsmodell

Zu Beginn der Gründung wird ein Businessplan aufgestellt und fortgeschrieben. Annahmen zu Markt, Wettbewerb, Preis und Kunden werden getroffen. Doch entsprechen sie tatsächlich der Realität? Die gezielte Hinterfragung und Diskussion möglicher Szenarien schon in frühen Stadien ist hilfreich und bewahrt vor Schaden und Enttäuschung. Aber wer kann dies tun, wenn alle im Team so an die Idee glauben und keiner schadlos den „bösen Buben“ spielt? Dies ist einer der typischen Punkte, bei denen ein externer Coach Fehler abwenden kann. Im weiteren Verlauf entstehen aber zahlreiche weitere Hürden.

Agieren oder Reagieren?

Motiviert und voller Tatendrang wird gestartet. Man hat sich viel vorgenommen, was oft länger dauert als erwartet und geplant. Erfolg soll her, Meilensteine müssen erreicht werden und Zeitpuffer braucht man nicht. Das Tagesgeschäft geht vor, Planungen, Ziele und Akquise werden vernachlässigt und plötzlich steht man vor der Frage: „Wie geht's weiter?“ Neue Kunden bleiben aus, ebenso die Idee, was man tun könnte. Die Lösung wäre es, diesen Tunnelblick zu vermeiden.

Finanzierungsengpass

Klein starten und groß herauskommen – das ist das Ziel. Banken orientieren sich an Sicherheiten, Gründer schauen gerade bei Beteiligungskapital auf die Unternehmensbewertung. Frühzeitige Sicherung der Liquidität in ausreichender Höhe ist wichtig. Leider wird oft zu lange gewartet, teilweise, um die eigene Position zu verbessern. Strukturiertes Vorgehen und die Auswahl passender Partner kann jedoch einen Engpass frühzeitig vermeiden. Für dieses Vorgehen fehlt oft die Erfahrung im Team.

Aufgabenteilung

Im Team funktioniert vieles besser, so glaubt man. Doch droht womöglich Streit, wenn Erfolge ausbleiben oder sich persönliche Ziele ändern. Intern lassen sich solche Situationen selten schadlos lösen. Hilfreich ist es da, wenn ein externer Moderator Team und Unternehmen schon länger kennt. Idealerweise unterstützt er bei fehlenden Kompetenzen auch mit seinem Netzwerk und kann so frühzeitig gegensteuern.



Coachs helfen Start-ups, die richtige Richtung nicht aus den Augen zu verlieren.

Fazit:

In vielen Fällen hilft die externe Kompetenz eines Coachs, denn er ist neutral und unterliegt nicht den Zwängen des Tagesgeschäfts. Zudem bringt er Erfahrung und Know-how mit. Mit seinem Netzwerk von Experten kann er bei relevanten Themenfeldern sinnvolle Wege und Lösungen aufzeigen. Bei Venture Capital-Investoren ist Beratung ebenso Teil des Geschäftsmodells, sie bringen neben Kapital auch Know-how und Netzwerk ein. Aber auch hier kann externes Coaching das Unternehmen unterstützen und zusätzlichen Input bringen.

Nichts ersetzt Erfahrung. Gerade die öffentliche Hand unterstützt aufgrund nachweislich positiver Effekte externes Coaching über Förderprogramme. Mittels spezieller Beraterbörsen können sich Gründer einen ersten Überblick über Berater verschaffen. Das persönliche Gespräch und Referenzen runden vor einer Entscheidung das Bild ab. ■

Zum Autor



André Doll ist selbstständiger Unternehmensberater und Coach sowie Juror bei Businessplan-Wettbewerben. Zuvor war er u.a. Managing Director bei der Saarländischen Wagnisfinanzierungsgesellschaft sowie Investmentmanager bei der tbg Technologie-Beteiligungs-Gesellschaft.

cyberOne 2011

bwcon
baden
württemberg:
connected

HIGHTECH AWARD

bwcon sucht innovative Geschäftskonzepte

Online-Einreichung
www.cyberone.bwcon.de
bis 7. Januar 2011

2 Kategorien:
Start-ups und Wachstumsunternehmen
Sonderpreis des Landes
Baden-Württemberg
Schirmherr:
Stefan Mappus, Ministerpräsident
des Landes Baden-Württemberg

GELD- UND SACHPREISE IM WERT VON ÜBER 100.000 €

Kategorie Start-up 1. Preis: 10.000 €, 2. Preis: 5.000 €

Kategorie Wachstum 1. Preis: 10.000 €, 2. Preis: 5.000 €

Sonderpreis des Landes Baden-Württemberg: 5.000 €

Imagefilm, Präsentationscoaching, Mentoring durch die bwcon: Coaching Group u.v.m

WAS WIRD GESUCHT?

Gesucht werden innovative und technologiebasierte Geschäftsideen aus allen Technologiebranchen, wie z.B.:

- * Software/Hardware
- * Online und Mobile Business
- * Multimedia
- * Visualisierung/Simulation
- * Embedded Systems
- * Kreativwirtschaft
- * Mechatronik
- * eHealth
- * Medizintechnik und Lifescience
- * Mikrosystemtechnik
- * Photonik/optische Technologien
- * Umwelt-/Energi 技术

Premiumsponsoren:

LB BW Venture



EL-BANK
WestLB Bank für Baden-Württemberg

Goldsponsor:

EnBW
Energie braucht Impulse

MI6 Innovationsagentur
für IT und Medien

Silbersponsoren:

BOSCH
Technik fürs Leben

ZEISS

Agilent Technologies

innoeas

leonardoVenture

High-Tech Gründerfonds

RWT Horwath

Alcatel-Lucent

ZUKUNFTSFONDS HEILBRONN

IBI

Transferpartner:

Fraunhofer
VENTIL

BIO-PRO
Büro für Wirtschaftsrecht

Agilis

WestCap

acono
für reale Raum der Wirtschaft

förderland
Förderland Baden-Württemberg

Premium-Sachspender:

AV MEDIEN
FILM & HERSTELLER

bwcon:
coaching group

tonstudiosgress

Netzwerkpartner:

aed Verein zur Förderung von Architektur, Engineering und Design e.V.

BioRegion STERN Management GmbH

Business Angels Region Stuttgart e.V.

CyberForum e.V.

Landesverband der Baden-Württembergischen Industrie e.V.

MAFINEX Gründerverbund Entrepreneur Rhein-Neckar

Kompetenznetzwerk Mechatronik BW e.V.

MST BW - Mikrosystemtechnik Baden-Württemberg e.V.

Photonics BW e.V. Kompetenznetz Optische Technologien

Software-Zentrum Böblingen/Sindelfingen e.V.

Technologieförderung Reutlingen/Tübingen GmbH

venture forum Neckar e.V.

Verband der Baden-Württembergischen Technologie- und Gründerzentren e.V.

Virtual Dimension Center Fellbach e.V.

bwcon

baden
württemberg:
connected

Case Study

Die Energiebeschaffer

Enexion: Ratgeber in einem liberalisierten Markt

Steigende Steuern, immer höhere Abgaben, viele Anbieter und kaum Transparenz – die Beschaffung von Energie auf zunehmend liberalisierten Märkten wird für Industrieunternehmen mit hohem Verbrauch immer komplexer und teurer. Das Beratungsunternehmen Enexion will seine Kunden aus dem Dickicht von undurchsichtigen Angeboten und volatilen Preisen herausführen und ihnen Planungssicherheit bieten. Coaches und Berater aus dem Investorenumfeld haben das Team nicht nur bei der Gewinnung wichtiger Kunden unterstützt.

Tiefe Marktkenntnis, breiter Service

Industrieunternehmen benötigen für ihre Produktion vor allem eins: Ummengen an Energie. Mit der fortschreitenden Liberalisierung der Märkte für Strom, Gas und CO₂ ist die Beschaffung von Energie jedoch immer komplizierter geworden. Nicht zuletzt die zahlreichen Regulierungsvorschriften, Urteile und Gesetze, die immer wieder überarbeitet werden, stellen Unternehmen vor die Schwierigkeit, Energie zu möglichst geringen Preisen, aber möglichst zuverlässig planbar zu beschaffen. „Voraussetzung dafür ist eine tiefe Kenntnis der Energiemarkte“, erklärt Björn Vortisch, Geschäftsführer der Enexion GmbH. „Bei den wenigsten Industrieunternehmen gehört dieses Thema allerdings zu den Kernkompetenzen“, schätzt er die Marktlage ein. Genau hier sahen Vortisch und sein Partner Theo Parpan die Marktlücke, die sie mit ihrem Unternehmen 2008 besetzten. „Unser Konzept besteht darin, Energienachfrager aus der Industrie bei der optimalen Positionierung in den liberalisierten Energiemärkten zu unterstützen“, erläutert Vortisch. Das Angebot umfasst dabei Softwarelösungen, Portfoliomanagement und Managementberatung zu Energiethemen. „Wir decken die komplette Beschaffungskette ab, unsere Kunden müssen keine Kompromisse eingehen. Wir sind bislang der einzige Dienstleister mit diesem Angebot“, sagt Vortisch selbstbewusst.

KURZPROFIL ENEXION GMBH

• Gründungsjahr:	2008
• Branche:	Energiebeschaffung
• Sitz:	Kronberg im Taunus
• Zahl der Mitarbeiter:	ca. 30
• Umsatz 2009:	k.A.
• Internet:	www.enexion.de



Enexion hat sich zum Ziel gesetzt, Energie zu günstigen Konditionen und mit großer Planungssicherheit für Industrieunternehmen zu beschaffen.

Fachkompetenz und IT

Vortisch war als Portfoliomanager und Berater im Energiebereich tätig, bevor er Enexion mitgründete. Aus einer kleinen Beratungsfirma brachte er ein Team von Energieexperten mit. Parpan hatte ein Team von IT-Experten mit Energiemarkt-Know-how in Indien aufgebaut. „Damit vereinten wir fachliche Kompetenz, Market Intelligence und die notwendigen IT-Systeme ohne Interessenkonflikte aus Energiehandel oder Energievertrieb“, erklärt Vortisch. Die ersten Entwicklungsschritte stemmten die Gründer mit eigenem Kapital. Mitten in der Finanzkrise stellten sie sich darauf ein, lange nach Investoren suchen zu müssen, deren Kapital Impulse für die weitere Entwicklung bringen konnte. Im Frühjahr 2009 beteiligte sich schließlich der High-Tech Gründerfonds an Enexion. „Dank dieser Finanzierung konnten wir unsere Wachstumskurve schnell steigern“, erinnert sich Vortisch. Es gelang dem Start-up, große Industrieunternehmen als Kunden zu gewinnen. Schließlich konnte auch die IT-Plattform vollständig in Betrieb genommen werden. Für die Umsetzung einer zügigen Internationalisierung im europäischen Ausland wurde im Sommer 2010 eine zweite Finanzierungsrounde geschlossen. Zwei internationale Privatinvestoren erweiterten den Investorenkreis. „Neben der Höhe der Unternehmensbewertung der verschiedenen Beteiligungsangebote war auch die zügige und pragmatische Umsetzung

mit Kapitalgebern, die selbst unternehmerisch tätig sind, ein wichtiges Auswahlkriterium. Auch bringen unsere privaten Investoren wertvolles Know-how und Kontakte mit“, erläutert Vortisch.

Unterstützung durch Multiplikatoren

Kontakte spielten für die Unternehmensentwicklung eine bedeutende Rolle: Über das Netzwerk der Privatinvestoren des High-Tech Gründerfonds gewann das Team von Enexion Experten aus Industrie und Beratung als Multiplikatoren für sich. In einem informellen Advisory Board bündeln Personen wie Dr. Henning Pfaffhausen, ehemals Partner bei Accenture, und Reinhard Hamburger, ehemaliger Geschäftsführer von Agilent Technologies Deutschland, ihre Kompetenzen und unterstützen die Geschäftsführung mit Rat und Tat. „Wir tauschen uns regelmäßig mit den Board-Mitgliedern aus, sie sind Ansprechpartner bei allen Fragen rund um Organisation und Prozessentwicklung“, schildert Vortisch die Zusammenarbeit. Aus dem Austausch ergeben sich auch hausinterne Consulting-Projekte, die gemeinsam durchgeführt werden. Wertvoll war die Unterstützung durch das Board außerdem bei der Kundenakquise: „Hier haben wir besonders von der Unterstützung profitiert. Unsere Multiplikatoren haben uns gezielt bei der Ansprache wichtiger Kunden unterstützt“, erzählt der Geschäftsführer. Im Beratungsgeschäft seien Empfehlungen essenziell.

Experten gesucht

Heute beschäftigt das Unternehmen rund 30 Mitarbeiter. Die Entwicklung der Software verantwortet ein 19-köpfiges Team in Indien. Die Berater sitzen vor Ort in den beiden Niederlassungen in Kronberg im Taunus und im schweizerischen Oberrieden. Mit dem frischen Kapital der zweiten Finanzierungsrunde will Enexion ihre europäische Expansion vorantreiben. Limitierender Faktor sei derzeit das Recruiting: „Wir suchen nach Spezialisten für den Energiemarkt, aber nur wenige Bewerber erfüllen die Kriterien“, berichtet Vortisch.

Ausblick

„Die Liberalisierung der Energiemarkte wird sich nach deutschem Vorbild auf die ganze EU ausweiten, diese Entwicklung wollen wir mitgehen“, plant Vortisch. Die Konzepte, die Enexion für seine deutschen Kunden bereits seit Längerem umsetzt, will das Unternehmen auf das europäische Ausland übertragen. Die Erfahrungen mit der Liberalisierung aus Deutschland seien EU-weit gefragt, ist sich Vortisch sicher. Zunächst steht laut Geschäftsführung die Expansion nach Osteuropa an. Vor Ort soll es eigene Niederlassungen geben, die erste soll nach derzeitigem Planungsstand in Ungarn eröffnet werden. ■

susanne.harrer@vc-magazin.de



Bayern Kapital 

Venture Capital für Bayern

Ihr High-Tech-Unternehmen sucht Eigenkapital?

Bayern Kapital bietet:

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

NEU · Seedfonds Bayern
24 Mio. Euro frisches Kapital

www.bayernkapital.de

Zwei Jahre MoMiG

Vorteile durch haftungsbeschränkte Unternehmertgesellschaft

Am 1. November 2008 wurde das GmbH-Gesetz durch das Inkrafttreten des Gesetzes zur Modernisierung des GmbH-Rechts und zur Bekämpfung von Missbräuchen (MoMiG) in vielen Bereichen reformiert. Der folgende Ausflug durch die damit eingetretenen Änderungen beleuchtet die für Start-ups und Gründer wichtigsten Aspekte.

Kleinere Stückelung von Geschäftsanteilen

Früher mussten die Geschäftsanteile der Gesellschafter an der GmbH mindestens 100 EUR betragen und durch 50 EUR teilbar sein. Nach Inkrafttreten des Gesetzes zur Modernisierung des GmbH-Rechts und zur Bekämpfung von Missbräuchen (MoMiG) sind diese doch recht unflexiblen und grob gestaffelten Vorgaben bzgl. der Stückelung der GmbH-Geschäftsanteile deutlich aufgeweicht worden. Da nunmehr lediglich die Vorgabe gilt, dass der Nennbetrag der einzelnen Geschäftsanteile auf volle Euro lauten muss, können sehr exakt die von den Gründern gewünschten Beteiligungsquoten erreicht werden. Während nach altem Recht ein Geschäftsanteil in Höhe von 100 EUR zugleich eine 0,4%-Beteiligung an der mit einem Mindeststammkapital von 25.000 EUR ausgestatteten GmbH ausmachte, kann nunmehr eine auf 0,004% genaue Beteiligungsquote erzielt werden. Dies ermöglicht es, z.B. Gesellschafter, die einen Kleinstanteil erhalten sollen (etwa durch eine Mitarbeiterbeteiligung), den wirtschaftlichen Vorstellungen entsprechend angemessen zu beteiligen.

Vereinfachtes Gründungsverfahren

Mit Inkrafttreten des MoMiGs wurde das sogenannte vereinfachte Gründungsverfahren für die GmbH eingeführt. Dabei kann die GmbH unter Verwendung des dem GmbH-Gesetz als Anlage anhängenden Musterprotokolls kostengünstiger gegründet werden als im „normalen“ Gründungsverfahren. Zwar hat sich der Gesetzgeber letztlich nicht dazu durchringen können, beim vereinfachten Gründungsverfahren vollends auf die notarielle Beurkundung der Gründungsurkunde (inklusive Gesellschaftsvertrag) zu verzichten, jedoch hat er das vereinfachte Gründungsverfahren bzgl. der anfallenden Notarkosten



Das nunmehr seit zwei Jahren geltende MoMiG hat den Gründungsaufwand erheblich vereinfacht. Hinderlich sind aber die starren Formulierungen der bei der vereinfachten Gründung zwingend vorgeschriebenen Musterdokumente.

gegenüber der „normalen“ Gründung mit einem individualisierten Gesellschaftsvertrag privilegiert. Die im vereinfachten Verfahren zwingend zu verwendenden Musterdokumente (Gründungsprotokoll und Gesellschaftsvertrag) sehen jedoch nur äußerst starre und eingeschränkte Strukturen vor. So sind maximal drei Gründer und ein Geschäftsführer vorgesehen. Da darüber hinaus die Mustersatzung nur die allerwesentlichsten Regelungen und für Krisensituationen keine auflösenden Vorgaben enthält (z.B. Ausschließungs- und Abfindungsregelungen, Vinkulierung), kann die Verwendung des vereinfachten Gründungsverfahrens eigentlich nur in der

Einpersonen-GmbH empfohlen werden. In allen anderen Strukturen gilt die Maßgabe, in den sauren Apfel der höheren Kosten der Gründung zu beißen, aber dafür eine auf die individuellen Bedürfnisse der Gründer angepasste Vertragsgestaltung zu erreichen.

Mini-GmbH als neue Gesellschaftsform

Die prominenteste und in der (gründungsaffinen) Öffentlichkeit mit der größten Aufmerksamkeit registrierte Neuerung ist mit Sicherheit die Einführung der „Unternehmertgesellschaft (haftungsbeschränkt)“. Bei dieser auch gerne als UG abgekürzten oder auch als „Mini-GmbH“ bezeichneten Gesellschaft handelt es sich nicht um eine neu eingeführte Gesellschaftsform, sondern im Ergebnis um eine GmbH, für die prinzipiell alle GmbH-relevanten Regelungen Anwendung finden, die jedoch im Vergleich zur „großen“ GmbH mit ein paar Besonderheiten ausgestattet ist.

Zwei Mühlsteine

Hauptmerkmal der UG ist die Möglichkeit, das Stammkapital frei zu wählen. Insofern wurde die Hürde des Mindeststammkapitals der GmbH von 25.000 EUR, welche zeitweilig die Gründer in die Rechtsform der englischen Limited trieb, deutlich herabgesetzt. Anders als beim GmbH-Stammkapital, dessen Nennbetrag bei Gründung nur zur Hälfte eingezahlt werden muss, ist der gewählte Betrag des hier notwendigen Stammkapitals zwingend voll einzuzahlen. Gewissermaßen als Korrelat zu der niedrigeren Kapitalausstattung der UG bei Gründung hat ihr der Gesetzgeber zwei Mühlsteine um den Hals gehängt. Zum einen muss die Unternehmertgesellschaft (haftungsbeschränkt) mit der im Vergleich zur GmbH deutlich sperrigeren Formulierung am Markt auftreten. Zum anderen besteht die Verpflichtung, 25% des Jahresüberschusses in die Rücklage der Gesellschaft einzustellen. Die eingestellten Beträge des Jahresüberschusses können jedoch zur Erhöhung des Stammkapitals der UG (haftungsbeschränkt) eingesetzt werden. Sobald das Stammkapital – aus den Mitteln der Rücklage oder aus Mitteln der Gesellschafter – auf 25.000 EUR erhöht wird, entfallen die genannten Besonderheiten: Die Gesellschaft darf sich GmbH nennen und kann den Jahresüberschuss vollumfänglich ausschütten.

Attraktives Korsett für Gründer

Die Einführung der haftungsbeschränkten UG hat also für die Gründer den großen Vorteil gebracht, nunmehr eine mit (fast) allen Vorzügen der GmbH ausgestattete Kapitalgesellschaft mit deutlich weniger Kapitalaufwand gründen zu können. So können die Gründer also mit einem völlig frei wählbaren Stammkapital (größer als 1 EUR und ein Vielfaches davon) deutlich günstiger in den Genuss der jeweils auf die übernommene Stammeinlage beschränkten persönlichen Haftung gelangen. Der durch Schaffung der UG beabsichtigte gesetzgeberische Wille, den Gründern ein attraktives gesellschaftsrechtliches

Korsett an die Hand zu geben, in dem sie die Geschäfts-idee des Start-ups vorantreiben können, hat – das zeigt die Anzahl der UG-Gründungen der ersten zwei Jahre – seine Wirkung erzielt.

Vorausschauend: UG als Holding

Findige Gründer haben aber die kostengünstige Variante der UG (haftungsbeschränkt) nicht nur als Gesellschaftsform für das eigentliche Start-up für sich entdeckt. Zunehmend lässt sich beobachten, dass sich die Gründer an ihrer Gründung nicht persönlich, sondern über ein Vehikel – also eine Holding-Gesellschaft – üblicherweise ebenfalls in der Rechtsform der UG (haftungsbeschränkt) beteiligen. Triebfeder dieser Tendenz ist die im Körperschaftsteuergesetz vorgesehene fast vollständige Steuerbefreiung für Dividendenzahlungen und Erlöse aus einem Verkauf von Geschäftsanteilen an den Gesellschafter, wenn dieser ebenfalls in der Rechtsform der Kapitalgesellschaft organisiert ist. Vorausschauende Gründer, die sich für die Zeit nach dem Exit weitere Gründungsaktivitäten oder gar Engagements als Business Angels vorstellen, sind mit dem UG-Gründer-Vehikel gut beraten, da sie hiermit sehr kostengünstig die erhofften Exit-Erlöse fast steuerfrei reinvestieren können.

Fazit

Das MoMiG hat also mit der Schaffung der UG (haftungsbeschränkt) eine gerade für Gründer sehr attraktive – weil mit geringerem Kapitalaufwand verbundene – Gründungsalternative geschaffen. Damit konnte die Flucht der Gründer in die UK-Limited und die damit verbundenen Risiken der fremden Rechtsordnung gestoppt werden. Demgegenüber ist dem Gesetzgeber mit der Einführung des vereinfachten Gründungsverfahrens kein großer Wurf gelungen. Zwar können die Gründer auch hier Startkosten einsparen, jedoch eignen sich die beim vereinfachten Gründungsverfahren vorgeschriebenen starren Strukturen und fehlenden streitauf lösenden Regelungen für die wenigsten Start-ups. ■

Zum Autor



Dr. Benjamin Monheim ist Rechtsanwalt im Bereich Gesellschaftsrecht bei der internationalen Anwaltskanzlei Osborne Clarke am Standort Köln. Seine Tätigkeitsschwerpunkte sind unter anderem Gründungsberatung und Venture Capital.

Case Study

Erst ein Berater, dann zwei Investoren

Sunhill Technologies: Kapitalsuche mit Unterstützung

Entspannt parken und per Handy bezahlen: Mit ihrem mobilen Bezahlsystem ist die sunhill technologies GmbH auf eine Marktlücke mit Potenzial gestoßen. Die von dem Unternehmen entwickelte Technologie kann zudem in weiteren Bereichen wie etwa dem Bezahlen im öffentlichen Personennahverkehr zur Anwendung kommen. Dass die Firmengründer auch bei Kapitalgebern schnell auf Interesse gestoßen sind, lag u.a. an der gründlichen Vorbereitung durch eine kompetente Corporate Finance-Beratung.

Mobile Payment ohne Anmeldung

Wer Visionen hat, ist anderen immer einen Schritt voraus. „Uns war schon vor Jahren klar, dass das Handy zu mehr taugt als nur zum Telefonieren oder dem Herunterladen von Klingeltönen“, sagt Christoph Schwarzmichel, Geschäftsführer von sunhill technologies. Für eine dieser sinnvollen Anwendungsmöglichkeiten hat er mit seinem Mitgründer Matthias Mandelkow unter dem Namen sms&park ein Handy-Parksystem entwickelt, das heute schon monatlich über zwei Millionen Autofahrer nutzen. Sie senden dazu lediglich eine SMS mit der gewünschten



Über zwei Millionen Autofahrer nutzen via Handy das System von sms&park.

KURZPROFIL SUNHILL TECHNOLOGIES GmbH

• Vision:	Verbreitung des Mobile Payment als sichere und bargeldlose Bezahlalternative
• Gründungsjahr:	2007
• Branche:	IT Solutions
• Sitz:	Erlangen
• Umsatz 2010 (erwartet):	k.A.
• Internet:	www.sunhill-technologies.com



Bei dem von sunhill technologies entwickelten Handy-Parksystem werden die Gebühren über die Mobilfunkrechnung bezahlt.

Parkdauer und dem Kfz-Kennzeichen, gezahlt wird über die Mobilfunkrechnung oder das Prepaid-Guthaben. Handyparker sind nicht auf Kleingeld angewiesen und können zudem von unterwegs die Parkzeit jederzeit verlängern. Der Clou dabei: sms&park funktioniert ohne jegliche Registrierung. „Damit bieten wir am deutschen Markt das erste wirklich praxistaugliche System, das mittlerweile in 40 Kommunen läuft“, sagt Mandelkow.

Guter Rat bei der Kapitalbeschaffung

Den Erfolg haben die Pioniere gründlich vorbereitet. So mussten zunächst die Mobilfunkunternehmen überzeugt werden. Eine entscheidende Voraussetzung für den Unternehmensstart war aber auch die Kapitalbeschaffung und die Vermittlung zu Banken und Investoren. Hier war vor allem die Beratung des vom Bayerischen Wirtschaftsministerium und privatwirtschaftlichen Sponsoren unterstützten Netzwerks Nordbayern entscheidend. „Das Netzwerk bietet jungen Unternehmen ein äußerst hilfreiches Rundumpaket für sämtliche relevanten Aspekte einer Firmengründung“, so Schwarzmichel. Speziell zum Thema Kapitalbeschaffung wurde zudem die Enthard Consulting GmbH eingesetzt. „Unsere Beraterin brachte uns dabei zunächst nahe, wie Banker ticken“, erinnert sich Schwarzmichel. Als Gründer stehe man ja immer eher auf

der praktischen Seite. „Gerade zu Beginn war es für uns zudem wichtig zu wissen, wie man die eigene Geschäfts-Idee bei der Antragstellung so aufbereitet, dass man zum gewünschten Ziel kommt“, sagt der Unternehmer. Die Mühe hat sich auch bei der Beschaffung von Beteiligungs-kapital gelohnt. In zwei Finanzierungsrunden investierten der High-Tech Gründerfonds sowie die MIG Verwaltungs AG gemeinsam 2,2 Mio. EUR. Ermöglicht wurde dadurch nicht nur die Entwicklung und der Rollout von sms&park, sondern auch die Markteinführung der Nachfolgeappli-kation sms&exit, die auf den Einsatz in Parkhäusern und Tiefgaragen abzielt. Darüber hinaus verfügt sunhill tech-nologies über eine Lösung zum mobilen Ticketverkauf im öffentlichen Personennahverkehr.

Ausblick

Eine neue Finanzierungsrunde soll nun auch die Interna-tionalisierung vorantreiben. Was in einem ersten Park-projekt im thüringischen Sonneberg – daher auch die Ableitung des Firmennamens – begann, könnte viel-elleicht bald schon in Abu Dhabi und anderswo seine Fort-setzung finden. „Gleichzeitig bauen wir unseren Techno-logievorsprung durch eine intensive Zusammenarbeit mit den Mobilfunkunternehmen stetig aus“, sagt Schwarzmichel. Neue Produkte liegen bereits fertig in der Pipeline. ■

*Norbert Hofmann
redaktion@vc-magazin.de*

Anzeige

Information & Communication Technologies

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



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

Zwischen Schreibtisch und Kicker

Wie sich die Firmenkultur in Start-ups verändert hat

Unternehmensgründungen, Entrepreneurship, Venture Capital – in den 1990er Jahren waren das für viele Arbeitnehmer noch völlig unbekannte Begriffe. Heute suchen gerade Berufseinsteiger gezielt nach Stellen in jungen Unternehmen, die ihnen die Möglichkeiten bieten, selbst mit anzupacken. Seit der Goldgräberstimmung der wilden Dotcom-Jahre hat sich in den Start-ups jedoch einiges verändert.

1994–1996: Die große Unbekannte

In den 1990er Jahren wusste kaum jemand, was Venture Capital überhaupt ist – dementsprechend war auch das Start-up als potenzieller Arbeitgeber eine große Unbekannte. Die meisten (jungen) Arbeitnehmer bewarben sich bei großen und renommierten Unternehmen oder bei bekannten Mittelständlern mit etabliertem Produktportfolio. Wie sich die Tätigkeit bei einem neu gegründeten oder noch jungen Unternehmen darstellen würde, konnte man – auch aus Mangel an Gesprächspartnern – kaum abschätzen. Und in der Tat, die Unternehmen waren so unterschiedlich wie die Märkte, auf denen sie agierten: von der hemdsärmeligen Hinterhof- und Garagenmentalität der frühen Cleantech-Unternehmen über die Sieben-Tage-Woche der ersten Internet-Start-ups bis hin zur Goldgräberstimmung in den oft US-basierten Enterprise Software-Unternehmen. Eines war jedoch sicher – das Risiko, das man auf sich nahm, wenn man die komfortable Anstellung in einem großen Unternehmen gegen die Betätigung bei einer kleinen Firma eintauschte.

1997–2001: Der Hype

Das Image des Arbeitnehmers im Start-up wandelte sich jedoch in wenigen Jahren radikal: T-Shirt mit Firmenlogo statt Anzug, Call a Pizza statt Kantine, Du statt Sie, sauberer Großraum im Fabrikgebäude statt Büroneubau am Strand. Plötzlich war der Job bei der Venturefinanzierten Gründung begehrt. Dafür sprachen die jugendliche Arbeitskultur, der Wegfall alter Vorschriften und Denkbarrieren, ein unbürokratischer Arbeitsalltag, der Boss als Freund. Dank Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen fühlten sich viele nicht als Angestellte, sondern als Teil der Unternehmensmission. Und nicht zuletzt war da der Kicker – das Bürountensil, das den Arbeitsalltag mehr prägte als alles andere. Gerne vergaß man dabei die Kehrseite der Medaille: wenig

ausgewogene Ernährung mit Pizza, Arbeitskonditionen nahe der Legebatterie, Überstunden und Selbstausbeutung als Teil einer freiwilligen Zuzahlung für die größere Freiheit im täglichen Job.

Heute: Die Reiphasen

Der Kicker wurde in der Folge des Niedergangs vieler Start-ups nach dem Ende der Blase schnell aus den meisten Unternehmen verbannt, aber die Kultur in kleineren Unternehmen ist weiterhin für Mitarbeiter überdurchschnittlich attraktiv. Die größere Nähe zum Geschehen und die Sichtbarkeit des eigenen Beitrags zum Erfolg des Unternehmens tragen zu einer engeren Zusammenarbeit im Team bei, mit einer höheren Motivation und auch Identifikation mit den Zielen des Unternehmens. Die Start-up-Situation bricht Hierarchieebenen auf und ermöglicht so Aufstiegschancen und eine neue Vielfalt der Entwicklungsmöglichkeiten. Heute sind die etablierten Unternehmen hingegen für viele das Risiko: Sie kämpfen mit Krise, Konjunktur und Personalkosten. Für viele hat die Tätigkeit bei einem Start-up aber auch ganz praktische Vorteile: Die durchgängige Verwendung von Krawatten ist in jungen Unternehmen nach wie vor verbrämt – der Binder bleibt ein Stück Business-Outfit, das nur zu besonderen Anlässen aus den Tiefen der Büroschubladen gefischt wird. ■

Zum Autor



Bernhard Schmid ist Partner der französischen Venture Capital-Gesellschaft XAnge und verantwortet die Aktivität in den deutschsprachigen Ländern. Zu seinen nicht fachlichen Kompetenzen zählt auch die Geschicklichkeit am Kickertisch: Er gibt an, einmal inoffizieller deutscher Vizemeister des deutschen XAnge-Teams gewesen zu sein.

EU FINANCIAL REGULATION SUMMIT 2010

15 November 2010 • Brussels, Belgium

Implications for the private equity and venture capital industry

AIFM DIRECTIVE WHAT'S NEXT?



SPEAKERS INCLUDE:



KEYNOTE:
Michel Barnier
European Commissioner
for Internal Market and
Services



Ugo Bassi
Head of Unit Asset
Management, DG Internal
Market & Services,
European Commission



Javier Echarri
Secretary-General,
EVCA



Mathew Haarsager
Representative for
Europe, US Treasury



Anne Holm Rannaleet
Director, IK Aid & Relief
Enterprise Ltd and
Member & Chairwoman,
IK Industrial Advisory Board



Jonathan Russell
Managing Partner,
Buyouts, 3i Group plc

The **Alternative Investment Fund Manager's Directive** is the most important legislative proposal ever faced by the European private equity and venture capital industry.

This Summit, convened by EVCA members, brings together for the first time those who drafted, negotiated and contested the Directive.

These key protagonists will share their analysis of:

- + What organisational changes and regulatory approvals will the AIFMD require?
- + How will the Directive affect fund structures and domiciles?
- + How AIFMD will affect fundraising within and outside the EU
- + Portfolio management in a new regulatory environment

The industry stands on the threshold of a new era of regulation and scrutiny. The impact will be long-term, far-reaching and could change the way we raise and deploy capital forever.

For further information, please contact

Monica Bergo: + 32 2 715 00 20 or forums@evca.eu

"AIFMD is the most important legislative proposal ever faced by our industry.

It could change the way we raise and deploy capital forever. "

Javier Echarri, EVCA Secretary-General

Organised by:



EUROPEAN
PRIVATE EQUITY &
VENTURE CAPITAL
ASSOCIATION

Headline Sponsor:

ERNST & YOUNG
Quality In Everything We Do

For further information and for the full programme & speakers list visit

www.evca.eu/aifmd_summit.html

Kompetenz und Kommunikation

Das Managementteam bestimmt den Erfolg eines VC-Investments



Mensch – so heißt der zentrale Erfolgsfaktor für die Chancenbeurteilung eines jungen Wachstumsunternehmens. Das Management einer Gesellschaft steht für mindestens 50% der Erfolgsaussichten. Gefragt sind aber nicht nur fachliche Qualifikationen, sondern auch charakterliche – und die kann ein Investor nur schwer in drei, vier Gesprächen feststellen. Kluge Frühphaseninvestoren legen deshalb Wert darauf, Umfeld, familiären Hintergrund, soziale Verhaltensweisen, freiwillige Engagements – kurzum die private Persönlichkeit der Unternehmensgründer – kennen zu lernen.

Auf das Team kommt es an

Im ersten Schritt erliegt der typische Venture Capital-Investor den ihm vorgestellten Produkten, ihrer Innovationskraft, der Wettbewerbsfähigkeit und ihren Marktpotenzialen. Hat der Venture Capitalist bei der Geschäfts-idee angebissen, beschäftigt er sich mit den Gründern und ihrem Team. Die Leitfragen lauten: Verstehen sie ihr Modell, können sie Organisation, Abläufe, Märkte und Finanzentwicklungen antizipieren? Beherrschen sie die Grundlagen kaufmännischer Verwaltung? Fallen die Antworten positiv aus, steigen die Finanzierungschancen eines guten Geschäftsmodells rapide. Doch genau hier lauern die meisten Überraschungen im Verlauf einer Beteiligung.

Späte Überraschungen

Auch junge Unternehmer stellen ihr Licht nicht unter den Scheffel. Im Businessplan suggeriert man gelegentlich Fähigkeiten, Talente und Leistungskräfte, die gemäß eigenen Maßstäben hochwertig und zielführend sind, in der Realität aber strammen Anforderungen – insbesondere bei stürmischem Wachstum und schwierigen Märkten – oft nicht genügen. Häufig erkennt der Investor die wirklichen Defizite der „Köpfe“ des Neuinvestments aber erst nach Monaten oder ein bis zwei Jahren Zusammenarbeit.

Management verursacht Ausfälle

Wenn ich aus unseren mehr als vierzig Totalverlusten (seit 1990) die Management-Ursachen herausfiltere, komme ich zu dem Ergebnis, dass Unternehmerdefizite dominant ursächlich waren. Häufige Gründe sind u.a.: Festhalten an Marktstrategien trotz besserer Erkenntnis, mangelhaftes Kostenbewusstsein, Realitätsverlust bezüglich der

eigenen Unternehmenslage, Technikeuphorie ohne Marktbezug, Unfähigkeit, als Unternehmer zu wachsen und echte Führungsarbeit zu leisten.

Kommunikation und Vertrauen

Ein erster Indikator ist die Kommunikation, die offen, umfangreich und informativ sein sollte. Die Bedürfnisse der Investoren, informell von Anfang an auf der Höhe zu sein, werden von vielen jungen Unternehmern als lästig empfunden. Man hat Bedenken, die oft überraschend vielen Unzulänglichkeiten zu offenbaren. Es wird beschönigt, Misserfolge werden verschwiegen. Oft führt das zu Vertrauensverlusten beim Investor. Meist arrangiert sich der Investor damit und gibt dem Unternehmer eine zweite Chance. Gleichzeitig versucht er, die Defizite durch Fortbildung, Aufgabenumverteilung oder Neueinstellung zu beheben.

Umbau der Geschäftsführung

Erkennt man dennoch zu große Defizite oder wiederholt sich der Vertrauensbruch, muss man auch einen Austausch der Geschäftsführung in Erwägung ziehen. Kein einfacher Fall – da gelten möglicherweise hierfür eigentlich nicht gedachte sogenannte Vesting-Vereinbarungen, der Gründer sitzt weiterhin mit in der Gesellschafterversammlung oder es bestehen Ansprüche auf Geschäftsleitungs-Incentivierungen. Umsichtigerweise nähert man sich einschneidenden Entscheidungen mit Weitblick: Zu Beginn sollte man die Gesellschafter und Gründer überzeugen, dass die Veränderung auf der Führungsebene notwendig ist, um die Wertschöpfungspotenziale des Unternehmens zu erhalten. Außerdem sollte man einen geeigneten Kandidaten in petto haben oder einen gemeinsam einverständlich suchen (Personalberatung).

Investor als Korrektiv

Ein kluger Venture Capital-Investor setzt aber schon vorher an: Seine von Erfahrung geprägte Aufsicht sollte korrektiv wirken. Unternehmer sollten klug genug sein, kritische Drittwarenahmungen anzuerkennen, realistisch ihre Unternehmensrisiken zu betrachten und offen mit ihren Gesellschaftern umzugehen. Das garantiert noch keinen Unternehmenserfolg, hilft aber der Mobilisierung positiver Ressourcen.

Ein mitdenkender Partner

Natürlich verlangt es Einfühlungsvermögen und Fingerspitzengefühl, differenzierte Sichtweisen und Risikoverständnis zu vermitteln, ohne zu demotivieren. Der erhobene Zeigefinger ist nicht mehr zeitgemäß. Auch als Investor muss man jungen, selbstbewussten Unternehmern regelmäßig seine Kompetenz, die oft von Erfahrung lebt, zeigen. Versteht man sich als mitdenkender Partner, wird man neben den Finanzmitteln den höchsten Nutzen für das Unternehmen als Berater einbringen. Ein guter Spiegel aktiviert die eigene Kreativität und deren Gegenprüfung.

Viel Sinn für ein junges Unternehmen ergibt ein praxisgerecht zusammengesetzter Bei- oder Aufsichtsrat. Kaufmännische Kompetenz kommt regelmäßig von den Finanzinvestoren. Wichtig sind weiterhin Köpfe, die den Markt und seine Wettbewerbsbedingungen gut kennen, Barrieren überwinden helfen und den Vertrieb unterstützen können.

Fazit:

Veränderungen in der Führungsebene von jungen Unternehmen sind gelegentlich notwendige Maßnahmen zur

Defizitbeseitigung. Oft verursacht durch Vertrauensverluste, sind sie keine Garantie für den Unternehmenserfolg. Ein kluger Unternehmer berichtet offen über Probleme und Risiken, holt sich Rat bei seinen Kontrollorganen und zeigt, dass er dazu lernt und Erfahrung sammelt. So sitzt er fest im Sattel. ■

Zum Autor



Jürgen Leschke ist Managing Partner bei Aurelia Private Equity. Er ist seit 1990 im deutschen Venture Capital-Markt tätig und war 1994 Mitgründer der seit 1999 börsennotierten TFG Venture Capital-Gruppe, der er bis Anfang 2003 vorstand. Zuvor war er insgesamt 26 Jahre im Bankgeschäft tätig.

Standpunkt Interimsmanager

Wann hat ein Interimsmanager seine Arbeit erledigt?

Gerade in Start-ups sind anfangs selten genügend interne Ressourcen vorhanden, um für alle anfallenden Aufgabenstellungen und Projekte die Führungsfunktion zu übernehmen. Insbesondere bei der Einarbeitung neuer Mitarbeiter, der Personalbeschaffung sowie beim Aufbau des Unternehmens fehlt es oft an Zeit, die für die Realisierung der Umsätze und Erreichung der Planzahlen benötigt wird, um die Finanzierung zu sichern. Mit der zeitlich befristeten Einsatzmöglichkeit hoch qualifizierter Experten als Interimsmanager kann auf das Vorhalten speziellierter Führungskräfte verzichtet werden.

Interimsmanager übernehmen Ergebnisverantwortung für ihre Arbeit und benötigen aufgrund ihrer breiten Erfahrung geringste Einarbeitungszeiten, was eine schnelle und professionelle Unterstützung ermöglicht. Eine Führungskraft auf Zeit ermöglicht es einem Start-up, die Industrie- oder Marktkenntnis eines erfahrenen Managers mit Ergebnisverantwortung für genau den Zeitraum zu nutzen, der benötigt wird, um eine vorliegende Aufgabe zu bewältigen. Die Tätigkeit erstreckt sich üblicherweise über drei bis zwölf Monate. In dieser Zeit übernimmt der

Interimsmanager die operative Verantwortung für die Zielvorgaben und baut parallel Ressourcen innerhalb des Unternehmens auf.

Sobald Prozesse, Arbeitsabläufe und Ziele im Unternehmen verankert sind, über gibt der Interimsmanager den Verantwortlichkeitsbereich an die unternehmenseigene und selbst entwickelte Kernmannschaft. Mit der Beendigung der vereinbarten Aufgabenstellung bleibt das Wissen im Unternehmen, wobei nach dieser Zeit der Übergang meist beratend begleitet wird. Durch einen solchen Einsatz entsteht ein Mehrwert für das Unternehmen. Wird der Bedarf erkannt und ein Experte auf Zeit ins Team geholt, kann das Unternehmen unter Umständen immense Kosten einsparen – oft kommt es ein Unternehmen bedeutend teurer zu stehen, wenn es untätig bleibt. ■



STEFAN RUPP
GESCHÄFTSFÜHRER
RUPP CONSULT
WWW.RUPPCONSULT.DE

„Häufig wechseln die Leute von ähnlich großen Firmen“

Interview mit Florian Schreckenbach, Geschäftsführer der Talential GmbH

Vielfach rekrutieren Start-ups ihre Mitarbeiter klassisch über Stellenanzeigen, daneben spielen Empfehlungen aus dem Netzwerk eine Rolle. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, über Headhunter bzw. Personalberatungsagenturen Fach- und Führungskräfte für spezielle Aufgaben anzuwerben. Im Interview berichtet Florian Schreckenbach, Geschäftsführer von Talential, einem Online-Personalberater für Fach- und Führungskräfte, über die Hintergründe.

VC Magazin: Wer nimmt Ihre Dienste in Anspruch?

Schreckenbach: Die Unternehmen sprechen uns branchenübergreifend an, aber wir haben einen starken Schwerpunkt im Bereich Internet. Das liegt einfach daran, dass wir hier sehr viele Netzwerkveranstaltungen besuchen und entsprechend Kontakte knüpfen. Die Bandbreite der Kunden reicht von jungen Start-ups wie Popula über Mittelständler in zweiter oder dritter Generation bis hin zu Dax-Konzernen. Die beiden gefragtesten Positionen sind der Leiter Marketing/Vertrieb bzw. Key Accounter sowie Java-Entwickler.

VC Magazin: Auf welche Aspekte legen die Start-ups Wert?

Schreckenbach: Bei den Anforderungen wird besonders bei Leuten aus dem Vertrieb das Agenturnetzwerk betont. So können die jungen Unternehmen schon auf eine



Florian Schreckenbach

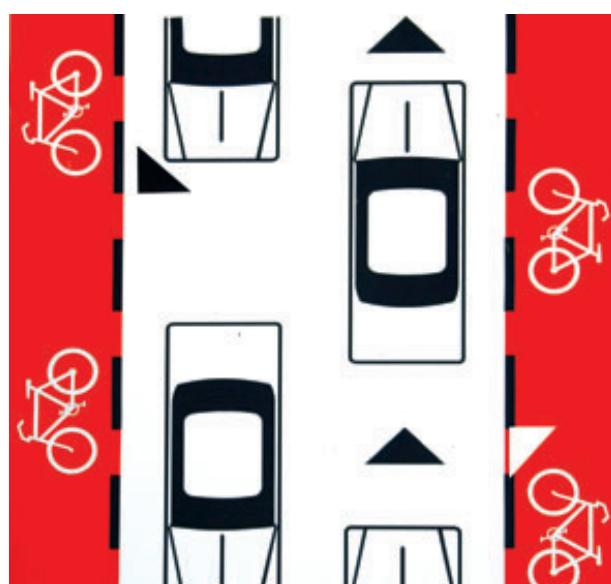
bestehende Kontaktbasis aufbauen. Generell sind Erfahrungen im Internet und mit Social Media ein wichtiges Kriterium. Häufig wechseln die Leute von ähnlich großen Firmen. Fach- und Führungskräfte aus Konzernen sind weniger beliebt, da sich die Denkweise oftmals zu stark unterscheidet. Zudem sind Leute gefragt, die etwas aufbauen und bewegen wollen.

VC Magazin: Was reizt Fach- und Führungskräfte, die bestimmte Gehaltsvorstellungen haben, an Start-ups, deren Finanzkraft beschränkt ist?

Schreckenbach: Glücklicherweise wissen die Kandidaten meist, worauf sie sich einlassen. Wesentliche Motivationsaspekte sind viel Verantwortung, hohe Lernkurven, Wachstumsperspektiven, flache Hierarchien und große, strategische Gestaltungsmöglichkeiten. Ergänzend haben sich variable Gehaltsanteile in diesem Zusammenhang als klassisches Instrument erwiesen.

VC Magazin: Typischerweise kontaktieren Headhunter mögliche Kandidaten persönlich. Wie gehen Sie als Onlineplattform vor?

Schreckenbach: Wir bieten beides an, den Schwerpunkt bildet aber die Plattform. Damit decken wir eher gene-



Nicht zuletzt sind es die Gestaltungsmöglichkeiten, die Führungskräfte an Start-ups besonders interessieren.

realistische Positionen auf der Unternehmensseite ab. Die Kandidaten präsentieren sich hier anonym mit ihren Profilen. Unternehmen hingegen können sich die potenziellen Mitarbeiter anschauen und bei Interesse zu einem Interview einladen. Das ist der kostengünstigere Weg. Wenn bestimmte, eher seltene Qualifikationen gefragt sind, sprechen wir mögliche Kandidaten aber auch direkt an.

VC Magazin: Wie kann man Headhunter auf sich aufmerksam machen?

Schreckenbach: Die Leute sollten direkt auf die Agenturen zugehen. Da braucht man auch keine Scheu zu haben, denn nur mit einem beständigen Zulauf an guten Kräften können Agenturen existieren. Wichtig ist mir an dieser Stelle ein gesundes Selbstbewusstsein mit einer gewissen Demut. Überheblichkeit ist ein Ausschlusskriterium.

VC Magazin: Was sind die schlimmsten Fehler im Gespräch mit einem Headhunter?

Schreckenbach: Gerade bei Start-ups ist die Unternehmenskultur ganz entscheidend. Die potenziellen neuen Mitarbeiter müssen authentisch sein, auf Show verzichten und anpacken wollen. Der Kandidat muss – wie bei jedem Job – ein nachhaltiges Interesse zeigen. Auch die schnelle Maximierung des Gehalts wird negativ beurteilt. Start-ups können dagegen wie erwähnt u.a. mit Lerneffekten, Perspektiven und Verantwortung punkten.

VC Magazin: Vielen Dank für das Gespräch. ■

torsten.passmann@vc-magazin.de

Zum Gesprächspartner

Florian Schreckenbach ist Gründer und Geschäftsführer der Talential GmbH, einem 2008 gegründeten Online-Personalberater für Fach- und Führungskräfte.

Anzeige



EBSpreneurship
FORUM 2010

Das EBSpreneurship Forum 2010 präsentiert: **PERSPEKTIVWECHSEL** Impulse für das Unternehmertum

Referenten u.a.:

Ralf Dälinghaus (DocMorris)
Mirjam Schöning (Schwab Foundation)
Hans Reitz (Grameen Creative Lab)
Alexander Artopé (smava)
Max Wittrock (mymuesli)
Sarik Weber (Hanse Ventures)
Kolja Hebenstreit (Team Europe Ventures)
Dr. Andreas Heinecke (Dialogue in the Dark)

- VORTRÄGE
- WORKSHOPS
- NETWORKING

15.10.2010
Campus der EBS
Schloss Reichartshausen
Oestrich-Winkel

→ **JETZT ANMELDEN AUF WWW.EBSPRENEURSHIP.DE**

Eigene Vortragsreihe
zum Thema

„Social Business &
Social Entrepreneurship“

Jetzt teilnehmen und
mitdiskutieren!

supported by:


CORPORATE FINANCE PARTNERS

Case Study

Das Übersetzer-Netz

Tolingo: Mitarbeiter auf der ganzen Welt

Tolingo ist eine junge Online-Übersetzungsagentur. Dank eines internationalen Netzwerks von über 6.000 freien Übersetzern kann, so verspricht das Unternehmen, jeder Text jederzeit von den weltweit besten Übersetzern bearbeitet werden. Um die Freiberufler, die über alle Kontinente verstreut sind, an das Unternehmen zu binden, bietet Tolingo ihnen eine Mischung aus Sicherheit und größtmöglicher Autonomie.

„Lukrativer, jedoch gesättigter Markt“

Die meisten Übersetzer sind Einzelkämpfer. In Deutschland werden 75% des Gesamtumsatzes der Übersetzungsbranche von Freelancern und Kleinstbetrieben gemacht. Auch international lässt sich das ähnlich. Die Hamburger Übersetzungsagentur Tolingo hat hier eine Marktlücke erkannt. „Wir bringen über das Internet Übersetzungsaufträge und Übersetzer zusammen“, fasst Geschäftsführer Hanno von der Decken die Geschäftsidee zusammen. Das Konzept kommt an: Im Herbst 2009 sind mit Neuhaus Partners und der KfW Mittelstandsbank zwei Investoren in das Unternehmen eingestiegen. „Das Einbeziehen einer Vielzahl freier und qualifizierter Übersetzer und die hochinteressante Technologie bieten einen Ansatz, den lukrativen, jedoch gesättigten Markt für professionelle Übersetzungen zu revolutionieren“, findet Matthias Grychta, Managing Partner bei Neuhaus Partners.

Von der guten Idee zum lukrativen Geschäft

Der Einfall, ein Online-Übersetzungsportal zu gründen, kam den drei technikbegeisterten Freunden Hanno von der Decken, Johan Wenz und Sebastian Sobisch im Jahr 2007. Der Marketing- und Vertriebsexperte Roman Reimer stieß alsbald hinzu. Gemeinsam entwickelten sie aus der Idee binnen kurzer Zeit ein lukratives Geschäft. Heute bekommt Tolingo Tag für Tag über 100 Übersetzungsaufträge – vom Studenten bis zum Großunternehmen. In der Hamburger Zentrale sind 30 Mitarbeiter beschäftigt, dazu weitere Mitarbeiter im Berliner Callcenter.

KURZPROFIL TOLINGO GMBH

• Vision:	Wir wollen in drei Jahren weltweit zu den Top-5-Unternehmen unserer Branche gehören
• Gründungsjahr:	2008
• Branche:	Übersetzungen
• Sitz:	Hamburg
• Zahl der Mitarbeiter:	30 in Deutschland, weltweit 6.000 Übersetzer
• Umsatz 2010 (erwartet):	mittlerer siebenstelliger Bereich
• Internet:	www.tolingo.de



Hanno von der Decken, Geschäftsführer von Tolingo, im Kreis seiner Hamburger Mitarbeiter. Weltweit arbeiten rund 6.000 Übersetzer für die Gesellschaft.

Freiheit mit enger Bindung

Tolingos Besonderheit ist das weltweit gespannte Übersetzer-Netzwerk: Mehr als 6.000 zertifizierte Fachübersetzer in über 30 Ländern gehören ihm derzeit an. Tolingo legt Wert darauf, die Freelancer langfristig zu binden. „Kundenakquise, Kundenbetreuung und Rechnungsstellung übernehmen wir. Und wir bezahlen die Honorare immer pünktlich aus, auch wenn es beim Kunden mal länger dauert. Unsere Übersetzer können sich bei uns darauf konzentrieren, was sie am besten können: Übersetzen“, erklärt Hanno von der Decken. Trotz der engen Bindung bleiben die Übersetzer frei. „Wir sehen sie als autonome Teileinheiten, die fähig sind, selbstbestimmt zu handeln. Wir definieren die Ziele und Verantwortlichkeiten, und sie sind frei bei der Ausführung der Aufgaben“, erläutert Jungunternehmer von der Decken.

Mitarbeiterführung ist Netzwerkarbeit

Zu Beginn der Zusammenarbeit erhält jeder Übersetzer ein ausführliches Briefing, muss sich zum Qualitätsanspruch des Unternehmens bekennen und eine Vertraulichkeitserklärung unterschreiben. Die Qualität wird durch das Vier-Augen-Prinzip gesichert: Jeder Text wird nach dem Übersetzen von einem zweiten Experten Korrektur gelesen. Falls dennoch mal etwas schiefgeht, übernimmt Tolingo die Verantwortung. Bei so vielen Annehmlichkeiten wundert es nicht, dass etwa 90% der derzeitigen Übersetzer sich initiativ bei Tolingo beworben haben. Um Neuverpflichtungen, das Übersetzer-Management sowie die stetige Kommunikation mit den Freiberuflern kümmert sich eine eigene Abteilung: das Translation Resource Management. Bei aller Freiheit ist es für das Unternehmen elementar, ständig in persönlichem Kontakt zu den Übersetzern zu sein. Und so bedeutet Mitarbeiterführung bei Tolingo in erster Linie aktive, unermüdliche Netzwerkarbeit. ■

Stefanie Erkeling
redaktion@vc-magazin.de

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

Karriere
Start 2011

Zukunft selbst gestalten!

MESSE DRESDEN 21.– 23. Januar

Fr. 9–17 Uhr, Sa./So. 10–17 Uhr

Schwerpunktthemen

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

KarriereStart – unter dem Motto „**Zukunft selbst gestalten**“ leistet die Messe seit 12 Jahren am attraktiven Wirtschaftsstandort Dresden komplette Beratung und Information um Job und Karriere. Sie umfasst neben Aus- und Weiterbildung und Studium die Themen Nachwuchs- und Fachkräftegewinnung, Personal, berufliche Neuorientierung, Existenzgründung sowie Unternehmensentwicklung und -nachfolge. Die KarriereStart ist zentraler Anlaufpunkt für Gründungsinteressierte, Existenzgründer und Unternehmer. Die intensive Zusammenarbeit mit Ausstellern, Messebeiratsmitgliedern, Kooperationspartnern und Netzwerken zeichnet die Messe mit begleitendem Fachprogramm aus und sichert die Aktualität und Qualität der Themen.

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

Veranstalter:

ORTEC Messe und Kongress GmbH

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

► Die erfolgreiche Realisierung beruflicher Selbständigkeit in Form von **Neugründung oder Unternehmensübernahme** sowie dauerhaftes Bestehen am Markt ist an verschiedenste Erfolgsfaktoren, u. a. die Geschäfts-idee, das Unternehmenskonzept, betriebswirtschaftliche Planungen, rechtliche Gegebenheiten, Finanzierung und Förderung gebunden. Vorausschauende und aktive Maßnahmen, wie die Erschließung strategisch wichtiger oder neuer Geschäftsfelder und -prozesse sowie die nachhaltige Entwicklungssteuerung in den Bereichen Personalentwicklung, Marketing, Vertrieb, Recht und Steuern sowie Finanzierung fördern die **Festigung und den Ausbau der Wettbewerbsposition** am Markt. Präsentieren Sie Ihre Leistungen und stehen Sie sowohl Gründungsinteressierten, Existenzgründern als auch Unternehmern und Arbeitgebern beratend zur Seite.



► In enger Zusammenarbeit mit dem Deutschen Franchise-Verband e.V. (DFV) wird das **5. Sächsische Franchiseforum** im Rahmen der KarriereStart stattfinden. Der Verband steht Gründungsinteressierten, potenziellen Franchise-Nehmern sowie Franchise-Gebern mit seiner mehr als 30-jährigen Erfahrung an allen drei Messe-tagen beratend zur Seite. Der DFV informiert zu Chancen und Risiken einer Gründung mit einem bereits am Markt etablierten Geschäfts-konzept und bietet Orientierungs- sowie Entscheidungshilfen bei der Planung einer Franchise-Partnerschaft. Parallel dazu stellen etablierte Franchise-Geber ihre Geschäftsmodelle vor – seien Sie dabei und sprechen Sie mit Gründungsinteressierten zur Partnerschaft in Dresden, Sachsen und über die Landesgrenzen hinaus.



Ideeller Träger:



Landeshauptstadt Dresden
Amt für Wirtschaftsförderung

Flexibilität durch freie Mitarbeiter

Mit Honorarkräften Stressphasen bewältigen

Junge Unternehmen spezialisieren sich gerade in der Anfangszeit auf Nischen. Durch dieses Vorgehen sind sie in der Regel einem Saisongeschäft unterworfen: Während die Auslastung in schwächeren Monaten geringer ist, ergibt sich zur Hochsaison plötzlich ein sehr großes Auftragsvolumen, das das Stammpersonal allein meist nicht stemmen kann. In solchen Zeiten ist es sinnvoll, die Spitzenlasten durch den Einsatz von Honorarkräften auszugleichen. Um alle Vorteile nutzen zu können, müssen bei der Suche und Auswahl der freien Mitarbeiter bestimmte Aspekte beachtet werden.

Vorteile eines Dienst- oder Werkvertrags

Der Einsatz freier Mitarbeiter hat viele Vorteile. Zwischen ihnen und dem Unternehmen besteht kein Arbeitsverhältnis im arbeitsrechtlichen Sinn. Damit kommen arbeitsrechtliche Sondervorschriften wie das Kündigungsschutzgesetz, das Mutterschutzgesetz, das Betriebsverfassungsgesetz oder das Arbeitszeitgesetz nicht zum Tragen. Dies liegt daran, dass ein Dienst- oder Werkvertrag abgeschlossen wird statt eines Arbeitsvertrags. Außerdem erhält er kein Gehalt, sondern ein Honorar. Diese Punkte machen freie Mitarbeiter bzw. Honorarkräfte steuerlich wie auch insgesamt finanziell und organisatorisch zu interessanten Partnern.

Qualifikation und Vertrauen wichtig

Das Problem ist jedoch, die zum Unternehmen passenden freien Mitarbeiter zu finden. Die Anforderungen an den jeweiligen Auftrag sind zum Teil sehr hoch, sodass unter Umständen eine hohe Qualifikation vorausgesetzt werden muss. Je nach Größe des beauftragenden Unternehmens sowie nach Art des Auftrages erhält der Mitarbeiter Kenntnisse von Unternehmensinterna, welche vertraulich sind. Dies setzt mitunter ein besonderes Vertrauensverhältnis zu den freien Mitarbeitern voraus. Es ist eine selbstverständliche zentrale Anforderung, dass das Unternehmen sich auf den freien Mitarbeiter ebenso verlassen kann wie auf sein Stammpersonal – vor allem was die Einhaltung von Fristen angeht. Ebenso tritt regelmäßig das Problem auf, dass nicht jeder freie Mitarbeiter jederzeit zur Verfügung steht, sodass Aufträge unter verschiedenen Mitarbeitern aufgeteilt werden müssen. Dies kann eine logistische Herausforderung sein.

Hochschulen als Pool für Honorarkräfte

In der Gründungsphase unserer Agentur hat uns die ursprüngliche Spezialisierung auf Vereine, Verbände und Parteien massiv vom politischen Kalender abhängig gemacht. Auch wenn sich dies bereits leicht abgemildert hat, seit wir auch in der Kommunikationsbranche tätig sind, unterliegen wir auch heute noch teilweise großen Schwankungen im Auftragsvolumen insbesondere vor Bundestags- oder Landtagswahlen. Fast jeder junge Unternehmer oder Gründer macht ähnliche Erfahrungen. Gründungen, die wie unsere Agentur im Umfeld von Hochschulen erfolgen bzw. erfolgten, haben den großen Vorteil, noch gute Kontakte zu den sie betreffenden Fachbereichen zu haben. Viele Studenten sind bereits sehr gut qualifiziert – vor allem wenn es um die Ausführung von Spezialaufgaben geht – und wollen gleichzeitig praktische Erfahrungen im Unternehmensalltag sammeln. Zugleich lassen sich über studentische freie Mitarbeiter oft auch neue freie Mitarbeiter rekrutieren, sodass ein stetiger Kontakt zum Hochschulumfeld aufrechterhalten werden kann. Für uns hat sich diese Philosophie ausgezahlt. ■

Zu den Autoren



Thimo Buchheister (li.) und **Jens Steiner** sind Gründer und Geschäftsführer von All about Ashley. Die Kommunikationsagentur war zuerst auf Vereine, Verbände und Parteien spezialisiert – mittlerweile hat sich das Kundenspektrum erweitert. Zur Agenturphilosophie gehört, die Schwankungen der Auftragslage konsequent durch freie Mitarbeiter auszugleichen.

Kontakte als Ressource erkennen

Erfolgreiche Unternehmen wissen Netzwerke zu nutzen

Besonders junge Unternehmer sehen sich oftmals vielen Fragen gegenübergestellt: Wie erstelle ich einen guten Businessplan? Wie lassen sich mögliche Investoren finden und vom eigenen Produkt überzeugen? Wo erhalte ich rechtlichen und steuerlichen Rat? Wie beteilige ich Teammitglieder am Unternehmen? Welche Marketingstrategie bietet sich an? Fragen, die sich in einem guten Netzwerk meist leichter beantworten lassen.

Experten und andere Gründer ansprechen

Ein weit verzweigtes Netzwerk aus kompetenten Kontakten ist ein unverzichtbares Werkzeug, um die vielen Fragen, welche sich bei einer Unternehmensgründung stellen, effektiv zu beantworten. Dabei muss sich ein Gründer zunächst bewusst machen, welche Personen über die notwendige Expertise verfügen, um eine spezifische Fragestellung beantworten zu können. Anschließend sollte analysiert werden, im Rahmen welcher Veranstaltungen ein erster Kontakt zu relevanten Wissensträgern hergestellt werden kann. Fachlichen Rat zur Struktur von Businessplänen oder zu rechtlichen sowie steuerlichen Aspekten findet man leicht bei Informationsveranstaltungen von Gründerwettbewerben. Dort sind nicht nur Experten wie Juristen oder Steuerberater anzutreffen, sondern zumeist auch andere Gründer. Da diese mit ganz ähnlichen Fragen konfrontiert werden, ist ein Gedankenaustausch mit Gleichgesinnten immer sinnvoll.

Networking lohnt

Für die Umsetzung der eigenen Geschäftsidee ist ein junges Unternehmen häufig auf finanzielle Mittel von Investoren angewiesen. Um mit Investmentmanagern oder Business Angels in Kontakt zu treten, bieten sich regelmäßig stattfindende Veranstaltungen wie die Venture Lounge oder die Echtzeit in Berlin an. Gerade der persönliche Kontakt kann helfen, die erste große Hürde, nämlich die Sichtung des Businessplans durch den Investor, erfolgreich zu meistern. Des Weiteren ist der Besuch von Fachveranstaltungen, themenbezogenen Vorträgen und Konferenzen immer gut, um möglichen Kunden das eigene Leistungsportfolio vorzustellen. Zusätzlich hat in letzter Zeit besonders auch das sogenannte Speed Networking an Relevanz gewonnen, wie es z.B. im Rahmen des Online-Stammtisch Deutschland Anklang gefunden hat. Schnell und effektiv lassen sich so erste Kundenkontakte anstoßen.

Kontakte vorbereiten, pflegen, verwalten

Der erfolgreichen Kontaktaufnahme geht stets eine sorgfältige Vorbereitung voran. Wer bereits vor Beginn einer Veranstaltung anhand von Teilnehmer- oder Ausstellerlisten potenzielle Kontakte sondiert und sich so erste Hintergrundinformationen aneignet, kann in der eigentlichen Gesprächssituation vielfach überzeugende Argumente bieten. Ist man schließlich auf den Veranstaltungen mit interessanten Menschen ins Gespräch gekommen, sollten Visitenkarten ausgetauscht und viel versprechende Kontakte in der Folge über einschlägige Online-Netzwerke gepflegt werden. Werden die hinzugefügten Kontakte gleich zu Beginn konsequent mit Schlagwörtern versehen, wird man auch später bei der Suche nach dem richtigen Ansprechpartner schnell fündig.

Fazit:

Gerade als junges Unternehmen ist es von Bedeutung, bereits frühzeitig ein weitreichendes Netzwerk an Kontakten aktiv aufzubauen. Gelegenheiten dazu gibt es zu Genüge. Dennoch ist zu beachten, dass erfolgreiche Netzwerke auf einer Form der Gegenseitigkeit basieren. Denn nur wer auch anderen Menschen seine Hilfe anbietet, bekommt immer wieder neue Türen geöffnet. ■

Zu den Autoren



Christoph Teubert (li.) und **René Kühn** sind Gründer der Contilla GmbH. Auf dem gleichnamigen Online-Marktplatz bieten zahlreiche Verlage und Medienhäuser verschiedene Inhalte wie Texte, Bilder, Videos, interaktive Tools oder Games zur Lizenzierung an.

Sentimentumfrage, Teil II

Gründung & Finanzierung aus Unternehmersicht

Was ist das Schönste an einer Unternehmensgründung?

Dr. Andreas Rückemann, Geschäftsführer der Heliatek GmbH:

Das Schönste an einer Unternehmensgründung ist der Gestaltungsfreiraum. Eigene strategische Ziele können verfolgt werden, und der Stil des Gründungsteams prägt für längere Zeit die neue Firma. Es besteht die Möglichkeit, das Team so zu formen, dass alle Kompetenzen bestmöglich abgedeckt werden. Auch die Strukturen können klar angelegt werden und gleichzeitig Wachstum und Veränderung zulassen.

Dr. Kai Markus, Geschäftsführer der Vimecon GmbH:

Etwas zu unternehmen heißt, etwas aufzubauen. Es bereitet eine unglaubliche Freude, eine Sache aus der Taufe zu heben, wachsen und prosperieren zu sehen – trotz der Sorge und Arbeit, die es ebenfalls bedeutet. Jeder, der Kinder hat, kennt so etwas.

„Es bereitet eine unglaubliche Freude, eine Sache aus der Taufe zu heben, wachsen und prosperieren zu sehen“



Dr. Kai Markus

Solvig Wehsener, Geschäftsführerin von Creative Power Office:

Erstens: der unbändige Drang, frei zu sein in der Möglichkeit, sich selbst verwirklichen zu können. Zweitens: kreative Lösungen zu entwickeln mit einem hohen Mehrwert für den Einzelnen oder das Unternehmen.

Dr. Thomas Schubert, Geschäftsführer der Iolitec GmbH:

Das Schönste ist, dass man selbstständig und eigenverantwortlich etwas aufbauen kann. Wenn das Ganze nach einer Weile nachhaltig funktioniert, so wie das zum Glück bei uns der Fall ist, ist das ein unbeschreiblich gutes Gefühl. Dennoch hat man wenig Zeit dazu, die kleinen Erfolge zu

genießen, da ein junges Unternehmen stetig Veränderungen unterworfen ist, auf die man nahezu täglich reagieren muss.

Götz Münch, Geschäftsführer der Corimmun GmbH:

Die Verwirklichung eigener Ideen und Projekte mit dem – besonders in der biotechnologischen Forschung und Entwicklung – notwendigen und auch konstruktiven Gestaltungsspielraum.

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

Dr. Andreas Rückemann, Geschäftsführer der Heliatek GmbH:

Wir haben mit einem Business Angel und auch mit den Finanzinvestoren bisher sehr gute Erfahrungen gemacht. Sie haben geholfen, das Unternehmen voranzubringen. Banken sind wichtig in einer späteren Phase.

„Banken sind wichtig in einer späteren Phase“



Dr. Andreas Rückemann

Dr. Kai Markus, Geschäftsführer der Vimecon GmbH:

Diese Frage stellt sich in dieser Form nicht. Die vertrauliche Zusammenarbeit unter den Partnern ist der wichtigste Punkt. Dafür muss bilaterale Verständnis für das Geschäft und die Interessen des Partners vorhanden sein. Mit der KfW Bankengruppe und dem Seed Fonds Aachen haben wir Partner, bei denen dieser Austausch stimmt.

Solvig Wehsener, Geschäftsführerin von Creative Power Office:

Ich hatte bei der Gründung meines ersten Unternehmens das Glück, einen Mentor und Business Angel an meiner

Seite zu haben, der mich vor allem in Fragen der Menschlichkeit, des gegenseitigen Respekts stark beeinflusst hat, mir aber auch in Managementfragen die Augen und manche Türen geöffnet hat. Insofern entscheide ich mich zuerst für den Business Angel, danach für das Risikokapital.

**Dr. Thomas Schubert,
Geschäftsführer der Iolitec GmbH:**

Unser Unternehmen hat sich in den verschiedenen Situationen für alle drei Finanzierungsformen geöffnet und entschieden. Obwohl ich mir einbilde, ein Geschäftsmann zu sein, fehlte mir als Naturwissenschaftler hier und da doch die harte ökonomische Kompetenz. Daher wurde ab 2004

„Unser Unternehmen hat sich in den verschiedenen Situationen für alle drei Finanzierungsformen geöffnet und entschieden“



Dr. Thomas Schubert

ein Business Angel involviert. In den ersten Jahren bis 2008 hatten wir uns darüber hinaus für eine Bankenfinanzierung entschieden, später haben wir uns auf die Suche nach Venture Capital begeben und im Zukunftsfonds Heilbronn den idealen Investor gefunden.

**Götz Münch,
Geschäftsführer der Corimmun GmbH:**

Es kommt sicher auf die Bedingungen an. Bisher haben uns die Finanzinvestoren zusammen mit öffentlicher Förderung bzw. Co-Finanzierung die besten Rahmenbedingungen gewährt.

Welchen Einfluss haben Berater aus Ihrer Sicht auf den Erfolg von Start-ups?

**Dr. Andreas Rückemann,
Geschäftsführer der Heliatek GmbH:**

Berater sind in ausgewählten Bereichen entscheidend, und das betrifft Rechtsanwälte und gegebenenfalls Gründercoachs, wenn der Business Angel das nicht übernehmen kann. Von ihm würde ich mir aber ein solides Finanzwissen erwarten, was einen Corporate Finance-Berater zunächst überflüssig macht.

Anzeige

Die Messe für Bildung, Beruf und Karriere

Chance 2011

Zukunft selbst gestalten!

**HALLE MESSE
28. – 30. Januar
Fr. 9–17 Uhr, Sa./So. 10–17 Uhr**

Schwerpunktthemen

- ✓ Berufsorientierung
- ✓ Ausbildung
- ✓ Weiterbildung
- ✓ Studium
- ✓ Fachkräftegewinnung und -sicherung
- ✓ Personaldienstleistung
- ✓ Gründung und Selbständigkeit



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

Dr. Kai Markus,**Geschäftsführer der Vimecon GmbH:**

Unternehmen mit einer hohen sozialen Bedeutung und Verantwortung für die Gesellschaft sind nur erfolgreich, wenn man die richtigen Entscheidungen trifft. Dabei helfen natürlich Berater aus vielen Bereichen, häufig erfahrene Spezialisten, die das Unternehmen kennen.

Solvig Wehsener,**Geschäftsführerin von Creative Power Office:**

Ein guter Berater eröffnet eine neue Sicht auf die Dinge und vermag Kreativität zu bestärken. Sollte er aber kein typischer Mentor sein, dann präferiere ich von persönlichen Interessen unabhängige Berater – sprich solche aus öffentlichen Stellen.

Dr. Thomas Schubert,**Geschäftsführer der Iolitec GmbH:**

Früher gab es diese ganzen Hilfen nicht, und dennoch haben sich erfolgreiche Unternehmen entwickeln können. Schaut man sich die Lebensläufe erfolgreicher Unternehmer an, so wussten diese nach meiner Lesart stets genau, was sie taten bzw. auch noch tun. Dennoch sollte sich aus meiner Sicht ein eher technisch orientiertes Gründungsteam genau die Kompetenzen ins Boot holen, die nicht im Team vorhanden sind, und dies sind in der Regel solche, die mit angewandten betriebswirtschaftlichen Aspekten eng verknüpft sind.

Götz Münch,**Geschäftsführer der Corimmun GmbH:**

Berater mit hoher fachlicher Kompetenz haben einen hohen Stellenwert vor allem in der komplexen Materie von Biotech-Start-ups. Die Entscheidungen des Unternehmers werden dadurch aber nur unterstützt und können diese keineswegs ersetzen.

*„Die Entscheidungen
des Unternehmers
werden durch
Berater nur
unterstützt“*



Götz Münch

**Wie finden Sie gutes Personal und wie motivieren
bzw. halten Sie es?**

Dr. Andreas Rückemann,**Geschäftsführer der Heliatek GmbH:**

Wir suchen selten, meist finden uns die guten Mitarbeiter. Schon heute haben wir trotz rasantem Wachstum zu viele

gute Bewerbungen. Umgekehrt konnten wir trotz guter Alternativen in der Region bisher nahezu alle Mitarbeiter halten. Alle sind hoch motiviert, an einer so spannenden Story mitschreiben zu dürfen.

Dr. Kai Markus,**Geschäftsführer der Vimecon GmbH:**

Die persönlichen Ziele der Mitarbeiter decken sich mit den Unternehmenszielen, die Gesellschaft zu einem Weltmarktführer für medizinische Lasersysteme zu machen. Mein Vertrauen in diese Verantwortung und der Erfolg darin reizen die Menschen am meisten. Wir haben auf jeden Fall keine Schwierigkeit, gut ausgebildete Mitarbeiter zu finden.

Solvig Wehsener,**Geschäftsführerin von Creative Power Office:**

Eine gute Möglichkeit erschließt sich über die intensive Nutzung der Social Networks im Internet, weil ich vorwiegend mit freischaffenden und künstlerisch tätigen oder zumindest offenen Menschen zusammenarbeite. Motivation erreiche ich durch Stärkung der beruflichen Befindlichkeiten und Wachstumspläne der Mitarbeiter. Wobei eine gute Mischung aus Charme und Fröhlichkeit sicher auch recht hilfreich ist.

*„Motivation erreiche
ich durch Stärkung
der beruflichen
Befindlichkeiten und
Wachstumspläne
der Mitarbeiter“*



Solvig Wehsener

Dr. Thomas Schubert,**Geschäftsführer der Iolitec GmbH:**

Wir pflegen eine Vielzahl von Universitätskontakten in Deutschland, der EU und den Vereinigten Staaten. Dies hat es uns ermöglicht, hervorragende Akademiker aus Spitzenarbeitsgruppen zu rekrutieren. Dabei können wir derzeit noch nicht einmal mit üppigen Gehältern locken. Aber die Aussicht auf mehr und das Gefühl, dass man bei uns noch wirklich etwas bewegen kann, machen unser Unternehmen attraktiv für Bewerber und motivieren diejenigen, die bereits bei uns im Team sind und ohne Probleme mit 60 Stunden pro Woche ohne zusätzliche Vergütung quasi unternehmerisch in Vorleistung gehen, weil sie an das Gesamtprojekt glauben.

Götz Münch,**Geschäftsführer der Corimmun GmbH:**

Wir haben bei der Personalsuche den Vorteil des Netzwerkes der BioM und bedienen uns deren Internetauftritts sowie weiterer Medien.



VENTURE CAPITAL FORUM

14-15 OCTOBER 2010
COPENHAGEN - DENMARK

TIME TO INNOVATE

European venture capital faces unprecedented change: Impending EU regulation, the financial crisis and structural market challenges have driven our industry to an inflection point. But change is our business, and in change venture capitalists, and the entrepreneurs they back, have always found opportunities to prosper and grow.

Copenhagen, October 2010 is the time and place for our industry to come together, to channel venture's pioneering spirit to develop and deliver solutions to the complexities that lie ahead. VCF 2010 is time to innovate.

To help deliver a bright, vibrant future for both our industry and your firm, reserve your place at

www.evca.eu/venturecapitalforum2010.html

VCF 2010 runs in conjunction with Innovation Exchange 2010

www.evca.eu/innovationexchange.html

INNOVATION >< CHANGE



EUROPEAN
PRIVATE EQUITY &
VENTURE CAPITAL
ASSOCIATION

Sponsors EVCA Venture Capital Forum



Jefferies

SVB Global
A Member of SVB Financial Group

Events

Datum & Ort	Veranstalter	Event
13.10.2010 Frankfurt	Aurelia Private Equity www.aurelia-pe.de	VC Meeting Frankfurt: Begegnung der hessischen Venture Capital-Szene Teilnahme: kostenfrei
14.10.2010 München	CatCap www.venture-lounge.de	Venture Lounge: Unternehmenspräsentationen von Start-ups vor Venture Capitalisten und Fachleuten mit anschließendem Networking Fokus: Media, Internet, Software
14.–15.10.2010 Kopenhagen	EVCA www.evca.com	EVCA Venture Capital Forum: Jahrestreffen der Venture Capital-Investoren innerhalb der EVCA Teilnahme: ab 1.459 EUR
19.–21.10.2010 Dresden	SEMI Europa www.semiconeuropia.org	Semicon Europa 2010: Internationale Ausstellung für Halbleiterprodukte
20.10.2010 München	Venture Capital Club www.vc-munich.de	VC Club Stammtisch: Veranstaltung für Investoren, Gründer und Berater zum Austausch und Netzwerken Teilnahme: 13 EUR
20.–21.10.2010 Berlin	Leonhard Ventures www.leoven.com	Watervent: Finanzierungsevent für die Wassertechnologie-Branche Teilnahme: ab 1.100 EUR
21.–22.10.2010 Köln	Förderkreis Gründungsforschung www.fgf-ev.de	G-Forum: Jahreskonferenz des Förderkreises Gründungsforschung e.V. Teilnahme: 280 EUR, Mitglieder 230 EUR
29.–30.10.2010 Berlin	Investitionsbank Berlin, Investitionsbank des Landes Brandenburg www.degut.de	Deutsche Gründer- und Unternehmertage (deGUT 2010): Messe rund um die Themen Existenzgründung und Unternehmertum Teilnahme: 15 EUR
29.–30.10.2010 Vallendar	IdeaLab! www.idea-lab.org	IdeaLab2010 – Der Gründerkongress: Kongress für angehende Gründer und Unternehmer in Deutschland Teilnahme: Studenten 49,90 EUR, junge Gründer 99,90 EUR, Unternehmen 249,90 EUR
4.11.2010 München	CatCap www.venture-lounge.de	Venture Lounge: Unternehmenspräsentationen von Start-ups vor Venture Capitalisten und Fachleuten mit anschließendem Networking Fokus: Media, Internet, Software
9.–10.11.2010 Liechtenstein	Continua www.europeanventuremarket.com	European Venture Market: Plattform für Investoren, Berater und Unternehmer Teilnahme: ab 450 EUR
17.–20.11.2010 Düsseldorf	Messe Düsseldorf www.medica.de	Medica 2010: Internationale Fachmesse für Medizintechnik Teilnahme: 14–72 EUR
18.11.2010 Aachen	RWTH Aachen www.atec2010.de	Aachen Technology Entrepreneurship Conference 2010: Innovations- und Technologiekonferenz der RWTH Aachen für Akademiker, Manager, Gründer und Berater Teilnahme: 10–50 EUR
22.–24.11.2010 Frankfurt	Deutsche Börse, KfW Bankengruppe www.eigenkapitalforum.com	Deutsches Eigenkapitalforum: Etablierte und renommierte Veranstaltung für Investoren und kapitalsuchende Unternehmen Teilnahme: ab 350 EUR
23.11.2010 Stuttgart	Robert Bosch Venture Capital GmbH, Munich Network e.V. www.rbvc.com	Bosch Venture Forum: Treffen von Start-ups und Experten von Robert Bosch Teilnahme: ausgewählte und eingeladene Start-ups
23.–24.11.2010 München	Management Forum Starnberg GmbH www.management-forum.de	2. trendforum 2010: Plattform zum Austausch über Zukunfts- und Trendforschung, Innovationsmanagement und Trendmarketing Teilnahme: ab 1.980 EUR
1.12.2010 Frankfurt	Aurelia Private Equity www.aurelia-pe.de	VC Meeting Frankfurt: Begegnung der hessischen Venture Capital-Szene Teilnahme: kostenfrei
1.12.2010 München	Venture Capital Club www.vc-munich.de	VC Club Stammtisch: Veranstaltung für Investoren, Gründer und Berater zum Austausch und Netzwerken Teilnahme: 13 EUR
6.–7.12.2010 Düsseldorf	Europe Unlimited www.e-unlimited.com	European Venture Summit: 120 Unternehmenspräsentationen, Fokus: ITK, Life Sciences, Cleantech
21.–23.1.2011 Dresden	Ortec Messe und Kongress GmbH www.messe-karrierestart.de	Karriere Start 2011: Messe für Ausbildung, Studium, Weiterbildung, Personal, Existenzgründung und Unternehmensentwicklung
28.–30.1.2011 Halle	Halle Messe GmbH www.chance.halle-messe.de	Chance 2011: Messe für Bildung, Beruf und Karriere
12.4.2011 Heidelberg	Heidelberger Innovationsforum www.heidelberger-innovationsforum.de	Heidelberger Innovationsforum: Plattform für den Transfer marktnaher Forschung Teilnahme: regulär 480 EUR, Hochschulangehörige und Start-ups 200 EUR

Erfolgreich gründen ohne Bank

„Ein völlig anderes Gründergefühl“ verspricht der Ratgeber „Erfolgreich gründen ohne Bank“ von Hans Emge. Das haben Gründer mit wenig Startkapital dringend nötig: Banken, auch „Folterbanken“ genannt, peinigen motivierte Jungunternehmer mit Furcht einflößenden Verhörtechniken, „ängstliche, kommunikationsgestörte und inkompetente Kreditbanker“ lehnen völlig grundlos pauschal alle Kreditanträge ab. Bei Venture Capital-Gesellschaften ist für Start-ups auch nichts zu holen, und Business Angels sind nur „ältere Männer im Ruhestand, die ein bisschen Unternehmer spielen wollen“. Gut, dass Emges Ratgeber noch andere Wege kennt, an Geld zu kommen: Bei Muttern wohnen bleiben, um Mietkosten zu sparen, Lieferantenkredite nutzen und überhaupt: Immer fleißig arbeiten. Bei akuten finanziellen Engpässen kann man auch Miet- und Gehaltszahlungen hinauszögern oder Krankenkassenbeiträge einfrieren. Ein völlig anderes Gründergefühl wird sich da garantiert einstellen: Wenn der Strom abgestellt wird oder das Finanzamt vor der Tür steht. *Erschienen im Februar 2010 bei Linde International, 160 Seiten, 17,90 EUR.*



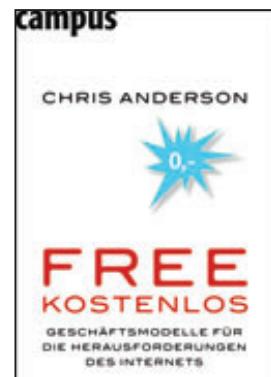
Socialnomics

Die Welt, die es früher einmal gab, gibt es nicht mehr: Social Media haben innerhalb kürzester Zeit unser Leben auf den Kopf gestellt. Was man privat von Facebook, Twitter, Xing & Co. halten mag, ist nebensächlich – für Unternehmen gilt es aber, sich darauf einzustellen. Erik Qualman konfrontiert seine Leser mit diesem kompromisslosen Standpunkt und zeigt Wege auf, wie Unternehmen die Social Networks für erfolgreiches Marketing und Imageaufbau nutzen können. Anhand zahlreicher Beispiele erklärt er, wie sich das Verhalten von Konsumenten geändert hat und auf welche Weise Kunden wirkungsvoll angesprochen werden können. Der Autor, früher selbst im Online-Marketing und E-Business großer Konzerne tätig, provoziert an einigen Stellen mit seinen Thesen zum Leben in einer vom Virtuellen geprägten Realität und hält dem Leser gleichzeitig einen Spiegel vor, der die eigenen Nutzungsgewohnheiten im Internet entlarvt. *Erschienen im Dezember 2009 bei mitp, 246 Seiten, 24,95 EUR.*



Free – Kostenlos: Geschäftsmodelle für die Herausforderungen des Internets

Wenn in der digitalen Welt die Grenzkosten gegen null gehen, lässt sich nur über einen Ansatz Geld verdienen: Leistungen und Produkte werden verschenkt. Was auf den ersten Eindruck paradox klingt, beschreibt Chris Anderson in „Free – Kostenlos“ als effektives Geschäftsmodell. Google, Open Source-Software oder der kostenfreie Versand von Amazon sind nur die bekanntesten einer Vielzahl anschaulicher Beispiele. Schon mit seinem Erstlingswerk „The Long Tail“ schuf Anderson, Chefredakteur des US-Magazins Wired, einen modernen Klassiker des E-Commerce. Ob das Zweitwerk eine ähnliche Stellung erringen wird, bleibt offen – Andersons Blickwinkel ist manchmal einseitig. So spielen etwa Fragen des geistigen Eigentums keine Rolle. Auf jeden Fall reizt das Buch zum Nachdenken und Diskutieren. Dem vorgestellten Konzept der Gratiskultur wird der Autor selbst gerecht: „Free“ steht als Audiobook kostenfrei zum Download bereit. *Erschienen im August 2009 im Campus Verlag, 304 Seiten, 39,90 EUR.*



Führen, fördern, coachen

„So entwickeln Sie die Potenziale Ihrer Mitarbeiter“, lautet der Untertitel des Ratgebers aus der Feder der Wirtschaftscoachs Elisabeth Haberleitner, Elisabeth Deistler und Robert Ungvari. Die Autoren stellen dar, wie Führungskräfte ihre Mitarbeiter besser motivieren und fördern können. Sie räumen mit gängigen Vorstellungen von Führung auf und machen den Leser mit den Prämissen des Coachings vertraut. Der Vorgesetzte ist nicht alleiniger Entscheidungsträger und Kontrolleur seiner Mitarbeiter. Vielmehr fungiert er als Dirigent, der aus den einzelnen Teammitgliedern das Beste herausholt und dabei das Ganze im Auge behält. Das Buch erklärt die Grundannahmen dieses Führungsansatzes, zeigt Werkzeuge auf und bringt Praxisbeispiele. Der Anhang führt tiefer in psychologische Themen ein. Kommt die eine oder andere Stelle auch etwas esoterisch daher, so bietet der Ratgeber doch eine echte Hilfestellung für Führungskräfte, die ihre Mitarbeiter fördern wollen. *Erschienen im Oktober 2009 bei Piper, 2. aktualisierte Neuauflage, 256 Seiten, 9,95 EUR.*



Sponsoren der Sonderausgabe im Portrait

BayernKapital

Venture Capital für Bayern



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

Der Seedfonds Bayern (SFB) finanziert ab der Frühphase des Unternehmens. Er beteiligt sich grundsätzlich in Kooperation mit einem Coach. Zudem kooperiert der SFB eng mit dem High-Tech Gründerfonds, wobei anfangs zusammen bis zu 600.000 EUR ausgereicht werden. Folgefinanzierungen sind im Einzelfall möglich (SFB-Anteil max. 300.000 EUR). Allein kann der SFB 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 in Kooperation mit einem privaten Leadinvestor aus. Bis 12/2010 kann der Clusterfonds Innovation bis zu 70% der gemeinsam mit dem Leadinvestor erbrachten Beteiligungssumme investieren (höchstens 2,5 Mio. EUR pro zwölf Monate). Ab 2011 ist nach aktuellem EU-Recht ein paritätischer Mitteleinsatz erforderlich. In gleicher Weise arbeitet im Schwerpunkt ländlicher Raum der Clusterfonds EFRE Bayern.

www.bayernkapital.de



High-Tech Gründerfonds

Der High-Tech Gründerfonds investiert Risikokapital in junge, chancenreiche Technologieunternehmen, die viel versprechende Forschungsergebnisse unternehmerisch umsetzen. Mit rund 272 Mio. EUR wollen das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie und die KfW Bankengruppe sowie die Unternehmen BASF, Siemens, Telekom, Daimler, Robert Bosch und Carl Zeiss Technologiegründungen in Deutschland wieder attraktiv machen.

Die Gründungsfinanzierung umfasst bis zu 500.000 EUR Risikokapital, die bei weiterem Kapitalbedarf auf bis zu 2 Mio. EUR erhöht werden können. Die Gründer müssen einen Eigenanteil einbringen. Weitere Investoren sind eingeladen, sich als „Side-Investor“ zu engagieren. Der

High-Tech Gründerfonds hält seine Beteiligungen sieben Jahre lang und tritt in der Regel als Lead-Investor auf. Wichtigstes Qualitätsmerkmal des High-Tech Gründerfonds und des Potenzials der Unternehmen in seinem Portfolio ist jedoch das Kapitalvolumen, das durch weitere Investoren in die Unternehmen fließt. So stellten externe Investoren – institutionelle Venture Capitalisten sowie private und strategische Investoren – insgesamt rund 200 Mio. EUR im Rahmen von Folgerunden nach der Seedfinanzierung durch den High-Tech Gründerfonds zur Verfügung. Mittlerweile gehören rund 188 Unternehmen zum Portfolio des High-Tech Gründerfonds. Mehr über die Beteiligungsmöglichkeiten unter

www.high-tech-gruenderfonds.de



Mountain Partners Group

Die Mountain Partners Group mit Sitz in der Schweiz wurde von Dr. Cornelius Boersch und Daniel S. Wenzel gegründet und ist eine Investment-Holding mit spezialisierten Investmentvehikeln. Zur Gruppe gehören die an der Frankfurter Wertpapierbörsen und der Schweizer Berner Börse notierten Gesellschaften Mountain Super Angel AG und Cleantech Invest AG sowie die an der NASDAQ notierte RFID-Industrieholding Identive Group. Das Portfolio der Mountain Partners Group umfasst außerdem die Taishan Invest AG für den chinesischen Markt und die Omnis Mundi AG für frühphasige Investitionen. Darüber hinaus ist die Gruppe mit zwei Joint-Ventures in Abu Dhabi (U.A.E.) und Saudi-Arabien vertreten. Durch diese Gesellschaften mit unterschiedlich fokussierten Investitionsstrategien ist die Mountain Partners Group heute an über 100 Unternehmen beteiligt. Kennzeichnend für die

Gruppe insgesamt ist dabei der schnelle, intuitive und opportunistische Investmentansatz.

Mountain Partners versteht sich als „institutionalisierte 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



In den Innovations- und Gründerzentren Biotechnologie (IZB) finden junge Unternehmer und Firmengründer aus dem Bereich Life-Science auf 25.000qm eine optimale, auf die Bedürfnisse von Biotech-Unternehmen abgestimmte Infrastruktur zur wirtschaftlichen Umsetzung ihrer Produkt- bzw. Dienstleistungsideen.

Das IZB Planegg-Martinsried gehört seit 1995 zu den besten der Zunft und hat seitdem über 100 Firmengründungen begleitet. Hier entstehen die Medikamente und Dienstleistungen von morgen. Im IZB Freising-Weihenstephan wird an der marktwirtschaftlichen Reife von Phytopharmaka sowie neuen Methoden und Produkten zur Verbesserung in der Agro- und Lebensmittelbranche gearbeitet. Hier steht unseren Mietern ein S1 Versuchsgewächshaus zur Verfügung.

Zusammen mit dem Café Freshmaker, der Kindertagesstätte BioKids und der Chemieschule Elhardt leistet der Campus einen wichtigen Beitrag für die wirtschaftliche Stärkung der Region. Darüber hinaus bieten wir jungen Start-ups:

- eine hochwertige technische Gebäudeinfrastruktur mit flexibel gestalteten, möblierten Laboreinheiten (S1 und S2 Standard) zu fairen Preisen
- ein professionelles Immobilien-Management
- 24 Stunden Haustechnikservice
- ein kreatives Umfeld, Spitzenforschung in unmittelbarer Nähe sowie enge Kontakte zu Gleichgesinnten
- enge Kontakte zu VCs
- gemeinsames Standortmarketing

www.izb-online.de



Die NRW.BANK ist die Förderbank für 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 Individualförderung. 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 beleben die regionalen 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 im Kern zukunftsfähige Unternehmen, die durch die aktuelle Wirtschaftskrise in Schwierigkeiten geraten sind, stellt die NRW.BANK demnächst mit dem NRW.BANK.Spezialfonds – immer zusammen mit einem restrukturierungserfahrenen privaten Co-Investor – Eigenkapital zur Verfügung. Speziell für Unternehmen aus der Kreativwirtschaft vergibt die Förderbank Eigenkapital aus dem Topf des NRW.BANK.Kreativwirtschaftsfonds.

www.nrwbank.de/beteiligungen



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 großteils 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

Inserentenverzeichnis

24IP LAW GROUP	13
ALFRED WIEDER AG (MIG FONDS)	U4
BADEN-WÜRTTEMBERG: CONNECTED	79
BAVARIAN CAPITAL	81
BMP	17
CONTINUA® UNTERNEHMENSENTWICKLUNG	32
CREDIT SUISSE	41
DEUTSCHER SPARKASSEN- UND GIROVERBAND E.V.	U2
DIWA DÜSSELDORFER INNOVATIONS- UND WISSENSCHAFTS-AGENTUR	47
DORTMUND-PROJECT	71
E CAPITAL ENTREPRENEURIAL PARTNERS	31
EUROPEAN BUSINESS SCHOOL (EBS)	91
EVCA – EUROPEAN PRIVATE EQUITY & VENTURE CAPITAL ASSOCIATION	87, 99
HALLE MESSE	97
HIGH-TECH GRÜNDERFONDS MANAGEMENT	35
IBB BETEILIGUNGSGESELLSCHAFT	43
INNOVATIONS- UND GRÜNDERZENTRUM BIOTECHNOLOGIE IZB	37
KAUFMANN LUTZ	
RECHTSANWALTSGESELLSCHAFT	3
LBBW VENTURE CAPITAL	U3
LFA FÖRDERBANK BAYERN	25
MEDECON RUHR/STARTBAHN MEDECON RUHR	55
MOUNTAIN PARTNERS GROUP	65
NEUHAUS PARTNERS	23
NRW.BANK	7
NUK NEUES UNTERNEHMERTUM RHEINLAND E.V.	77
ORTEC	93
OSBORNE CLARKE	53
RAPID VENTURE ACCOUNTING	73
S-REFIT	39
SCIENCE4LIFE	49
SEVENTURE PARTNERS	85
START-MESSE (ASFC)	75
STEINBACH CONSULTING	57
TECHNOLOGIEPARK HEIDELBERG	67
TECHNOLOGIEZENTRUM LUDWIGSHAFEN AM RHEIN	63
TECHNOLOGIEZENTRUM DRESDEN	61
TENGELMANN E-COMMERCE	19
TRIANGLE CAPITAL GROUP MANAGEMENT	5
UNTERNEHMERTUM	59
VNT MANAGEMENT	15
XANGE PRIVATE EQUITY	27

Impressum

VentureCapital

Magazin

11. Jahrgang 2010, Sonderausgabe „Start-up 2011“

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 (Redaktionsleiter), Susanne Harrer,
Markus Hofelich, Esther Mischkowski, Mathias Renz (Objektleiter)

Mitarbeit an dieser Ausgabe: Christian Bayer, Nicola Bock, Dr. Michael Brandkamp, Thimo Buchheister, Ernst Burgbacher, André Doll, Max Eckhardt, Stefanie Erkeling, Bernd Frank, Holger Garbs, Dr. Bernd Geiger, Gary Gelsing, Dr. Peter Güllmann, Dr. Ute Günther, Guido Happe, Dr. Robert Harrison, Jürgen Hoffmann, Norbert Hofmann, Torsten Holler, Dörte Höppner, Dr. Roland Kirchhof, René Kühn, Jürgen Leschke, Dr. Michael Lübbelusen, Dr. Jürgen Marchart, Manuela Megel, Dr. Benjamin Monheim, Christoph Neuhaus, Lars Radau, Julian Riedlbauer, Stefan Rupp, Jens-Uwe Sauer, Bernhard Schmid, Jens Steiner, Christoph Teubert, Jean-Pierre Vuilleumier, Dr. Kai Westerwelle, Mischa Wetzel

Interviewpartner: Dr. Cornelius Boersch, Peter Jungen, Prof. Peter Kabel, Christophe Maire, Florian Schreckenbach, Wolfgang Seibold, Oliver Uecke, Sabrina Vette, Jean-Pierre Vuilleumier, Dr. Peter Wolff, Dr. Peter Hanns Zobel

Lektorat: Sabine Klug, Magdalena Lammel

Gestaltung: Holger Aderhold, Robert Berger

Bilder: Bilderbox, Fotolia, Pixelio, Photodisc

Titelbild: © Peter Lecko/Fotolia.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

Erscheinungsstermine 2010: 29.01. (2/10), 26.02. (3/10), 26.03. (4/10), 30.04. (5/10), 21.05. (6/10), 25.06. (7-8/10), 27.08. (9/10), 24.09. (10/10), 29.10. (11/10), 26.11. (12/10), 17.12. (1/11)
Sonderausgaben: 10.07. (Tech-Guide 2010), 9.10. (Start-up 2011)

Preise: Einzelpreis Sonderausgaben 14,80 EUR, Jahresabonnement (11 Ausgaben zzgl. Sonderausgaben) 148,00 EUR (inkl. Versandkosten und 7% Mwst.)

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 & Cölln 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: © 2010 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 978-3-937459-94-3, ZKZ 53974

Im deutschen Zeitschriftenmarkt die Nr. 8.216.
Im Bereich Private Equity die Nr.

1



Unsere Redakteure beschäftigen sich ausschließlich mit der privaten Eigenkapitalfinanzierung von Unternehmen.

Testen Sie uns!
www_vc-magazin_de/abo

Alle für ein Ziel

Eine Gründerkultur muss gemeinsam getragen werden

Innovationen sind der Motor einer jeden Wirtschaft. Leider treffen junge, innovative Unternehmen in Deutschland auf ein schwieriges Umfeld. Für Gründer ist es ein nicht ganz leichtes Unterfangen, genügend Kapital zu akquirieren, um ihr Unternehmen aufzubauen – egal, ob sie engagierte Web-Entrepreneure oder Spin-offs aus Forschungsinstituten sind. Wir brauchen in Deutschland eine Gründerkultur, die von allen gemeinsam getragen wird: Von den Gründern, von der Politik, von den Medien und von der Gesellschaft. Eine förderliches „Entrepreneurial Ecosystem“ tut not.

Veränderung ist an vielen Stellen nötig

Die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung junger Unternehmen ist enorm: Allein im Jahr 2009 wurden durch Neugründungen über 435.000 neue Arbeitsplätze geschaffen. Der Aufbau einer lebendigen Gründerkultur muss daher zu einer gesellschaftlichen Aufgabe werden, an der jeder Einzelne verantwortlich mitwirkt. Diese notwendige Veränderung geht weit über Business Angels und Venture Capital-Gesellschaften hinaus, sie muss an vielen Stellen geschehen:

• bei den Start-ups selbst

Die Angst vor Nachahmern lässt viele Gründer übervorsichtig werden. Vorsicht ist wichtig, aber für eine Kultur und für Synergien wie im großen Vorbild Silicon Valley sind Offenheit und ein lebendiger Erfahrungsaustausch notwendig.

• in der Politik

Ein längst überfälliger Bürokratieabbau würde Gründern helfen, sich auf ihr Kerngeschäft zu konzentrieren, anstatt mit Papierkram Zeit zu verlieren. Neben der Vereinfachung des Steuerrechts ist eine steuerliche Förderung von Investitions in frühen Unternehmensphasen wichtig. Es muss ganz besonders attraktiv sein, in junge Unternehmen zu investieren.

• in den Medien

Medien haben einen entscheidenden Einfluss darauf, welche Themen von der Gesellschaft wahrgenommen und diskutiert werden. In den Wirtschaftsteilen der Leitmedien lesen wir fast täglich von Skandalen der großen Konzerne – aber zu wenig von den „kleinen“ Erfolgen junger Unternehmen. Eine zentrale Aufgabe könnte sein,

Vorbilder zu zeigen und jungen Menschen das „Berufsbild“ Gründer näherzubringen. Wenn die Erfolgsgeschichten junger Unternehmer häufiger kommuniziert werden, werden möglicherweise Investments in Start-ups attraktiver.

• in der Gesellschaft

Hand aufs Herz: Wir leben in einer eher risikoaversen und sicherheitsorientierten Gesellschaft. Was wir brauchen, ist ein Umdenken in Deutschland. Das fängt mit dem Mut an, neue Dinge zu probieren und Begeisterung über neue Produkte zu teilen. Es geht weiter mit dem Mut, junge Unternehmer als Geschäftspartner zu wählen. Und wichtig ist vor allem der Mut, Start-ups finanziell zu unterstützen.

Anerkennung, Ermutigung, Unterstützung

Dies wird nicht von heute auf morgen geschehen, aber wir können heute damit beginnen. Gründer müssen als wertvolle Beschleuniger für Wirtschaft und Gesellschaft anerkannt, ermutigt und unterstützt werden, wo sie heute vielfach noch Zweifeln begegnen. Zweifel dürfen zur Verfeinerung einer Idee beitragen, aber nicht zu einer Bremse für Innovation werden. Das Ziel ist es, Deutschland zu einem Innovationsland zu machen, in dem starke Gründungen gedeihen, die auf ihren Gebieten die Weltmarktführer von morgen sind. ■

Zum Autor



Jens-Uwe Sauer ist Gründer und Geschäftsführer von Seedmatch. Auf der gleichnamigen Website entsteht eine Plattform, auf der Investoren Unternehmensbeteiligungen an Start-ups erwerben können. Diese Lösung ermöglicht es, schon ab kleinen Beträgen die Umsetzung von Innovationen aktiv zu fördern.

Wir haben schon viele
Geschichten gehört
und bei einigen Geschichte
geschrieben.

LBBW Venture Capital GmbH

LB≡BW Venture

Der computergesteuerte Goldesel ist es dabei nicht unbedingt - aber es gibt viele Möglichkeiten, mit Erfolg versprechenden Geschäftsideen in unterschiedlichen Technologien Geschichte zu schreiben. Die LBBW Venture bietet Ihnen weit mehr als die reine Finanzierung, um Ihre Vision erfolgreich verwirklichen zu können. Sprechen Sie uns an! www.LBBW-Venture.de - zukunft@LBBW-Venture.de





**SUBSTANZ
ENTSCHEIDET!**

Wir finanzieren Spitzentechnologien!

Innovative Unternehmen aus Österreich und Deutschland setzen weltweit neue Standards in potenzialträchtigen Spitzentechnologien. Wachsende Märkte aus den Bereichen Life-Science, Clean Tech, Biotechnologie sowie Hochtechnologie benötigen diese neuen Standards dringend. Die exklusiv von der Alfred Wieder AG vertriebenen MIG Fonds finanzieren heute diese Spitzentechnologien aus Österreich und Deutschland für den Weltmarkt von morgen – außerbörslich, bankenunabhängig und unternehmerisch orientiert.

**Unternehmensbeteiligungen mit den MIG Fonds –
investieren Sie mit dem Marktführer in echte Substanz
und nachhaltige Wertsteigerung!**

MIG
Fonds
WWW.MIG-FONDS.DE